



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E
CULTURA CONTEMPORÂNEAS**

LEONARDO ASSUNÇÃO BIÃO ALMEIDA

**TRANSFORMAÇÕES NOS MODOS DE FAZER, VER E
RECONHECER A TELEVISÃO SOB A MEDIAÇÃO DA PANDEMIA**

Salvador
Novembro/2025

LEONARDO ASSUNÇÃO BIÃO ALMEIDA

**TRANSFORMAÇÕES NOS MODOS DE FAZER, VER E
RECONHECER A TELEVISÃO SOB A MEDIAÇÃO DA PANDEMIA**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Itania Maria Mota Gomes

Salvador
Novembro/2025

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Universitário de Bibliotecas (SIBI/UFBA),
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Almeida, Leonardo Assunção Bião

Transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer
a televisão sob a mediação da pandemia / Leonardo
Assunção Bião Almeida. -- Salvador, 2025.
253 f. : il

Orientadora: Itania Maria Mota Gomes.

Tese (Doutorado - Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Cultura Contemporâneas) -- Universidade
Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, 2025.

1. televisão. 2. convenções . 3. pandemia. 4.
transformações. 5. entorno tecnocomunicativo. I. Mota
Gomes, Itania Maria. II. Título.



Universidade Federal da Bahia
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA
CONTEMPORÂNEA (POSCOM)

ATA Nº 1

Ata da sessão pública do Colegiado do PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEA (POSCOM), realizada em 19/12/2025 para procedimento de defesa da Tese de DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS no. 1, área de concentração Comunicação e Cultura Contemporâneas, do candidato LEONARDO ASSUNÇÃO BIÃO ALMEIDA, de matrícula 2021100656, intitulada TRANSFORMAÇÕES NOS MODOS DE FAZER, VER E RECONHECER A TELEVISÃO EM CONTEXTO PANDEMICO. Às 14:30 do citado dia, em formato híbrido, foi aberta a sessão pela presidente da banca examinadora, Prof^ª. Dra. ITANIA MARIA MOTA GOMES, que apresentou os outros membros da banca: Prof^ª. Dra. JULIANA FREIRE GUTMANN, Prof^ª. Dra. ARIANE DINIZ HOLZBACH, Prof^ª. Dra. FERNANDA MAURICIO DA SILVA e Prof^ª. Dra. VALÉRIA MARIA SAMPAIO VILAS BÔAS ARAÚJO. Em seguida, foram esclarecidos os procedimentos pela presidente que passou a palavra ao examinado para apresentação do trabalho de Doutorado. Ao final da apresentação, passou-se à arguição por parte da banca, a qual, em seguida, reuniu-se para a elaboração do parecer. No seu retorno, foi lido o parecer final a respeito do trabalho apresentado pelo candidato, tendo a banca examinadora aprovado o trabalho apresentado, sendo esta aprovação um requisito parcial para a obtenção do grau de Doutor. Em seguida, nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão pela presidente da banca, tendo sido, logo a seguir, lavrada a presente ata, abaixo assinada por todos os membros da banca.

Documento assinado digitalmente



ARIANE DINIZ HOLZBACH
Data: 22/12/2025 17:33:53-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dra. ARIANE DINIZ HOLZBACH, UFF

Documento assinado digitalmente



FERNANDA MAURICIO DA SILVA
Data: 23/12/2025 08:44:30-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dra. FERNANDA MAURICIO DA SILVA, UFMG

Documento assinado digitalmente



VALERIA MARIA SAMPAIO VILAS BOAS ARAUJO
Data: 29/12/2025 11:53:51-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Examinadora Externa à Instituição

Dra. VALÉRIA MARIA SAMPAIO VILAS BÔAS ARAÚJO, UFS

Examinadora Externa à Instituição

Documento assinado digitalmente



JULIANA FREIRE GUTMANN
Data: 05/01/2026 20:43:29-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Dra. JULIANA FREIRE GUTMANN, UFBA

Examinadora Interna

Documento assinado digitalmente



ITANIA MARIA MOTA GOMES
Data: 06/01/2026 11:44:16-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

ITANIA MARIA MOTA GOMES, UFBA

Presidente



Documento assinado digitalmente

LEONARDO ASSUNCAO BIAO ALMEIDA

Data: 05/01/2026 21:38:37-0300

Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Universidade Federal da Bahia

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA
CONTEMPORÂNEA (POSCOM)**

LEONARDO ASSUNÇÃO BIÃO ALMEIDA

Doutorando(a)

Este trabalho é dedicado às mais de 700 mil
vidas brasileiras perdidas na pandemia.

AGRADECIMENTOS

Foram aproximadamente cinco anos desde que escrevi o projeto que deu origem a esta tese, participei da seleção e consegui minha aprovação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA. Era um momento de muita incerteza e medo, mas também de muito aprendizado. Em casa, ao lado da minha mulher e da minha cachorrinha, aqueles dias de isolamento social me aproximaram novamente de algo que sempre fez parte de mim, mas que estava adormecido: o prazer de fazer pesquisa, de olhar para a comunicação como fenômeno, o estudo do universo televisivo que, desde a graduação, tanto me fascina. Agora, materializando essa conquista, apresento a todos vocês a minha tese de doutorado. E por isso, quero agradecer às pessoas que estiveram comigo antes, durante e que certamente estarão depois desse momento tão especial na minha vida profissional e acadêmica.

Começo agradecendo aos meus pais, Aloísio e Adilza, que sempre fizeram tudo para que eu e meu irmão pudéssemos estudar. Desde muito cedo, abriram mão de realizar alguns sonhos para possibilitar os nossos. Foram eles que me deixaram livre para descobrir do que eu gostava, para perseguir o sonho de estudar comunicação e que pavimentaram, de todas as formas possíveis, a trajetória que me trouxe até aqui.

À minha avó, Diva, pelo carinho em forma de cafuné, torradas e empadas de camarão e aos meus tios, Iza e Cléber, pela atenção constante. Minha Tia Iza, que também é professora, sempre foi um farol de retidão e empenho pela profissão. Ao meu irmão, Igor, meu maior exemplo de dedicação e de comprometimento. Ele sempre foi uma referência para mim, desde a infância, e esteve presente em muitos momentos ao longo desses últimos cinco anos, especialmente nos instantes de descontração, junto ao nosso grupo de amigos.

Aos meus amigos, agradeço o acolhimento, a ajuda mútua, as gargalhadas compartilhadas entre um copo de cerveja e outro, as viagens despreocupadas, as farras, a troca constante de mensagens e memes. Não sei o que teria sido de mim sem essa válvula de escape e sem o amor profundo que nutrimos uns pelos outros. Obrigado Keila e Eduardo, meus irmãos de vida, por serem os meus melhores do mundo. Luisa e Poli, pela amizade desde a faculdade, por termos mantido nossa união e pelo nosso compromisso diário para cuidar da saúde e do exercício físico. Henrique e Ueslei, meus compadres, pelos abraços, palavras de carinho e pelos encontros sempre tão especiais. Marcus, meu cunhado e amigo querido que sempre tem um

plano bom para fugir da rotina. Isis e Léo, que junto com o saudoso Guel sempre me receberam tão bem em terras paulistanas. E Charles e Camila por estarem comigo ao longo desses anos todos e além.

À Patrícia, minha coordenadora, que me apoiou desde o momento em que contei que planejava escrever o projeto de doutorado. Patrícia foi um suporte essencial para que, mesmo diante da correria da sala de aula e dos projetos acadêmicos na UNIJORGE, eu tivesse o tempo necessário para cursar as disciplinas do primeiro ano, viajar para congressos e encontros acadêmicos e participar das reuniões do grupo de pesquisa.

Aos meus colegas professores e aos meus alunos, em especial meus orientandos do Núcleo Audiovisual, Rádio JA e Iniciação Científica. Ser professor nesse país não é tarefa fácil. Mas entre os desafios e dificuldades, estar com vocês, todos os dias, na sala de aula, orientando e realizando projetos, me dá ainda mais certeza de ter acertado ao abraçar essa minha vocação.

À Itania Gomes, minha orientadora. Sou extremamente grato por ter tido o privilégio de fazer parte do rol de orientandos de Itania. O olhar atento, a leitura cuidadosa, as orientações preciosas: um cuidado difícil de encontrar nesse mundo acadêmico que, por vezes, pode ser tão frio. Agradeço também ao TRACC, esse grupo de pesquisa que verdadeiramente se converte em um lugar de afeto, atenção e amizade. Ao longo desses anos, durante todo o doutorado, foi no TRACC – trocando experiências com os colegas, contribuindo com as pesquisas que desenvolviam e recebendo também os olhares sobre a minha – que muito do que compõe esta tese ganhou forma. Foi na vivência do grupo que aprendi a importância de escrever em grupo e tive a oportunidade de produzir coletivamente uma quantidade significativa de artigos, ensaios e outras contribuições acadêmicas. Meu muito obrigado, então, a Manuca, Fernanda, Daniel, Ítalo, Caio, Di, Matheus, Muntaser, Amanda, Manuel, Kelven, Alexandre e Elisa, com quem compartilhei a maior parte dos encontros do TRACC até aqui. Agradeço também às novas colegas que chegaram neste último ano: Aíla, Giovanna e Taís. Aproveitem essa oportunidade de fazer parte de um grupo tão especial.

À banca avaliadora deste trabalho. Primeiramente, por serem referências importantes no campo da televisão, da comunicação e dos estudos culturais; e por terem aceitado o convite de ler e contribuir com este trabalho. Valéria Vilas Boas, Juliana Gutmann, Fernanda Maurício e Ariane Holzbach, muito obrigado.

À Fernanda Valverde, minha psicóloga, cuja contribuição, sobretudo nesta etapa final do doutorado, foi fundamental. Nas trocas, nas conversas, nas escutas atentas, ela ajudou a reorganizar essa minha cabeça que tantas vezes esteve atribulada e ansiosa.

Ao Centro Espírita Casa do Caminho, lugar do qual venho me aproximando nesses últimos dois anos e que me nutre – pela doutrina espírita – de coragem, segurança, amor e responsabilidade sobre as minhas escolhas e sobre a minha vida.

Para terminar, faço um agradecimento ainda mais especial à minha mulher, Anne Taiala. Lá se vão mais de vinte anos juntos. Sou imensamente grato pela sua parceria e pelo amor que me sustenta todos os dias. Viver ao seu lado é um privilégio pelo qual agradeço continuamente. Nos momentos em que estive mais estressado, cansado ou tomado pela dúvida, suas palavras de apoio, seu carinho e sua atenção me acalmaram e me mostraram que eu seria capaz de dar conta de tudo o que precisava enfrentar. Em todos esses momentos. Eu amo você! Agradeço também à minha cachorrinha Matilda, que escreveu esta tese comigo, no meu colo, em boa parte do tempo.

Posso ter me esquecido de um nome ou outro, mas sou profundamente grato a todos aqui mencionados e àqueles que, de alguma forma, estão representados nesses agradecimentos. Não foi um período fácil. Atravessamos uma pandemia. Mais de setecentas mil pessoas morreram em nosso país. Agradeço por estar vivo e por ter conseguido concluir esta etapa que, embora exaustiva, foi profundamente prazerosa.

Santa clara, padroeira da televisão
Que o menino de olho esperto saiba ver tudo
Entender certo o sinal certo se perto do encoberto
Falar certo desse perto e do distante porto aberto
Mas calar
Saber lançar-se num claro instante

Santa clara, padroeira da televisão
Que a televisão não seja o inferno, interno, ermo
Um ver no excesso o eterno quase nada (quase nada)
Que a televisão não seja sempre vista
Como a montra condenada, a fenestra sinistra
Mas tomada pelo que ela é
De poesia

Santa Clara, Padroeira da televisão
Caetano Veloso

ALMEIDA, Leonardo Assunção Bião. **Transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão sob a mediação da pandemia.** Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2025.

RESUMO

As regulações sanitárias implementadas após março de 2020, quando a Organização Mundial da Saúde declarou oficialmente a pandemia de Covid-19, redefiniram de forma significativa as condições de produção televisiva e audiovisual, ao evidenciar o tensionamento entre políticas públicas, estratégias empresariais e práticas cotidianas de comunicação. A análise dos programas realizados nesse período revela materialidades que atravessam normas e tensionam convenções anteriormente estabelecidas. Ainda assim, a produção não foi interrompida: ela passou a incorporar estratégias técnicas e estilísticas que viabilizaram sua continuidade. Plateias virtuais, telas divididas, realização de *lives*, programas gravados nas casas dos realizadores, com produção e direção feitas por videoconferência, filmados por câmeras de celular ou *webcam* passaram a se fazer presentes em toda sorte de programas de TV, *streaming*, videocliques, séries, filmes e vídeos das distintas ambiências digitais. Esta tese compreende a pandemia enquanto mediação de institucionalidades – na medida em que tensiona as relações entre o estado, o mercado, a sociedade, as emissoras de TV e demais produtoras e estúdios audiovisuais – e toma os Mapas das Mediações e das Mutações Culturais de Jesús Martín-Barbero e a noção de fluxo de Raymond Williams como pressupostos teórico-metodológicos, articulando os conceitos de estrutura de sentimento e convenções (Williams, 1979), entorno tecnocomunicativo (Martín-Barbero, 2009), gênero televisivo (Gomes, 2002; Mittell, 2014), tecnocultura (Gomes e Antunes, 2019), experiência (Gomes, 2023) e audiovisual em rede (Gutmann, 2021), com o objetivo de compreender as possíveis rasuras e/ou reiterações das convenções que marcaram os programas televisivos no período da pandemia, evidenciando materialidades audiovisuais pandêmicas que permitem observar transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer as estratégias de produção e de comunicabilidade que conformam a cultura televisiva no Brasil.

Palavras-chaves: televisão; convenções; pandemia; transformações; entorno tecnocomunicativo;

ABSTRACT

The sanitary regulations implemented after March 2020, when the World Health Organization officially declared the Covid-19 pandemic, significantly redefined the conditions of television and audiovisual production by revealing the tensions among public policies, corporate strategies, and everyday communication practices. An analysis of the programs produced during this period brings to light materialities that cut across norms and strain previously established conventions. Even so, production did not come to a halt: it began to incorporate technical and stylistic strategies that made its continuity possible. Virtual audiences, split screens, livestreams, programs recorded in the homes of their creators—with production and direction conducted via videoconference—and footage captured with cellphone or webcam cameras became commonplace across television programs, streaming content, music videos, series, films, and videos from various digital environments. This thesis understands the pandemic as a mediation of institutionalities—inasmuch as it strains the relations among the state, the market, society, television broadcasters, and other audiovisual producers and studios—and adopts Jesús Martín-Barbero's Maps of Mediations and Cultural Mutations and Raymond Williams's notion of flow as theoretical-methodological foundations. It articulates the concepts of structure of feeling and conventions (Williams, 1979), technocommunicative environment (Martín-Barbero, 2009), television genre (Gomes, 2002; Mittell, 2014), technoculture (Gomes & Antunes, 2019), experience (Gomes, 2023), and networked audiovisuality (Gutmann, 2021), with the aim of understanding the possible erasures and/or reiterations of the conventions that shaped television programs during the pandemic period, highlighting pandemic audiovisual materialities that allow us to observe transformations in the ways of making, viewing, and recognizing the production and communicability strategies that constitute Brazilian television culture.

Keywords: television; conventions; pandemic; transformations; technocommunicative environment.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa das Mediações	47
Figura 2 – Mapa das Mutações Culturais.....	59
Figura 3 – Anúncio da General Eletric anunciando a chegada da televisão (1950).....	70
Figura 4 – <i>Frames</i> da primeira edição do programa Combate ao Coronavírus	91
Figura 5 – <i>Frames</i> da última edição do programa Combate ao Coronavírus	93
Figura 6 – Matheus Ribeiro em estúdio improvisado em sua casa, Vanderson Nascimento nos bastidores de uma entrada ao vivo direto de sua casa e a interação remota do jornalista com o colega Ricardo Ishmael	119
Figura 7 – <i>Frames</i> da participação de Xuxa no Programa Conversa com Bial em 20 de maio de 2020	128
Figura 8 – Comentário na postagem do episódio de nº100 da mini novela de Pedrosa	134
Figura 9 – <i>Prints</i> das mininovelas de Pedrosa, Renato Augusto e Markelly Oliveira no Instagram, Tik Tok e Kwai, respectivamente.....	137
Figura 10 – <i>Frames</i> dos vídeos de Enzo Baracho e Matheus MoriMura.....	142
Figura 11 – <i>Frames</i> da vinheta de abertura criada para a novela fictícia Pé de Chinesa e dos atores que supostamente seriam escalados; do programa Marisa Maiô e da representação da personagem feita pelo Melhor da Noite na Band; e da websérie Girls in the house	146
Figura 12 – <i>Live</i> de Casemiro reagindo ao programa Show do Milhão do SBT	154
Figura 13 – Interface do TikTok com o link para o canal de <i>live</i> destacado e interface de uma <i>live</i> do canal	156
Figura 14 – <i>Frames</i> das primeiras <i>lives</i> de Gustavo Lima, Ivete Sangalo, Marília Mendonça e Léo Santana.....	164
Figura 15 – <i>Frames</i> das <i>lives</i> das cantoras Simone e Tereza Cristina	169
Figura 16 – <i>Frame</i> da <i>live</i> de Emicida no “Onda Sonora” do jogo Fortnite.....	171
Figura 17 – <i>Frames</i> do programa Fantástico do dia 22/03/2020	186
Figura 18 – <i>Frames</i> dos programas Em Pauta da Globo News e Entrevista CNN da CNN Brasil	188
Figura 19 – <i>Frames</i> do programa Altas Horas.....	189
Figura 20 – <i>Frames</i> do programa #NTEMUMTALKSHOW. Na terceira imagem, da esquerda para a direita na linha superior, um registro da minha participação na gravação	197
Figura 21 – Representação visual de #NTEMUMTALKSHOW e suas conexões em rede	200
Figura 22 – <i>Frame</i> do programa Cada um no seu quadrado.....	201
Figura 23 – <i>Frames</i> do filme Host (2020), do episódio 05 da série Feito em Casa (2020) e da mini websérie Sala de Roteiro (2020)	204
Figura 24 – Tela dividida em Coisa Linda e cenas enviadas por artistas e fãs em Localizei, ambos de Ivete Sangalo. Coreografias gravadas e enviadas por fãs em Bota pra chorar de Joelma e uso de drone em Nova TV de Mahmudi	208
Figura 25 – <i>Frames</i> do videoclipe Minimize Contact Between People de Arnould Rebotini (2020)	210
Figura 26 – Bastidores da gravação de Diário de um Confinado (pesquisa de figurino e visita técnica da locação realizadas remotamente), Bruno Mazzeo e Débora Bloch em cena presencial, Lázaro Ramos, Renata Sorrah e Bruno Mazzeo em cena gravada remotamente.....	215
Figura 27 – Fotos de bastidores de cada um dos quatro episódios de Amor e sorte e frames dos episódios.	217
Figura 28 – Bastidores das novelas Amor de mãe e Salve-se quem puder	220
Figura 29 – Frames do primeiro episódio da segunda parte da novela Amor de Mãe.....	223

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Grade da TV Globo em 02 de março de 2020	85
Tabela 2 - Grade da TV Globo em 20 de março de 2020	86

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	16
2. A TELEVISÃO ARTICULADA A PARTIR DOS MAPAS DAS MEDIAÇÕES E DAS MUTAÇÕES CULTURAIS	44
2.1. A televisão em transformação nas múltiplas temporalidades	63
2.2. Padrão Globo de Qualidade: um certo modo ou o modo certo de se fazer TV?.....	75
2.3. Institucionalidades operando na reformulação de grades de programação na pandemia	84
3. CONVENÇÕES E GÊNEROS TELEVISIVOS: ENTRE RASURAS E REITERAÇÕES	98
3.1. Gêneros televisivos, formatos industriais e marcas de reconhecimento.....	102
3.2. Mediações e materialidades audiovisuais pandêmicas	111
3.3. Televisão e pandemia articulados a partir da tecnocultura	120
3.4. Convenções televisivas nas ambiências digitais	131
3.5. O(s) fenômeno(s) das <i>lives</i>	152
4. TECNICIDADES E MATERIALIDADES AUDIOVISUAIS: UM OLHAR SOBRE A PRODUÇÃO TELEVISIVA EM TEMPOS PANDÊMICOS	176
4.1. As primeiras adaptações	185
4.2. Os programas pandêmicos	193
4.2.1. Videoclipes pandêmicos	205
4.3. Teledramaturgia: adaptações e novas formas de fazer	213
4.3.1. Os casos <i>Amor de Mãe</i> , <i>Salve-se Quem puder</i> e <i>Um lugar ao Sol</i>	219
4.4. As reexibições e a reassistibilidade na pandemia	224
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	234
REFERÊNCIAS.....	248

1. INTRODUÇÃO

Eu quero começar esse texto falando de uma das minhas lembranças mais especiais. Estamos em 1996 no início do ano letivo, eu tenho oito anos - faria nove em maio -, minha mãe tinha acabado de me acordar para ir para escola e eu estou sentado no sofá da minha casa. A TV está sintonizada na TVE Bahia, mas naquela época a emissora não tinha programação 24 horas, então, durante a madrugada e até as primeiras horas da manhã, o sinal da Educadora FM era retransmitido. A barra de cores (ou *color bar*) ocupava o espaço da tela e eu permanecia ali, parado, olhando para a tela, quase que hipnotizado, enquanto ouvia Gal cantando *Açaí* de Djavan. Meu pai está no quarto, se vestindo e minha mãe também está na sala, passando roupa. Quando ela termina, chama minha atenção para adiantar, tomar banho, café, pôr a farda e ir para escola com meu irmão mais velho, que já estava quase pronto para sair. Eu tenho um carinho especial por essa lembrança. Tem o cuidado da minha mãe, tem o silêncio matutino do meu pai, tem a companhia constante do meu irmão mais velho e tem a televisão.

Eu acredito que foi ali, sentado naquele sofá, que meu interesse, curiosidade e paixão pela TV começaram. Em outras memórias especiais, ela também está presente: nas manhãs preguiçosas e nas noites ansiosas de domingo; nas tardes sonolentas pós aula; na reunião com os amigos para assistir o *reality show* favorito ou o episódio final da temporada de alguma série. Eu estaria mentindo se dissesse que era um sonho estudar ou pesquisar sobre televisão. Assim como a maioria das pessoas, até a minha adolescência, ela era mesmo uma forma de entretenimento, pura e simplesmente. Mas virou graduação em Rádio e TV, que trouxe um estágio em TV universitária, uma imersão em canal de televisão, que evoluiu para o professor que ministra disciplinas de TV na universidade, isso sem deixar o telespectador de lado, nas horas de descanso entre as aulas, nos domingos preguiçosos, nas noites jogado no sofá para assistir novelas.

Desde a infância até a docência, observar a televisão sempre foi, para mim, uma atividade atravessada por um certo fascínio. Fascínio porque, desde cedo, eu tive vontade de estar lá dentro, de alguma forma. Eu me imaginava dentro da televisão. Lembro que, na adolescência, impactado pelas novelas juvenis que assistia, especialmente *Malhação*, eu criava minhas próprias histórias no caderno. Imaginava personagens ganhando vida por meio da minha escrita ou da força da minha imaginação. Houve também um momento em que me imaginei apresentador de TV. Achava interessante toda aquela performance que envolvia o

palco: o jogo entre apresentador, entrevistado e convidados, a entrada da banda que iria se apresentar, o diálogo com a plateia.

Ainda na adolescência, nas tardes em que eu lutava contra a preguiça para estudar para alguma prova ou fazer a lição de casa, era ligando a televisão e assistindo ao *Video Show*, *Vale a Pena Ver de Novo*, *Sessão da Tarde*, *Fantasia* ou aos videocliques na MTV que eu me preparava – ou me distraía – antes de começar a estudar. Tenho também a lembrança do tempo do cursinho pré-vestibular, quando estava sendo reprisada a novela *Laços de Família*. Com frequência, sentia uma vontade enorme de faltar à aula só para poder assistir à reprise. E quantas vezes eu evitava sair de casa no horário de algum episódio importante de novela, ou fazia esforço para não dormir antes do fim de uma série ou de um programa que me cativava.

Na faculdade, todo esse fascínio e curiosidade começaram a se transformar em desejo de pesquisa e de produção. Produzir e estudar televisão passaram a caminhar juntos. Foi também nesse período que comecei a perceber como minha relação com a TV vinha se transformando. Muitos dos olhares que eu lançava sobre ela eram, na verdade, olhares dela. A televisão também olhava por mim. E hoje, rememorando, percebo que esses olhares eram, muitas vezes, emocionados e que pouco problematizavam a experiência em si. Por muito tempo, entendi o espectador a partir de uma lógica de distanciamento, como se eu mesmo não pudesse ocupar esse lugar de agência, de alguém que mobiliza essa relação por meio de produtos e pesquisas.

Ao longo desses muitos anos, fui também percebendo as transformações pelas quais a televisão passou e como essas mudanças foram atravessando minha própria experiência de espectador. Ainda muito criança, lembro do momento em que o controle remoto chegou à minha casa. A partir dali eu já não precisava mais ser o encarregado de levantar-se do sofá para trocar de canal. Essa pequena mudança já apontava para algo maior: uma transformação no modo de se relacionar com o conteúdo, com o aparelho e com a própria experiência de ver televisão. Mais adiante, num momento de melhora na situação financeira da minha família, minha mãe comprou uma televisão para o meu quarto. Foi quando eu e meu irmão passamos a ter liberdade para assistir a outras coisas, em paralelo ao que meus pais viam na sala. Mesmo assim, essa liberdade não anulou o prazer que eu sentia ao assistir algo em coletivo. Embora minha família nunca tenha sido de comentar muito o que estava passando, havia uma sintonia silenciosa entre todos nós. Esse mesmo ritual ainda se repete hoje, em especial aos domingos, durante o almoço em família. Ligamos a televisão, deixamos em algum canal aberto ou fechado, ou colocamos um show, uma música, um episódio em alguma plataforma de *streaming* e continuamos ali, compartilhando um tempo juntos ao redor da televisão.

Escolho trabalhar com essas reminiscências justamente para evidenciar que muito do que move esta tese parte de uma inquietação antiga, de um interesse construído ao longo da vida, de uma vontade genuína de fazer parte do universo televisivo. A pesquisa, nesse sentido, se apresenta como a forma mais completa possível de continuar observando os fenômenos que antes eu apenas sentia como espectador, e que agora posso tatear, analisar e compreender com mais profundidade como pesquisador. Percebo o quanto minha relação com a televisão é intrínseca, afetiva e estruturante. Essa relação, ao mesmo tempo em que me constitui, me faz ver com clareza como a experiência pessoal pode ser uma via potente para acionar memórias e articular as distintas temporalidades que me formam e conformam a TV.

Dito isso, volto meu olhar para essas transformações que marcaram a trajetória da televisão e que, por sua vez, movimentaram também transformações ao seu redor. Mais uma vez, numa situação de melhora financeira, tive acesso à TV por assinatura. Foi um momento importante, porque me permitiu perceber com mais nitidez algo que, hoje, nesta tese, ganha centralidade: as convenções, os gêneros, as formas pelas quais os programas se organizam e nos permitem reconhecê-los, estabelecer relações, criar vínculos. Chamava minha atenção ver como os canais segmentavam seus conteúdos: o canal do filme, o canal do esporte, o canal de desenho, o canal de comida, o canal de música. Era como se cada universo fosse organizado com base nesses modos de reconhecimento e familiaridade. Até aquele momento, minha experiência com a televisão havia sido muito pautada pela lógica da TV aberta comercial.

O acesso à TV por assinatura, que na minha casa só chegou nos anos 2000, me revelou uma gama maior de possibilidades criativas, narrativas e de linguagem. Mas, ao mesmo tempo, ficou claro que muitos desses programas dos canais pagos bebiam de matrizes da televisão aberta. Esse movimento, aliás, se repete hoje nas plataformas de *streaming*. Quando navegamos pelos catálogos de séries, filmes e programas, percebemos como muitas dessas produções carregam elementos das formas culturais da televisão. Seja nos formatos, nos gêneros ou nas estratégias narrativas, há pontes muito claras entre o que vemos no *streaming* e o que já víamos ou estamos vendo na televisão.

Pensar hoje nessa relação cada vez mais evidente entre televisão e *streaming* me leva a lembrar de um momento específico em que tudo isso começou a se configurar de forma mais intensa na minha experiência. Foi quando passei a assistir à televisão já conectado à internet, seja pelo celular, pelo tablet ou pelo computador. Ainda não vivíamos essa relação intensa com a internet como temos hoje, mas ali, na virada para a década de 2010, isso tudo me parecia especialmente novo. Era interessante poder, enquanto assistia a um episódio de novela ou a um *reality show*, acompanhar em tempo real as reações de outras pessoas que não estavam na sala

comigo, nem faziam parte do meu círculo íntimo de amigos. Naquele instante, porém, eu tinha a possibilidade de interagir com aqueles desconhecidos. Pela minha conta no X (antigo Twitter), eu lia comentários, fazia os meus, e, em várias ocasiões, podia interagir inclusive com pessoas envolvidas na própria produção daquilo que eu assistia, como diretores, roteiristas, artistas. Aquilo expandia enormemente a minha experiência televisiva. Um episódio, em especial, ilustra bem esse cenário: era o ano de 2012. Eu estava começando minha vida como docente. Lecionava, naquele semestre, uma disciplina chamada Programação de TV. Eu estava entusiasmado: finalmente poderia falar em sala sobre coisas que sempre me interessaram. Entre uma aula e outra, preparando o curso com textos de Arlindo Machado, François Jost, dentre outros autores, me deparei com uma reportagem que me marcou muito. Embora eu não lembre o nome do veículo, recordo que a discussão era sobre um possível fim da TV.

A matéria argumentava que, com o avanço da internet e das novas formas de consumo audiovisual, a televisão como a conhecíamos estaria com os dias contados. Aquilo me espantou. Não porque eu concordasse com a premonição, mas porque me fez lembrar quantas vezes, ao longo da história da televisão, a ideia do “fim” sempre esteve presente e, no entanto, esse suposto fim sempre foi, na verdade, a oportunidade de se pensar a transformação. Na ocasião do centésimo episódio de *Avenida Brasil*, a *hashtag* #OiOiOi, já consolidada entre os espectadores, alcançou o topo dos assuntos mais comentados do mundo no X (antigo Twitter). Era um momento muito potente: estávamos em plena discussão sobre a democratização do acesso à internet no Brasil, barateamento do acesso à banda larga e dos pacotes de TV por assinatura, a popularização dos *smartphones* começava a tomar forma e uma novela da televisão aberta ganhava centralidade justamente por meio de sua relação com a rede.

Esse episódio foi marcante para mim porque sintetizava muitas coisas: o uso social das plataformas digitais, a emergência de novas formas de audiência, e, acima de tudo, um novo modo de ver, fazer e reconhecer a televisão. Anos depois, ao entrar para o Centro de Pesquisas em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação (TRACC) e me debruçar com mais profundidade sobre esses temas, fui apresentado à noção de entorno tecnocomunicativo, formulada por Jesús Martín-Barbero (2009). Em uma entrevista concedida à revista da FAPESP, ele propõe, partindo das ideias do filósofo Javier Echeverría, que, após milênios de convivência no entorno natural e séculos de organização no entorno urbano – marcado pelas instituições sociais e culturais –, vivemos hoje a emergência de um terceiro entorno, o tecnocomunicativo, que não se resume a um novo meio ou aparelho, mas constitui uma nova forma de habitar e se relacionar com o mundo.

As ambiências digitais ainda eram novidade, mas já me provocavam a impressão de que o meu interesse por televisão era partilhado por muitas outras pessoas, com as quais eu podia estar em contato pessoal imediato mediado pela tela do computador. Estávamos todos falando, respondendo, vendo e sendo vistos em tempo real, afinal de contas, “eu não posso ligar o computador sem saber que sou visto. Vejo, mas sou visto, não há forma de impedir isso” (Martín-Barbero, 2009, p.19-20). Era um novo modo de ser e estar no mundo, um modo que hoje reconheço como estruturante da minha forma de olhar, de pesquisar e de me afetar pelos fenômenos que me interessam. Neste caso, o fenômeno central é a televisão. E é por meio dela que observo essas transformações culturais e comunicacionais que, desde aquele momento, já operavam em mim como matéria viva de estudo, memória e encantamento.

Muitas dessas transformações, como eu já vinha observando, podem até ser lidas por um viés puramente técnico ou tecnológico. É o que acontecia, por exemplo, naquela reportagem que mencionei anteriormente, cujo veículo já não consigo mais lembrar, mas onde a lógica era muito clara: uma tecnologia suplantaria a outra, e isso seria algo esperado, determinado. A televisão deixaria de ser uma coisa para se tornar outra. E essa outra coisa estaria agora inteiramente localizada na internet. A TV perderia sua função, sua forma, seu lugar e a internet a substituiria como principal espaço de circulação das histórias que antes víamos no sofá da sala.

Mas aqui, nesta tese, não me interessa olhar para essa lógica do “uma coisa ou outra”. O que me inquieta é justamente a recusa a esse tipo de leitura que simplifica os processos e apaga as camadas históricas, culturais e sensíveis da experiência televisiva. A própria noção de entorno tecnocomunicativo, como vamos discutir com mais profundidade aqui, é definidora para acessar um outro modo de compreender essas transformações. É a partir dessa lógica que podemos hoje identificar formas da televisão tanto no programa de TV que a gente ainda assiste na sala de casa, sentados no sofá, diante da grade de programação de um canal aberto ou fechado, quanto no vídeo curto extraído de um programa de TV, editado por um telespectador e postado em sua conta no Instagram, no canal do YouTube ou no X (antigo Twitter). Pode ser o capítulo da novela que vemos na íntegra ou aquele mesmo trecho que viraliza em cortes e reinterpretações, ressignificado a partir das dinâmicas de compartilhamento e reapropriação nas redes.

Também tem sido instigante observar como os modos de interação da audiência com a televisão vêm se transformando ao longo dos anos em que a minha própria experiência como espectador e pesquisador se conforma. Lembro da importância que tinha o envio de cartas para os programas. Era um gesto comum, quase ritualístico ver a imagem da Xuxa descendo da nave

e entrando numa piscina repleta de correspondências no palco do *Xou da Xuxa*, jogando os envelopes para o alto e lendo as mensagens em seguida. Aquela era uma forma de estabelecer contato com o programa, de sentir-se parte dele. Outra lembrança que também vem da infância é o programa *Hugo*, que incorporava uma lógica interativa bastante singular para a época: ligando para o programa, o telespectador podia comandar um personagem virtual numa jornada gamificada, utilizando as teclas do telefone como controle remoto.

Na adolescência, a audiência cativa da MTV era convidada a ligar para votar no videoclipe favorito que comporia a programação diária do *Disk MTV*, um dos programas de maior audiência do canal. Pouco tempo depois, o *Videoclash* permitiria ao público decidir, por SMS, qual clipe venceria uma batalha musical. Nesse percurso, já nos anos 2000, os *realities shows*, especialmente os de confinamento, como o *Big Brother Brasil*, se apresentaram como catalisadores dessas formas de interação. Nos primeiros anos, a participação se dava por telefone; depois, por SMS; e, por fim, passou a ser feita pela internet. Em uma lógica diferente, na *Casa dos Artistas*, do SBT, era possível que o público falasse ao vivo com Silvio Santos por telefone e dissesse quem deveria ser eliminado naquela semana.

A relação construída entre a audiência e esses programas mostra como as ritualidades e as socialidades ligadas à televisão vêm se modificando com o tempo. Sob a ótica do entorno tecnocomunicativo, essas experiências se espriam para novos formatos, como as *hashtags* que impulsionam debates em rede, ou mesmo as participações por videoconferência, que ganharam destaque durante a pandemia. Essas transformações também nos dizem muito sobre as mudanças nos modos de produção televisiva ao longo de sua história: da TV em preto e branco para a cores, a chegada do videoteipe e na última década a transição do analógico para a digital, já haviam demandado ajustes importantes nas rotinas e linguagens da produção. Da direção de arte ao figurino, da maquiagem à iluminação, tudo passou a ser pensado com outro cuidado, dada a nitidez trazida pela alta definição, que evidenciava erros antes imperceptíveis.

Observar essas lógicas e as múltiplas possibilidades que se abrem quando pensamos a cultura televisiva a partir desse prisma, e não mais a partir de oposições rígidas entre antigo e novo, entre analógico e digital, foi o que me guiou até aqui. Foi esse olhar, que me permitiu estruturar o projeto de pesquisa que, em 2020, tomou corpo e se transformou na minha pesquisa de doutorado. Foi nesse cenário, marcado também por uma série de mudanças profundas no mundo, nas rotinas, nas relações sociais e culturais, em um contexto de pandemia, confinamento e no repensar das práticas cotidianas, que essa tese começou a ser gestada.

Ainda era final de 2019 quando, pela televisão, fomos apresentados a uma realidade que parecia distópica ou difícil de acontecer: um novo coronavírus descoberto na China

colocou o mundo em alerta por conta do seu poder de alta transmissibilidade. Com a virada do ano, fomos vendo que o que parecia concentrado naquele país começava a se alastrar pela Ásia e para outros continentes. Em 26 de fevereiro, o Ministério da Saúde confirmou o primeiro caso no Brasil¹: um homem de 61 anos que havia estado na Itália, que naquele momento foi um dos países onde a doença mais rapidamente se espalhou. Ainda assim, por aqui, continuamos a seguir vida normal, nem mesmo o carnaval foi cancelado, mesmo com casos já anunciados no país. Em 11 de março, veio o anúncio da Organização Mundial da Saúde, de que a COVID-19, doença causada pelo novo coronavírus, seria a partir daquele momento caracterizada como uma pandemia. Segundo Tedros Adhanom Ghebreyesus, diretor geral da OMS, em notícia publicada no site da Organização Pan-americana da Saúde (OPAS)², na ocasião, havia “mais de 118 mil casos em 114 países e 4,2 mil pessoas perderam a vida. Outros milhares estão lutando por suas vidas em hospitais. Nos próximos dias e semanas, esperamos ver o número de casos, o número de mortes e o número de países afetados aumentar ainda mais”³.

Com o alastramento da pandemia da Covid-19 mundo afora, que, por conta da sua forma de contágio forçou estados e municípios brasileiros a instaurarem regimes de isolamentos sociais, muitos setores da economia foram afetados. Escolas com aulas presenciais suspensas, praias interditadas, centros comerciais fechados. Assim como todos os setores das artes e cultura que foram paralisados, a produção audiovisual, prática cunhada na coletividade, na reunião de pessoas em estúdios fechados e sets de filmagem, ao primeiro momento de enfrentamento da pandemia, também precisou se retrair.

Na impossibilidade de estar em presença, o audiovisual e as telas passaram a mediar ainda mais as nossas diversas relações. Com a família e os amigos, as videochamadas foram a saída para diminuir as distâncias, tanto no cotidiano quanto em datas comemorativas. Nas rotinas de trabalhos, as *calls* ocupavam parte considerável das agendas do dia a dia. Em 2020, os brasileiros passaram mais tempo na frente da televisão do que em anos anteriores e aumentou

¹ Coronavírus: Brasil confirma primeiro caso da doença. Disponível em <https://www.unasus.gov.br/noticia/coronavirus-brasil-confirma-primeiro-caso-da-doenca>. Acesso em 14 de nov. 2025.

² OMS afirma que COVID-19 é agora caracterizada como pandemia. Disponível em <https://www.paho.org/pt/news/11-3-2020-who-characterizes-covid-19-pandemic>. Acesso em 14 de nov. 2025.

³ A tradução do pronunciamento foi preparada pela Representação da OPAS/OMS no Brasil apenas para fins informativos e não constitui uma tradução oficial

o tempo consumindo conteúdo de vídeos em plataformas de *streaming*, tanto pagas quanto gratuitas⁴.

Quando as medidas de isolamento começaram a ser instituídas, eu tive o privilégio de poder ficar em casa. As aulas foram adaptadas ao modelo virtualizado e outras atividades da universidade foram, inicialmente, flexibilizadas para serem inteiramente desenvolvidas sem que precisássemos ir ao campus. Eu, assim como todos os outros professores e professoras passávamos horas dos nossos dias sentados à frente do computador, com a *webcam* ligada, dando aulas para alunos que, em sua maioria esmagadora, não se mostravam de volta. Alguns poucos que ligavam a câmera, compunham em tela dividida o mosaico de presença que embalava a manhã de aulas, dia após dia. Nos intervalos entre as atividades e principalmente no final do dia, era o conforto do sofá e a tela da televisão quem ditavam o descanso e o divertimento. A TV passou a ser o principal acesso ao mundo que estava lá fora e que não podíamos acessar. E foi assim, como professor e telespectador cansado e com medo do imprevisível da pandemia que o cerne desta pesquisa começou a nascer, mesmo que ainda de forma absolutamente despreziosa.

Eu comecei a perceber que os programas que eu acompanhava estavam diferentes. Nos telejornais, muitas passagens dos repórteres estavam sendo feitas das casas dos jornalistas ou de dentro das próprias redações, que apareciam mais vazias do que de costume. E essas passagens, bem como as entrevistas feitas com as fontes consultadas, eram gravadas de câmeras de celular ou das webcams, via aplicativos/*softwares* de videoconferência. Os programas de auditório dos finais de semana não tinham mais plateia e o apresentador ou apresentadora chamava sozinho(a) do palco reprises de números musicais ou entrevistas que haviam ido ao ar em edições anteriores. Depois de um tempo, esses mesmos programas passaram a adotar plateias virtuais, que apareciam sempre reagindo, batendo palmas e vibrando de suas casas – até alguns telejornais locais passaram a utilizar essa estratégia em algumas edições, especialmente aos sábados. Nos programas de entrevistas, entrevistador e convidado interagiam também via videoconferência. As novelas, impossibilitadas de serem gravadas, saíram do ar e foram substituídas por reprises. Em plataformas de *streaming*, algumas séries foram produzidas seguindo essa mesma lógica, com atores de suas casas interpretando perante as webcams, celulares ou câmeras digitais. Alguns programas “de TV” também estrearam

⁴ Conforme aponta pesquisa da Kantar Ibope, o brasileiro esteve diariamente com a televisão ligada por 7 horas e 39 minutos, o maior tempo nos últimos 05 anos. Essa mesma pesquisa indica o aumento de conteúdo de vídeos em *streaming* pagos e gratuitos, embora não especifique os números específicos de cada plataforma: <https://kantariibopemedia.com/conteudo/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil/>. Acesso em 14 de nov. 2025.

nessas mesmas plataformas, num caráter mais experimental, ensaiando fórmulas que poderiam ser replicadas posteriormente na grade das emissoras. O mesmo movimento aconteceu em alguns filmes, videocliques e vídeos publicitários.

Vimos também que o recurso do ao vivo, reconhecidamente um valor de definição da cultura televisiva, se intensificou nas mais diversas ambiências digitais. As *lives* se multiplicaram e se popularizaram. Todos os dias era possível acompanhar alguma performance ao vivo de algum artista, em especial da música. As agendas culturais passaram a noticiar essas apresentações. Os artistas mais populares chegaram a serem assistidos simultaneamente por milhões de pessoas, um espectro de audiência similar ao que os programas de TV atingem. Isso fez com que algumas dessas *lives* passassem também a serem exibidas nas programações de TV, sejam de canais abertos ou fechados.

Observei essas movimentações todas e percebi que ali havia um fenômeno que merecia ser estudado com atenção. As mudanças nos programas e nas rotinas das grades de programação revelavam marcas que, embora já pudessem ser notadas antes da pandemia, a partir de março de 2020 se tornaram mais evidentes. Os modos socialmente reconhecidos de se fazer televisão precisaram ser rapidamente adaptados e aquilo que antes aparecia como exceção ou experimentação, passa a se impor, ainda que de forma provisória, como regra – uma vez que, por conta das medidas de regulação e de controle da transmissão do vírus, emissoras e demais produtoras de conteúdo precisam adaptar suas rotinas e dinâmicas de gravação. Se olharmos para esse primeiro ano da pandemia com foco nas principais emissoras de TV aberta do país, o cenário é bastante revelador. Na TV Globo, por exemplo, durante todo o mês de abril de 2020, o único programa de entretenimento ao vivo mantido na grade era o *Big Brother Brasil 20*, que passou a ocupar um lugar estratégico, tanto como conteúdo inédito quanto como espaço de contato com o público, que acompanhava tudo de casa, numa espécie de confinamento duplo: o dos participantes na casa e o dos espectadores em suas residências.

A emissora suspendeu também as gravações das novelas que estavam sendo transmitidas⁵ e as substituiu por reprises. *Salve-se quem puder*, da faixa das 19h, e *Amor de Mãe*, da faixa das 21h, tiveram suas gravações interrompidas. Já *Éramos Seis*, da faixa das 18h, estava em suas últimas diárias de gravação e seguiu com os trabalhos com adaptações em algumas cenas para evitar que muitas pessoas estivessem no set de filmagem. Além das novelas, as séries e toda linha de shows de sua programação também saíram temporariamente

⁵ Globo suspende novelas e anuncia mudança na sua programação. Disponível em <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2020/03/globo-suspende-novelas-e-anuncia-mudanca-na-sua-programacao.html>. Acesso em 14 de nov. 2025.

do ar e todos os telejornais da emissora ganharam mais tempo na grade, houve inclusive a criação de um novo telejornal, o *Combate ao coronavírus*, que foi transmitido de 17 de março a 22 de maio. Os âncoras continuavam nos estúdios – exceto os mais velhos, que foram afastados por serem do grupo de risco – com uma equipe reduzida. Por conta dos protocolos de segurança, os repórteres estavam em suas casas, entrevistando fontes via videoconferência. Quando estavam nas ruas, usavam máscaras e um suporte extensor para levar os microfones direcionais até os entrevistados. Aumentaram também, nesses programas⁶, a participação da audiência, cujos vídeos, fotos e áudios enviados complementavam o conteúdo.

A TV Record suspendeu as gravações de suas novelas, incluindo *Amor Sem Igual* e *Gênesis*, esta última prevista para estrear em abril daquele ano, e afastou das atividades os profissionais enquadrados nos grupos de risco, como âncoras e comentaristas. Segundo reportagem da revista *Veja*⁷, as filmagens de *Gênesis*, que aconteciam no Marrocos, chegaram a ser mantidas por um tempo, mas sob constante reavaliação. Assim como na TV Globo, houve uma ampliação do espaço dedicado ao jornalismo, com a retirada de programas de entretenimento do ar. O SBT, segundo a matéria, avaliou se manteria as gravações da novela infantil *As Aventuras de Poliana* e a presença de plateias nos programas de auditório, após a recomendação de restrições por faixa etária. Ainda assim, programas como *Passa ou Repassa*, *Domingo Legal* e *Roda a Roda Jequiti* chegaram a ser exibidos sem plateia.

Com as competições esportivas suspensas, todos os programas de esporte da maioria das emissoras de televisão aberta também foram suspensos ou tiveram suas durações reduzidas. A Band, que tem uma grade com muitas horas dedicadas ao gênero esportivo, divulgou em nota publicada pelo portal UOL⁸, que não produzia novelas ou programas de auditório e as atrações que estavam no ar naquele momento não contavam com plateia, por isso, mesmo sem as partidas, iria manter seus principais programas no ar, como o *Os donos da bola* e *Jogo aberto*, já que ambos têm viés jornalísticos e poderiam atualizar as informações sobre o coronavírus chamando entradas de repórteres do departamento de jornalismo da emissora.

⁶ Embora se convencie designar a palavra “programa” para se referir ao conteúdo televisivo, neste projeto entendemos programa como todo e qualquer produto ou evento audiovisual. Para evitar repetição em demasia, o termo “produto” também será utilizado nos mesmos termos.

⁷ Coronavírus: Record TV altera grade de programação. Disponível em <https://veja.abril.com.br/cultura/coronavirus-record-tv-altera-grade-de-programacao/>. Acesso em 14 de nov. 2025.

⁸ Sem eventos, Band vai ajustar programação, mas manterá Renata Fan e Neto. Disponível em <https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/2020/03/18/sem-eventos-band-vai-ajustar-programacao-mas-manter-rena-fan-e-neto.htm>. Acesso em 14 de nov. 2025.

Conforme aponta Juliana Gutmann (2021) “a pandemia evidencia a centralidade do audiovisual enquanto expressão, dimensão tangível da mediação” (p.16). O audiovisual é também central “no processo de desestabilização e reconfiguração da experiência social contemporânea” (p.18). Assim como o consumo e as experiências audiovisuais nas mais distintas telas e ambiências sofreram modificações, o fazer audiovisual também foi afetado. Na televisão, telenovelas, telejornais, séries, *realities shows*, programas de auditório, *talk shows*, transmissões esportivas, enfim, toda a grade de programação das diversas emissoras precisou ser remodelada. No cinema, lançamentos adiados, sets de filmagens fechados, produções adiadas. Videoclipes, vídeos, séries para *streaming* e toda sorte de conteúdo videográfico para internet foram afetados de alguma forma.

Para além de perceber como essas institucionalidades operaram no campo televisivo e da comunicação, especialmente no modo como emissoras, produtoras de audiovisual e plataformas de *streaming* adaptaram seus processos para viabilizar a produção de programas e conteúdos durante a emergência sanitária, é necessário observar como as instituições responsáveis pela regulação, pela formulação de normas e pela emissão de recomendações atuaram no período.

Tratamos aqui de um cenário bastante distinto daquele vivido até dezembro de 2019. Embora no Brasil as medidas de prevenção tenham sido implementadas apenas a partir de março de 2020, já acompanhávamos, desde os primeiros meses daquele ano, o esforço de contenção da doença em outros países. A China, primeiro país a identificar casos, adotou protocolos rígidos de vigilância e controle; logo depois, diversas regiões da Europa enfrentavam situações críticas de expansão do vírus. As primeiras recomendações de alcance global partiram da Organização Mundial da Saúde, que divulgou informações sobre o avanço da doença, declarou a transição de epidemia para pandemia e orientou governos sobre os cuidados necessários diante daquele cenário.

No Brasil, os efeitos dessas decisões institucionais ficaram evidentes no cotidiano. A maior parte dos governos estaduais e municipais adotou medidas de contenção do contágio: restrição de circulação, recomendação de evitar aglomerações e transporte público, limitação do acesso a espaços como shopping centers e centros comerciais e, em alguns casos, definição de horários exclusivos para a população idosa. Cidades do interior chegaram a controlar a entrada de não residentes. Medidas simples, como o uso de máscaras em espaços externos, foram incorporadas à rotina.

Essas ações, contudo, confrontaram-se com o posicionamento do governo de Jair Bolsonaro⁹, que se opôs sistematicamente às recomendações e assumiu uma postura negacionista, incentivando comportamentos que contrariavam a lógica do cuidado coletivo e sugerindo, de modo irresponsável, que uma rápida disseminação do vírus permitiria um retorno mais célere à “normalidade”¹⁰. A tensão entre essas institucionalidades repercutiu nos modos de vida. A partir do olhar de Martín-Barbero, percebe-se como as normas de regulação implementadas no período reorganizaram práticas cotidianas, mobilidades, rotinas e percepções de risco, instaurando um ambiente simultâneo de controle, prevenção e medo: medo do contágio, de representar ameaça ao outro ao não utilizar máscara, de realizar atividades básicas como ir ao mercado, ao médico ou ao trabalho, especialmente entre aqueles impossibilitados de ficar em casa.

Nesse cenário, as empresas também tiveram de reorganizar seus modos de funcionamento. Algumas adotaram o teletrabalho; outras implementaram sistemas de escalas que distribuíam o comparecimento dos funcionários ao longo da semana. Ao mesmo tempo, observou-se um volume significativo de demissões, motivadas pelo impacto direto da pandemia sobre produtos e serviços e pela busca de redução de custos.

Importa reconhecer, no entanto, que a existência de normas, diretrizes e regulações não significou necessariamente sua observância. Paralelamente às medidas de contenção, proliferaram práticas de desrespeito: festas clandestinas, aglomerações deliberadas, recusa ao uso de máscaras e, em um momento posterior, resistência à vacinação quando ela se tornou disponível no segundo ano da pandemia. A vacinação, aliás, constituiu outra medida regulatória determinante, ainda que negligenciada e politicamente desarticulada no âmbito federal. Sua adoção implicou novas formas de controle de circulação, como a exigência de comprovante vacinal para o acesso a determinados espaços, entre eles aviões, e, em etapas mais avançadas da pandemia, salas de cinema e de teatro.

⁹ Uma matéria do The Intercept Brasil de março de 2025, quando completamos 5 anos desde a decretação da pandemia, rememora alguns dos posicionamentos criminosos de Bolsonaro durante a emergência sanitária no Brasil. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2025/03/18/pandemia-covid-bolsonaro-governo/>. Acesso em 14 nov. 2025.

¹⁰ Editado pelo Jornalista Tadeu Breda, o livro *Bolsonaro Genocida* reúne pesquisas que evidenciam como essas ações do ex-presidente Jair Bolsonaro favoreceram a disseminação da COVID-19, contribuindo para o colapso sanitário e o alto número de mortes no país, além de agravar as violações aos direitos indígenas e ampliar a devastação ambiental no país. Falarei mais sobre a desastrosa gestão da pandemia por parte do ex-presidente ao longo desta tese. Foram inúmeras decisões e situações que fomentaram a desinformação, atrasaram a chegada da vacina ao país e aumentaram a sensação de risco, medo e insegurança dos brasileiros.

Tais exigências, que à primeira vista poderiam ser percebidas como restrições ao direito de ir e vir, foram fundamentais para a retomada gradual das rotinas, para a reconstrução de algum senso de normalidade a partir de meados de 2022. Essa normalização, contudo, não apagou o fato de que centenas de milhares de vidas foram perdidas no país – muitas dessas mortes amplamente evitáveis caso houvesse, na esfera federal, um governante comprometido com a proteção da saúde pública. As regulações do trânsito, dos corpos e dos acessos, bem como as disputas em torno delas, configuraram o ambiente a partir do qual instituições públicas e privadas, inclusive as emissoras de televisão, estúdios e demais empresas de comunicação, estabeleceram suas próprias estratégias de adaptação para continuar funcionando naquele período.

A emergência sanitária ocasionada pela COVID-19 agilizou a solidificação de lógicas de produção pandêmicas, tais como produtos gravados fora dos estúdios, nas casas dos realizadores, por videoconferência, filmados por câmeras de celular ou webcam, com apoio técnico de membros da família ou de forma colaborativa, com envio de conteúdo gravado pelo público. Mas, é bem verdade que muitas dessas reconfigurações já estavam em curso, em certa medida, mesmo antes de 2020. O telejornalismo já vinha utilizando imagens gravadas por videoconferência, exibição de conteúdos enviados pelo público, sonoras captadas com áudio ruidoso e imagens tremidas em favor da transmissão da informação. Exemplos disso são as coberturas ao vivo, nas quais há pressa para reportar todos os acontecimentos e os links, quando feitos via internet (onde há oscilação na conexão) causa perda de qualidade na imagem e no som. Ou ainda a utilização, também nos telejornais, das imagens registradas por câmera de segurança, pelo cidadão comum utilizando celulares, câmeras portáteis ou ainda aquelas cedidas por instituições oficiais, como a polícia.

Gutmann (2012), ao acionar esse material audiovisual que não é produzido pela equipe técnica de um programa de TV, convoca essa prática enquanto poética do registro amador e esses registros “passam a atuar estrategicamente na produção de sentido de ampliação do mundo” (p.148). Esse conceito nos serve aqui como referência importante para pensar o modo de produzir televisão em cenário pandêmico, onde também se permite “imagens tremidas, com pouca nitidez e variação cromática, áudios com baixa qualidade, geralmente com grande quantidade de ruído, enquadramentos imprecisos, planos desfocados” (p.163) como possibilidade narrativa e estilística.

Em diálogo com a poética do registro amador, a produção televisiva realizada na pandemia nos deixa ver fissuras nos modos de fazer, mas também na linguagem: enquadramentos fechados, ausência de movimentos de câmera, a permissividade para as imagens e áudios não perfeitos, telas divididas, plateias virtuais, adoção da *screenlife* – estratégia de gravação que apresenta as situações como se elas estivessem acontecendo diante de uma tela – uso da interface de aplicativos de comunicação interpessoal (como o WhatsApp, Instagram e demais redes sociais) assimilados à estratégias narrativa dos programas –, utilização de imagens de arquivo, banco de imagens ou imagens feitas por drones. Essas e outras materialidades, ao passo que vão ganhando centralidade, forjam uma “nova cara” aos diversos produtos audiovisuais e se acomodando a eles.

Tomemos alguns programas que nos ajudam a ver esses movimentos que conformam essas materialidades audiovisuais pandêmicas e que serão acionados nesta tese a partir da minha experiência com eles na relação com o entorno tecnocomunicativo em um período pandêmico de isolamento. Começemos pela adoção da plateia virtual nos programas de auditório, como o *Domingão do Faustão*, da Rede Globo, ou em *talk shows*, como em *Eduardo Sterblitch não tem um talk show: o talk show*, da Globoplay. O primeiro, tem na presença da plateia sua força impulsionadora dos números musicais, entrevistas e quadros especiais. Nos primeiros programas no início da pandemia, o programa foi ao ar sem plateia. Depois, para a adoção da modalidade virtual, cada participante recebeu uma camisa, onde as cores identificam a procedência de cada caravana, para manter a convenção de uma gravação regular. Na modalidade virtual, cada participante ocupa um quadro na tela, também estão trajando camisas coloridas e são, a todo momento, acionados pelo apresentador, tal qual na modalidade tradicional do programa. Isso também acontece no programa da Globoplay, embora aqui, como faz parte da premissa do *talk show*, a plateia não só assiste e vibra, mas é entrevistada e ajuda o apresentador a entrevistar os convidados.

A série especial *Feito em Casa* do Netflix também nos deixa ver como a realização audiovisual caseira e remota pode ser acionada por produções viabilizadas pelas plataformas de *streaming*. Com produção de Lorenzo Mieli, Juan de Dios Larraín e Pablo Larraín, a série é composta de 17 curtas-metragens, cada um deles adota materialidades distintas para construir sua narrativa. No site da Netflix¹¹, Teresa Moneo, que assinava a direção de filmes originais da

¹¹ Unidos na quarentena: como a série Feito em Casa reuniu cineastas do mundo todo. Disponível em https://about.netflix.com/pt_br/news/how-homemade-united-filmmakers-from-across-the-globe. Acesso em 14 de nov. 2025.

plataforma no momento do lançamento da série em 30 de junho de 2020, diz que a produção é fruto de uma ideia simples, “uma antologia de curtas de cineastas talentosos sobre suas experiências na quarentena (...) na qual quartos e banheiros funcionam como locações e os celulares como câmeras”.

O episódio dirigido por Pablo Larraín conta a história de senhor de idade que conversa, via videoconferência, com uma de suas ex-namoradas. Já no episódio que conta com a direção de Rungano Nyoni, para que acompanhem a vida de dois ex-namorados que estão vivendo juntos na mesma casa por conta da pandemia, todo o curta é construído através de *screenlife* das conversas de WhatsApp entre o ex-casal e seus amigos. Embora tenha feito o investimento em produções que assumem essas materialidades audiovisuais pandêmicas como premissa básica de produção, o mesmo pronunciamento deixa claro que aquele é um método que a Netflix entendia como temporário, ao afirmar que “é estranho trabalhar em um projeto já torcendo para que, num futuro próximo, a situação em que nos encontramos logo vire algo do passado”. Isso explica por que a produção não está mais disponível no catálogo da plataforma – o que dificulta o acesso a esses arquivos que são importantes, não só como registro de época, mas como material de pesquisa.

Os videoclipes produzidos nos primeiros meses da pandemia também acompanham esse movimento. Em *Coisa linda*, Ivete Sangalo e Whindersson Nunes aparecem em um mosaico de telas juntamente com integrantes de suas respectivas bandas. Outros artistas como Joelma, com *Bota Pra Chorar*, Marília Mendonça, com *Vira Homem*, e Chico César, com *Sobre-Humano* também usaram das telas divididas em suas produções. Já Anitta em *Tócame* e Mahmundi, em *Nova TV*, gravam de suas casas e utilizam de drones para fazer contato com o mundo externo – estratégia que também aparece no episódio dirigido por Ladj Ly em *Feito em casa*, da Netflix.

Com dois episódios, *Sala de roteiro*, disponível no Youtube, é um projeto de Fernando Meirelles com texto de Antônio Prata e utiliza da videoconferência para construir sua narrativa que satiriza os absurdos da política brasileira. As telas divididas e videoconferências aparecem também na webserie *Trabalhando de Casa* do Porta dos Fundos. As séries *Diário de Um confinado*, da Globoplay e exibida na Tv Globo e *Amor e Sorte*, da TV Globo, foram feitas com equipes diminutas, em tempo menor do que o convencional e em um fluxo de produção que compreendia o envio de kits de gravação para que o próprio elenco produzisse, gravasse e desproduzisse todo o set de filmagem (que era, via de regra, sua própria casa), tendo familiares ocupando funções diversas de uma produção audiovisual (como assistentes de produção, arte, fotografia e direção, por exemplo). A Globoplay também hospedou o projeto *Sinta -se em casa*,

do humorista Marcelo Adnet, que era composto por vídeos curtos, diários, produzidos de forma caseira e remotamente pelo próprio humorista – que também gravou quadros com proposta semelhantes para o *Big Brother Brasil*.

Como vimos, as formas de produção e a própria experiência televisiva passaram por transformações de ordem técnica e de linguagem e a televisão, bem como outras produções audiovisuais, precisou encontrar maneiras de inserir esses ajustes em seu próprio mecanismo de criação. Mesmo com outro ritmo, com gravações mais lentas e menos pessoas envolvidas nos sets e estúdios de filmagem, por vezes se valendo de gravações caseiras e apoios de familiares, os programas continuaram a serem produzidos. O fenômeno aqui analisado vai de encontro ao que postula Hall (2009, p.367) quando afirma que “as estruturas institucionais de radiodifusão, com suas práticas e redes de produção, suas relações organizadas e infraestruturas técnicas, são necessárias para produzir um programa”.

Dessa forma, essa tese se debruça em pensar as televisualidades conformadas em fluxos audiovisuais (Ferreira, 2019) na relação com a pandemia e investigar, a partir de uma entrada pelas tecnicidades e pelas lógicas de produção, as materialidades audiovisuais (Gutmann, 2021), que se apresentam em programas de TV, séries, videocliques, conteúdo para *streaming*, se conformando em materialidades audiovisuais pandêmicas que nos ajudam a ver transformações na cultura, linguagem e dinâmicas de produção televisiva. A fim de melhor delimitar o que estamos aqui acionando como período pandêmico, tomamos como marco iniciático o anúncio feito pela OMS em 11 de março de 2020, deflagrando que o surto de COVID-19 passaria a ser caracterizado como uma pandemia, tendo o seu fim decretado somente em 05 de maio de 2023, em anúncio¹² feito pela organização.

De saída, algumas questões se mostram importantes: tão logo as determinações de regulação e controle em vistas a diminuir o alastramento do vírus começam a ser implementadas, como e quais lógicas de produção são alteradas para que os programas continuem sendo produzidos na pandemia? Quais formas materiais que já haviam despontado como possibilidades narrativas e estilísticas se solidificam? E quais surgem como materialidades audiovisuais com a produção televisiva realizada na pandemia? Quais dessas novas materialidades se mantêm com o fim da pandemia? O que mudou na experiência dos sujeitos com a televisão no e após o período pandêmico? E como a partir desse cenário podemos

¹² OMS declara fim da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional referente à COVID-19. <https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente>. Acesso em 14 de nov. 2025.

perceber as convenções televisivas se mostrarem resilientes e operantes em produtos distintos concebidos nas e para as distintas ambiências digitais?

Partimos da concepção de entorno tecnocomunicativo, de Jesús Martín-Barbero (2009), no qual todos estamos inseridos e onde há o enredamento das nossas experiências cotidianas às tecnologias de comunicação, para olhar a televisão de forma espraiada, não limitada apenas à noção de mídia ou de veículo. Para o autor, além dos entornos natural e urbano, estamos também imersos em um terceiro entorno, “onde somos vistos e vemos. E vemos ativamente. Produzimos visibilidade. Construimos visibilidade para nós e outros” (p.10). Nesse ecossistema comunicativo complexo, “não faz sentido pensar em fronteiras entre as mídias”, e, por isso “parece-nos razoável supor que a experiência midiática se relaciona não apenas com a televisão, mas com o audiovisual em sua forma mais múltipla” (Cerqueira, 2020, p.20).

Para tanto, tomo a pandemia como mediação das institucionalidades para investigar as tecnicidades e lógicas de produção dos programas audiovisuais realizadas no período, a fim de mapear materialidades e transformações nas convenções e nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão. Me interessa, ainda: mapear as marcas de linguagem e de produção, identificando como as produções que são realizadas caseira e remotamente ajudaram a conformar um certo modo de produzir TV no e após o cenário pandêmico; investigar como as mais distintas produções televisivas realizadas na pandemia, uma vez configuradas como formas mestiças de comunicação (Martín-Barbero, 2009), tensionam as competências de recepção na pandemia e articulam ritualidades que abarcam as ambiências digitais; entender, a partir das noções de entorno tecnocomunicativo e fluxos audiovisuais, como as experiências com o audiovisual foram transformadas na pandemia, ganhando centralidade; e historicizar as produções televisivas feitas remotamente a fim de investigar pistas de como esses modos de fazer já se mostravam como possibilidades antes da pandemia e sua possibilidade de manutenção pós pandêmica.

Esta pesquisa entende, partindo de Machado e Vélez (2007, p.03) que é imprescindível a “busca de métodos mais precisos de análise de programas, que possibilitem resultados mais densos em termos de compreensão da real capacidade da televisão de dialogar com o mundo em que está inserida” e propõe um movimento teórico-metodológico articulado aos Mapas da Mediações (Martín-Barbero, 2008) e das Mutações Culturais (Martín-Barbero, 2009) para melhor entender a televisão enquanto forma cultural (Williams, 2016) e sua produção nos primeiros anos da década de 2020. Com isso, se quer reconhecer e analisar as transformações

pelas quais passaram os modos de fazer, ver e reconhecer a televisão no período que se inicia em março de 2020 com a pandemia e que resulta em materialidades que deixam ver, ainda, alterações na linguagem audiovisual.

De acordo com Ferreira (2019, p.90), ambos os mapas formulados por Martín-Barbero, são importantes por nos permitir “analisar as articulações entre experiências e formatos industriais, fluxos audiovisuais e identidades, sensibilidades e tecnicidades e os processos históricos, políticas e culturais que configuram o entorno tecnocomunicativo brasileiro”. No que se refere ao Mapa das mediações, o eixo sincrônico nos é essencial para que seja possível ver as articulações das tecnicidades para a produção de materialidades audiovisuais (Gutmann, 2021) e como as lógicas de produção, em articulação com as ritualidades e competências de recepção, atuam nessas conformações em cenário pandêmico. Aqui, Martín-Barbero “quer enfatizar o dinamismo que há entre os processos de produção e recepção, além de enfatizar a relação multidirecional que existe entre eles” (Ferreira, 2019, p.96).

Já o eixo diacrônico “é estabelecido na relação entre os elementos residuais e as inovações, na tensão que se estabelece entre os formatos industriais – os programas –, e aqueles elementos que servem como referência histórica, atuantes na definição do que é a cultura hoje: as matrizes culturais” (Ferreira, 2019, p.95). Para nós, esse olhar a partir das distintas temporalidades é de grande importância, para nos fazer ver, de forma historicizada, as produções televisivas em período pandêmico. Serão articulados conceitos, autores e diversos produtos audiovisuais, tomando a programação televisiva produzida neste período como vetor (Gutmann, 2021) que nos deixa ver transformações, reiteraões e/ou rasuras nas convenções, nos gêneros midiáticos, nas ritualidades, institucionalidades, tecnicidades e socialidades que medeiam os processos comunicacionais (Martín-Barbero, 2008), nas lógicas de produção e nas gramáticas de usos nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão.

A noção de fluxo, conforme formulada por Raymond Williams (2016), é aqui mobilizada como eixo organizador do percurso analítico, permitindo compreender a experiência televisiva como uma prática cultural complexa e continuamente articulada. Ao propor que a organização da radiodifusão não deve ser entendida como a simples soma de programas, chamadas e intervalos publicitários isolados, Williams aponta para a existência de um arranjo que é operado enquanto experiência contínua e não fragmentada. Esse fluxo é atravessado por interesses econômicos, políticos, sociais e culturais, funcionando a partir da mobilização da vida cotidiana. Assim, o fluxo não apenas estrutura a programação, mas agencia sentidos, práticas, e reconhecimentos que fazem da televisão um lugar de partida para pensarmos na conformação das experiências midiáticas contemporâneas, em fluxo e de forma

espraiada, assimilando, a partir da noção de entorno tecnocomunicativo, todo um ecossistema cultural midiático que abarca ambiências, formatos, linguagens e temporalidades distintas.

Itania Gomes (2023) interpreta que, segundo Williams, nas formas de comunicação anteriores à televisão, a experiência cultural era pautada pela fruição de obras isoladas, como livros, peças teatrais ou concertos, característica que também marcou as primeiras impressões sobre a TV. A autora observa que, na noção de grade de programação, ainda persiste a ideia de unidades separadas, com programas e intervalos comerciais bem delimitados. No entanto, ressalta que "o modo cotidiano como falamos de 'assistir televisão' oferece pistas de uma experiência outra com a televisão e não mais com seus programas isolados" (p. 54).

Ao recorrer à concepção de Williams sobre a televisão como tecnologia e forma cultural, Gomes enfatiza que a noção de fluxo passa a organizar a experiência televisiva de maneira distinta, marcando novos modos de relação com o meio. Compreendendo que “fluxos têm a ver com experiência, com modos específicos de sentir, ver e fazer” (Ferreira, 2019, p. 30) e que “a articulação entre fluxo e a rotina cotidiana é uma chave que nos permite vislumbrar como a experiência de consumo se articula com a produção audiovisual” (Cerqueira, 2020, p. 16), assumo aqui um movimento analítico que parte da minha própria vivência como telespectador. Essa escolha se ancora na compreensão e reconhecimento da experiência como um operador teórico-metodológico capaz de articular aspectos importantes dessas transformações da televisão que me proponho a observar e analisar.

Foi a partir da quarentena imposta pelo modo como as instituições – Organização Mundial da Saúde, governos federais, estaduais e municipais, Ministério e Secretarias de Saúde, empresas privadas e públicas, dentre elas, as emissoras de televisão, plataformas de *streaming*, estúdios e produtoras audiovisuais – lidaram com a pandemia de Covid-19 que este projeto se iniciou, em meio ao consumo e à relação com os distintos programas televisivos e produtos audiovisuais que serão aqui acionados, atravessando múltiplos gêneros, formatos e plataformas. Essa imersão forjada no cotidiano atravessado pela pandemia conformou o enredamento que orienta as escolhas analíticas desta pesquisa e sustenta a aposta na experiência como via potente para observar as transformações, rasuras e reiterações que atravessam o campo televisivo. Ainda de acordo com Gomes (2023), olhar para fenômenos de comunicação a partir da experiência “é um desafio fundamental na própria constituição dos estudos culturais, em seu movimento por compreender as culturas vivas e a mudança, a transformação” (p. 41).

Concordamos com a autora quando afirma ainda que a experiência “surge como articulação entre vivência e cotidiano, com forte ênfase na pesquisa empírica e na ideia do vivido” (ibidem) e por isso, ao longo desta tese, irei acionar, em fluxo, os diversos programas

que foram se apresentando pra mim ao longo do período pandêmico e que nos deixam ver as tramas, enredamentos e práticas, articulá-los e rearticulá-los, a fim de investigar as transformações nos valores, modos de fazer, ver e reconhecer a televisão, tomando a pandemia como mediação de institucionalidades que tensionaram mudanças nas tecnicidades e lógicas de produção audiovisual.

A autora chama atenção para a centralidade da vida vivida na ampliação do conceito de cultura que dá origem aos estudos culturais. Trata-se de uma ênfase que desloca o olhar da cultura a fim de compreendê-la como um campo de experiências, práticas e sentidos compartilhados no cotidiano. É nessa perspectiva que os estudos culturais se inserem, reconhecendo uma dimensão fundamental da cultura: aquela que se manifesta “através de uma vida que atribui especial relevo aos pormenores, a elemento sensorial e pessoal” (Hoggart *apud* Gomes, 2023, p.41). Nesse percurso, Gomes aciona os trabalhos de autores como Richard Hoggart, Raymond Williams e Edward P. Thompson, que sustentam uma concepção da cultura enraizada nas vivências, o que permite a análise empírica das práticas culturais e são articuladoras dos estudos culturais, uma vez que “a valorização da ideia de cultura vivida ou de cultura comum está no centro de uma preocupação ampla com a mudança e a transformação” (idem, p.42).

Este trabalho, portanto, está ancorado nas inflexões teórico-metodológicas que orientam o projeto desenvolvido pelo Centro de Pesquisa em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação (TRACC). Busca-se aqui adensar e dar continuidade às discussões empreendidas pelo Centro, mobilizando operadores analíticos, autores e pesquisas previamente realizadas por seus integrantes, bem como por pesquisadores de outras redes das quais o TRACC participa. Ao acionar autores como Jesús Martín-Barbero, Raymond Williams, Lawrence Grossberg, Stuart Hall, entre outros, esta tese se inscreve em uma tradição consolidada no âmbito do Centro: se dedicar à análise de diferentes formas culturais, como o telejornalismo, a telenovela e a própria televisão, a partir de seus modos de construção enquanto objetos de reflexão no campo dos estudos culturais. A perspectiva adotada parte da análise de uma variedade de produtos comunicacionais, buscando estabelecer conexões entre dimensões estéticas, históricas e políticas, de modo a fortalecer o diálogo entre os estudos culturais e a pesquisa em comunicação.

Essa abordagem permite examinar os processos de formação e transformação das formas culturais, considerando os múltiplos atravessamentos que as constituem, incluindo questões de linguagem, modos de recepção e disputas por sentido. Com isso, a pesquisa se alinha também a uma trajetória já sedimentada no TRACC, especialmente nas investigações

voltadas ao telejornalismo, à televisão como prática cultural e às análises de formatos midiáticos diversos. Ao adotar esse posicionamento, esta tese mantém-se vinculada aos eixos de interesse do Centro, voltados à compreensão das disputas políticas, econômicas e sociais que atravessam o campo televisivo, assim como às convenções narrativas e de gênero, às estratégias de mediação e às lógicas de produção que conformam a cultura televisiva contemporânea.

É importante destacar que, embora a pesquisa que apresento aqui tenha se delineado ainda na escrita do projeto de pesquisa apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, seus contornos e encaminhamentos começaram a ganhar forma já no primeiro dia da disciplina Temas em Práticas de Análise de Produtos e Linguagens da Cultura Mediática, ministrada por Itania Gomes e Thiago Ferreira, no ano de 2021, que foi ofertada em pleno período pandêmico, no formato remoto, o que intensificou os debates sobre cultura, comunicação e estudos culturais como campos de tensão, disputa e diálogo, o que foi crucial para o meu projeto analítico, uma vez que, naquele momento, minha relação e experiência com muitos dos programas que eu aciono aqui estavam sendo construídos em paralelo ao meu adentrar no programa e, em especial, aos encontros do TRACC. Desde então, os interesses da pesquisa foram sendo intensificados por um esforço contínuo de compreensão das transformações culturais em curso, com foco nas disputas por sentido e hegemonia, sobretudo porque essas rasuras e/ou reiterações que observo nas convenções televisivas dão a ver movimentos de institucionalidades que reiteram a centralidade da televisão no nosso cotidiano, sobretudo no período em questão.

A partir da análise de produtos audiovisuais diversos – sejam eles televisivos, oriundos de plataformas de *streaming* ou das mais variadas ambiências digitais –, buscamos analisar como determinadas estéticas e modos de produção, especialmente aqueles marcados pela gravação remota e em ambiente doméstico, passaram a ocupar o espaço da tela. Imagens produzidas com celulares, webcams ou outros dispositivos, muitas vezes mediadas por videoconferências ou gravadas de forma improvisada, tornaram-se frequentes. Esse tipo de imagem, que até então ocupava um lugar periférico ou era associada a produções de baixo orçamento, passou a se inserir no centro da produção audiovisual, seja como recurso criativo, seja como consequência das limitações impostas pela pandemia.

Os conceitos de estrutura de sentimento e convenção (Williams, 1979) são acionados a fim de nos possibilitar construir o nosso esforço analítico dos programas escolhidos partindo de uma prerrogativa historicizada, articulando também as noções de tecnocultura (Gomes; Antunes, 2019), experiência e fluxos audiovisuais em rede (Gomes, 2023), gênero midiático

(Gomes, 2002; Mittell, 2014) formas mestiças e entorno tecnocomunicativo (Martin-Barbero, 2009) e audiovisual em rede (Gutmann, 2021), para melhor compreender as inadequações e limites borrados entre os meios, com a aposta de encontrar rasuras nas convenções pelas quais reconhecemos os gêneros midiáticos, característica que dá o tom dessa televisão contemporânea que nos é (re)apresentada neste cenário pandêmico.

Nesse ínterim, e assumindo aqui novamente o meu lugar de telespectador, a programação da TV Globo terá centralidade ao longo deste trabalho. Suas telenovelas, programas de auditório, telejornais e demais formatos televisivos serão acionados para compreendermos as transformações que buscamos investigar, especialmente no que diz respeito às reconfigurações da experiência televisiva em tempos de pandemia. Lançaremos ainda um olhar historicizado sobre a emissora, que nos permita tensionar suas institucionalidades e intencionalidades, sobretudo no que diz respeito à sua contínua intenção de se colocar como principal guardiã da memória cultural e televisiva do país. Ao longo de suas seis décadas de existência e hegemonia no cenário midiático nacional, a Globo construiu uma relação metonímica com a própria ideia de televisão no Brasil.

Isso impacta não apenas na forma como se compreende a cultura televisiva brasileira em si, mas também na maneira como a própria noção de Brasil e de identidade nacional é produzida e comunicada pela Globo, uma vez que ela reivindica esse lugar de detentora das imagens e memórias que nos constituem como brasileiros. Aqui, a minha experiência com a programação da emissora me possibilita convocar em fluxo audiovisual diversos outros programas produzidos no período aqui evocado. Nesse sentido, olhar para a programação da emissora é também observar os mecanismos pelos quais se articulam poder simbólico, legitimidade e disputas em torno das transformações que aqui nos interessa analisar.

O chamado “padrão Globo de qualidade” também será convocado como uma chave importante para compreender as estratégias de aproximação, familiaridade e reconhecimento construídas historicamente em torno de um certo modo de fazer televisão no Brasil. Mais do que um conjunto de normas estéticas ou técnicas, esse padrão envolve uma articulação complexa entre critérios tecnológicos, operacionais, políticos, administrativos e mercadológicos que, ao longo do tempo, consolidaram um modelo de produção reconhecível e legitimado pelo público. Esse modelo não apenas estabeleceu as expectativas do público em relação ao que se entende por “boa televisão” ou “o modo certo de fazer TV”, como também segue influenciando a forma como consumimos e nos relacionamos com conteúdos em outras ambiências midiáticas: mesmo fora da televisão, traços desse padrão podem ser identificados em produtos audiovisuais distribuídos por diversas plataformas.

Partiremos, portanto, de uma abordagem analítica que abrange diferentes formatos, com ênfase em programas televisivos. Serão também considerados produtos oriundos das plataformas de *streaming*, vídeos, além de vídeos publicados em redes sociais como YouTube, Instagram, TikTok, Kwai, entre outras. O recorte se concentra no período da pandemia de COVID-19 e nos desdobramentos que se seguiram, com o objetivo de observar possíveis fissuras, deslocamentos ou reiterações nas convenções anteriormente estabilizadas no campo audiovisual.

A análise parte do pressuposto de que as condições específicas de produção não apenas reconfiguram os conteúdos audiovisuais, mas também deixam marcas em sua forma, como destaca Martín-Barbero (1998, p. 299), ao afirmar que “o que importa é o que configura as condições específicas de produção, o que da estrutura produtiva deixa vestígios no formato, e os modos com que o sistema produtivo – a indústria televisiva – semantiza e recicla as demandas oriundas dos 'públicos' e seus diferentes usos”. Trata-se, portanto, de investigar como essas marcas se inscrevem nas materialidades audiovisuais e como as técnicas e lógicas de produção foram articuladas e rearticuladas, dando a ver outras formas possíveis de realização televisiva e audiovisual no período aqui estudado.

Para compreender as transformações e investigar de que maneira emergem outros e novos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão, propomos aqui uma análise que considere tanto as lógicas de produção de diferentes produtos audiovisuais quanto os posicionamentos institucionais adotados pelas emissoras e produtoras envolvidas. Esse exame abrange desde a atuação das equipes técnicas e criativas até os métodos e protocolos de segurança implementados durante o período pandêmico. A intenção é observar como esses elementos se combinam na construção de uma gramática específica do audiovisual em tempos de pandemia, cujas marcas se manifestam nas escolhas de linguagem, incluindo concepções de direção, soluções de fotografia, modos de planificação, enquadramentos, organização compositiva das cenas, movimentos de câmera, estratégias de montagem, tratamento sonoro, direção de arte e formas de roteirização, que nos ajudam a ver o que estamos chamando de materialidades audiovisuais pandêmicas.

Essa abordagem se ancora na ideia de que há uma dimensão técnica e simbólica em jogo nos processos de produção, em que a gramática do fazer audiovisual se constitui em resposta tanto às dinâmicas do mercado quanto às transformações tecnológicas. Como afirma Gomes (2011, p. 126), “a relação entre matrizes culturais e formatos industriais implica a articulação entre gramáticas gerativas, que se articulam às mudanças do capital, mas também às mudanças tecnológicas”. Acrescentamos aqui que essa articulação entre matrizes e formatos

é igualmente atravessada pela mediação das institucionalidades, cujas regulações, normativas e enquadramentos incidem sobre os modos de fazer e sobre as possibilidades concretas de produção. É precisamente nesse ponto que situamos a pandemia nesta tese: como uma mediação de institucionalidades, que reorganiza condições de trabalho, protocolos, rotinas e acessos que levaram à reconfiguração das lógicas e rotinas de produção e da própria gramática e linguagem televisiva e audiovisual.

Para tanto, no segundo capítulo, a televisão será articulada a partir dos Mapas das Mediações e das Mutações Culturais propostos por Jesús Martín-Barbero. Esses dois mapas se configuram como os principais referenciais teórico-metodológicos desta pesquisa, fundamentais para a compreensão e análise das transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão no período pandêmico e após. É a partir dessa chave que nos dedicaremos a entender as materialidades audiovisuais que emergem durante a pandemia e que se tornam centrais para o nosso objeto. Também tensionaremos como as mediações, especialmente as tecnicidades, ritualidades, institucionalidades e socialidades, são acionadas na constituição da cultura televisiva e no espraiamento dessa cultura para as distintas ambiências digitais. Para isso, será também mobilizada a noção de entorno tecnocomunicativo, também desenvolvida por Martín-Barbero, que nos permite compreender como a televisão se reorganiza a partir das transformações nas formas de habitar, interagir e comunicar-se no mundo contemporâneo.

Neste capítulo, seguiremos observando as transformações da televisão em suas múltiplas temporalidades, adotando um olhar historicizado que nos leva a revisitar o surgimento da TV no mundo e, com ênfase particular, no Brasil, a partir da década de 1950. Essa perspectiva histórica será atravessada pela análise das relações entre televisão e cotidiano, entendendo a vida vivida como elemento estruturante da maneira como o público se conecta ao meio, a partir da programação e dos gêneros que a compõem. Também tensionaremos o “Padrão Globo de qualidade”, revisitando o contexto em que esse termo surge e analisando como ele se conforma ao longo do tempo. Investigaremos não apenas sua presença na programação da emissora, mas também seu espraiamento em termos de expectativas do público e do mercado, influenciando formas de reconhecimento e validação da produção audiovisual para além dos limites institucionais da própria Globo. Aqui, veremos como o binômio telejornal e telenovela desempenha um papel central na formação de uma ideia hegemônica sobre um certo modo ou “o modo certo” de fazer televisão no Brasil.

Por fim, ainda nesse capítulo, abordaremos as transformações ocorridas na formulação das grades de programação televisiva durante a pandemia, tomando como ponto nevrálgico a

programação da Rede Globo. Tomando a mediação das institucionalidades tensionadas a partir da pandemia e das disputadas acionadas medidas de controle e regulação na tentativa de conter o alastramento do vírus, analisaremos as mudanças instauradas com o avanço da emergência sanitária, observando os jogos institucionais que se evidenciam tanto nas decisões sobre os programas que saem do ar quanto naquelas que definem o que passa a ser produzido ou reconfigurado a partir de então. Ao alterar suas grades de programação em resposta à pandemia, a TV Globo nos oferece um campo fértil para observar como os gêneros, as convenções e as estruturas narrativas que os sustentam foram tensionados e, em muitos casos, reformulados.

Já no terceiro capítulo, voltamos nossas atenções para a noção de convenções, com o objetivo de observar as rasuras, reiterações e reconfigurações que se intensificam com a pandemia, a partir das formulações de Raymond Williams (1979). Uma vez transposto para a análise das formas televisivas, pensar as convenções nos revela dimensões de reconhecimento e familiaridade que são centrais para a experiência com o audiovisual. Para pensar as transformações que nos interessam aqui, também será convocado o conceito de estrutura de sentimento, também proposta por Williams. Ao olhar para a televisão sob esse prisma, conseguimos historicizar as mudanças que se operam nas convenções e identificar como múltiplas temporalidades se articulam nas formas de ver e fazer televisão.

Também no terceiro capítulo nos debruçaremos ainda sobre os gêneros midiáticos e os formatos industriais, com foco nas marcas de reconhecimento que tornam o televisivo identificável em diferentes suportes e contextos. Tomaremos como base os preceitos de Jason Mittell (2004) e Itania Gomes (2002; 2011) para compreender como os gêneros são construídos relacionalmente, em constante negociação entre produção, circulação e recepção. Retomamos o binômio telejornalismo e telenovela, bem como a outros gêneros televisivos, para entender como modos de endereçamento, estabilidade em fluxo, reconhecimento e familiaridade se consolidam em torno dos gêneros e são ressignificados à luz da cultura televisiva.

Avançaremos também na discussão sobre mediações e materialidades audiovisuais pandêmicas, convocando o olhar de Juliana Gutmann (2021) sobre audiovisual em rede, articulado às mediações a partir de Martín-Barbero. Essa aproximação nos permite compreender como a cultura televisiva se desloca e se atualiza nas ambiências digitais, sem perder de vista seus modos de reconhecimento. Dessa forma, torna-se evidente como convenções e gêneros televisivos se atualizam e permanecem identificáveis em produtos que circulam nas plataformas e redes digitais. A noção de televisão enquanto forma cultural, também proposta por Raymond Williams (2016), será mobilizada para pensarmos as ideias de

fluxo e experiência como dimensões essenciais na constituição da relação entre público e programação.

Em seguida, analisaremos algumas das primeiras respostas da televisão à pandemia, observando modificações, rasuras e adaptações em formatos já consolidados que passaram a operar dentro das novas condições de produção, o que nos permite identificar as materialidades audiovisuais pandêmicas que estamos propondo observar ao longo do trabalho. Para tanto, a noção de tecnocultura, apresentada aqui a partir de Gomes e Antunes (2019), será acionada para complexificar nosso entendimento sobre o papel da tecnologia nesse contexto. Em vez de associarmos transformação à ideia de inovação técnica, nos interessa olhar para as tecnologias atravessadas por dinâmicas políticas, sociais e econômicas cotidianas. Nesse sentido, é a articulação entre contexto e cultura que nos permite entender os sentidos assumidos pelas mudanças na televisão, compreensão que nos é sustentada a partir de Lawrence Grossberg (2010). Por fim, será convocada a noção de formas mestiças, formulada por Martín-Barbero (2009), para pensar como as formas culturais contemporâneas se constituem a partir de hibridizações entre linguagens diversas. Essa noção nos permite compreender como os gêneros televisivos e suas convenções se entrelaçam com outras lógicas comunicacionais, dando forma a uma paisagem comunicacional cada vez mais interrelacional.

Seguiremos neste capítulo ampliando a discussão sobre as convenções televisivas, deslocando nosso olhar para as ambiências digitais, a fim de compreender como essas convenções ultrapassam os limites do meio televisivo tradicional e se reconfiguram em outros formatos e plataformas. Interessa-nos observar como certos modos de fazer, ver e reconhecer o televisivo persistem, ou mesmo ganham novo fôlego, em espaços como o Instagram, o TikTok e o Kwai, especialmente a partir do cenário pandêmico. Os fenômenos das mininovelas, novelas verticais e dos vídeos de humor com sátiras ao telejornalismo se apresentam aqui como foco da nossa análise. Essas produções de curta duração, com estrutura episódica, resgatam convenções tradicionais dos referidos gêneros, adaptando-as às lógicas, tecnicidades e temporalidades das redes sociais. Para compreender esses movimentos, retomamos a Gutmann (2021) que a partir da noção de trama audioverbovisual nos aponta como as mininovelas e as sátiras do telejornalismo articulam reconhecimento das marcas dos gêneros, e as tecnicidades e institucionalidades específicas das plataformas digitais.

Por fim, este capítulo também se debruçará sobre as *lives*, que ganharam ampla visibilidade nos anos de 2020 e 2021, sobretudo nos primeiros meses da pandemia. Embora já existissem como recurso técnico nas principais plataformas digitais e se conformarem a partir de uma das mais importantes marcas da cultura televisão, a transmissão ao vivo, as *lives* se

tornaram centrais nos modos de socialidade, interação e consumo cultural em um momento de distanciamento físico. Observaremos como artistas, influenciadores, políticos e canais de televisão se apropriaram dessa ferramenta para manter ou deslocar o vínculo com suas audiências.

No quarto e último capítulo, voltamos nossos olhares para as tecnicidades que conformam as materialidades audiovisuais pandêmicas, aprofundando a análise sobre os programas televisivos que foram produzidos nesse período estudado. Mais uma vez, partimos da noção de gramática do audiovisual e retomamos aos Mapas das Mediações e Mutações a fim de compreender como os modos de fazer, ver e reconhecer a televisão e o audiovisual foram ressignificados no período da pandemia. Este capítulo mobiliza uma diversidade de programas, articulados em fluxo, como telejornais, programas de auditório e *talk shows*, bem como vídeos do YouTube e séries produzidas para plataformas de *streaming* como Globoplay e Netflix. Esses programas e produtos audiovisuais são fundamentais para visualizarmos como as materialidades pandêmicas se manifestam a partir de recursos como plateias virtuais, telas divididas, gravações feitas em casa com celulares e participações remotas via videoconferências.

Para compreender como esses formatos se organizam e mantêm um vínculo com a cultura televisiva, retomamos as discussões sobre gêneros midiáticos (Mittell, 2004 e Gomes, 2022: 2011) e as noções de convenção (Williams, 1979) e televisão enquanto forma cultural (Williams, 2016). Interessa-nos pensar como esses programas, uma vez articulados à noção de entorno tecnocomunicativo e atravessados pelas condições excepcionais da pandemia, permanecem ancorados às lógicas de reconhecimento e familiaridade, lançando mãos de tais materialidades, inclusive, para reiterar certas marcas das convenções de gênero. Este capítulo também se abre para observar outras formas culturais que dialogam com essas materialidades, como os videocliques, que passaram a adotar as mesmas soluções para manter o vínculo com o público.

Também nos interessar olhar aqui para a teledramaturgia brasileira durante a pandemia. Séries como *Amor e Sorte* e *Diário de um Confinado*, assim como as adaptações e protocolos utilizados em novelas como *Amor de Mãe* e *Salve-se Quem Puder*, bem como as reprises e *remakes* de outros títulos serão acionados aqui para entendermos lógicas de produção e movimentos de institucionalidade que dão a ver não só a utilização de gravações remotas, núcleos reduzidos, cenários domésticos e ajustes de narrativas, mas também como a reassistibilidade se configurou a partir da familiaridade com as histórias, que acionam

repertórios e mobiliza atenção, memória e reconhecimento, marcas que são caras, não só à cultura televisiva, mas a própria noção de gênero e convenções que aqui tanto nos interessa.

Ao propor analisar as transformações dos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão no período pandêmico e para além dele, proponho aqui seguir a trajetória de pesquisa do TRACC, e, antes mesmo disso, de uma tradição consolidada pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo (GPAT), do qual o TRACC se origina. Trata-se de uma perspectiva preocupada com as formas culturais e com os estudos de linguagem, que originou dissertações e teses (para além de diversas outras publicações) que se debruçaram em pensar o telejornalismo, gênero televisivo e televisão brasileira (Silva, 2007, 2010; Vilas Bôas, 2008, 2018; Ferreira, 2012; Maia, 2005, 2012; Gutmann, 2005, 2014; Chamusca, 2020), levando em consideração os aspectos históricos, sociais, culturais e políticos que atravessam e conformam os produtos e formatos comunicacionais.

Essa tradição busca refletir sobre caminhos possíveis para compreender modos de produção e lógicas de trabalho enredados pelas dinâmicas contemporâneas, em diálogo com o entorno tecnocomunicativo, buscando contribuir para os estudos de comunicação e de televisão no Brasil. Isso se torna particularmente relevante quando pensamos em como a cultura televisiva se apresenta a partir de uma história construída nas últimas décadas, constituindo-se como matriz cultural que atravessa produtos e programas das mais distintas ambiências e plataformas digitais. A pandemia, tomada aqui como mediação das institucionalidades, permite tensionar tecnicidades, convenções, gêneros televisivos, lógicas de produção e possibilidades criativas que se reorganizaram e conformaram materialidades audiovisuais pandêmicas, que se configuram não apenas no campo televisivo, mas também em distintas formas culturais contemporâneas.

2. A TELEVISÃO ARTICULADA A PARTIR DOS MAPAS DAS MEDIAÇÕES E DAS MUTAÇÕES CULTURAIS

O Mapa das Mediações (2008)¹³ e o Mapa das Mutações Culturais (2009), ambos elaborados por Jesús Martín-Barbero, constituem referenciais teórico-metodológicos fundamentais para compreender e analisar as transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão, especialmente no contexto das reconfigurações provocadas pela pandemia. Ao colocar ambos os mapas em articulação, podemos ver as reconfigurações nos modos de percepção e na relação dos indivíduos com os dispositivos tecnológicos, os fluxos e os circuitos culturais contemporâneos. Dessa forma, os mapas nos permitem uma leitura complexa e multidimensional das interações entre cultura, tecnologia, produção e recepção, fornecendo subsídios robustos para entender como essas dinâmicas se articulam e se transformam em contextos históricos e socioculturais específicos.

Martín-Barbero nos aponta que há uma reconfiguração das mediações para que se constituam como “os novos modos de interpelação dos sujeitos e de representação dos vínculos que coesionam a sociedade” (Martín-Barbero, 2008, p.14). A mediação televisiva ou radiofônica, dessa forma, passou “a fazer parte da trama dos discursos e da própria ação política” (ibidem). Isso se conforma na medida em que a “centralidade incontestável que hoje ocupam os meios resulta desproporcionada e paradoxal em países como os nossos, com necessidades básicas insatisfeitas no âmbito da educação ou da saúde” (ibidem, p.12). Aqui no Brasil, iniciativas como o *Telecurso*, é um exemplo disso. Reconhecido pelo Ministério da Educação, é realizado desde 1978 pela Fundação Roberto Marinho em parceria com a Fundação Padre Anchieta, originando um programa que foi exibido pela TV Cultura e pela TV Globo, com o objetivo de oferecer “escolaridade básica de qualidade a quem precisa” e é utilizada na “diminuição da defasagem idade-ano, Educação de Jovens e Adultos (EJA) e como alternativa ao ensino regular em municípios e comunidades distantes”, conforme consta no site do programa¹⁴.

Durante o período pandêmico, essa realidade se mostrou de forma ainda mais contundente, escancarando como o “crescimento da desigualdade atomiza nossas sociedades, deteriorando os dispositivos de comunicação, isto é, de coesão política e cultural” (ibidem): em regiões onde a escassez é mais severa, no Brasil ou em outros países, com índices econômicos

¹³ O Mapa das mediações foi publicado no prefácio à quinta edição espanhola do livro “Dos meios à mediação” em 1998. Aqui estamos usando a quarta edição brasileira de 2008.

¹⁴ Disponível em <http://educacao.globo.com/telecurso/noticia/2014/11/o-que-e.html>. Acesso em 26 de ago. 2024.

mais precários e com acesso à internet reduzido ou inexistente, foi pela TV que parte significativa de crianças e jovens tiveram acesso às aulas no ensino fundamental e na educação de jovens e adultos. Uma reportagem da Folha de São Paulo de agosto de 2020¹⁵, revela que “em países ricos, os debates sobre como oferecer educação remotamente têm se concentrado em tornar as aulas online envolventes e interativas”. Mas, essa realidade não se apresenta para todos, se convertendo em “pura fantasia para muitos estudantes do mundo, incluindo milhões em países ricos, que não têm conexões de banda larga ou computadores”. Aqui em Salvador, conforme consta no site da Secretária Municipal de Educação¹⁶, foi criado o programa Nossa Rede na TV, voltado à continuidade do processo de aprendizagem dos estudantes, com aulas exibidas em dois canais digitais de TV, com faixas de horário definidas para cada etapa de ensino: Ensino Fundamental II (do 6º ao 9º ano) e Educação de Jovens e Adultos – EJA II.

De acordo com reportagem publicada pela revista Piauí¹⁷ em 13 de agosto de 2021, apenas 64% das escolas públicas brasileiras disponibilizaram aulas ao vivo ou gravadas para seus alunos durante o ano letivo de 2020, seja por meio da internet, do rádio ou da televisão. Isso significa que cerca de um terço das escolas da rede pública não ofereceu qualquer forma de ensino remoto no primeiro ano da pandemia, período em que 99% da rede de ensino chegou a suspender as atividades presenciais em algum momento. A reportagem indica ainda que entre as escolas particulares, o cenário foi distinto: 88% delas conseguiram implementar aulas remotas durante o mesmo período. Esses dados revelam que, para uma parcela significativa dos estudantes brasileiros, “o ano de 2020 foi um apagão educacional”. Pensar a educação, ou a forma como parte da população não teve acesso a ela, e o papel que a televisão tem nesse processo que foi acentuado pela pandemia, nos faz entender que

(...) mais do que objetos de políticas, a comunicação e a cultura constituem hoje um campo primordial de batalha política: o estratégico cenário que exige que a política recupere sua dimensão simbólica – sua capacidade de representar o vínculo entre os cidadãos, o sentimento de pertencimento a uma comunidade – para enfrentar a erosão da ordem coletiva. (Martín-Barbero, 2008, p. 15).

Uma vez que tomo a pandemia como mediação de institucionalidades a fim de enxergar transformações na cultura televisiva, acionar os mapas se torna ainda mais relevante, pois eles nos ajudam a ver as mudanças aceleradas nos modos de fazer TV marcadas pela adaptação a

¹⁵ Em tempos de pandemia, escolas do mundo todo redescobrem a teleaula. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2020/08/em-tempos-de-pandemia-escolas-do-mundo-todo-redescobrem-a-teleaula.shtml>. Acesso em 26 de ago. 2024.

¹⁶ Disponível em <http://educacao3.salvador.ba.gov.br/professores-abracam-projeto-nossa-rede-na-tv-e-levam-conteudo-pedagogico-para-alunos-durante-a-pandemia/>. Acesso em 26 de ago. 2024.

¹⁷ Um terço das escolas públicas no Brasil não teve aulas remotas na pandemia. Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/um-terco-das-escolas-publicas-no-brasil-nao-teve-aulas-remotas-na-pandemia/>. Acesso em 26 de ago. 2024.

protocolos de segurança, dinâmicas de trabalho e estudo remotos e a incorporação de linguagens e estéticas atravessadas pelas condições excepcionais do período. Paralelamente, apontam para a transformação nos modos de ver e reconhecer a televisão, com um público mais aderente aos dispositivos digitais, às plataformas de *streaming* e às ambiências digitais. Assim, ao permitir uma leitura ampla dessas dinâmicas, os mapas de Martín-Barbero fornecem subsídios fundamentais para entender como a televisão, como prática, forma cultural e como indústria, reorganiza suas estratégias e narrativas diante das mudanças históricas e tecnológicas impostas pelas medidas de controle e regulação estabelecidas por instituições, estados e empresas por conta da pandemia.

Começamos pelo Mapa das Mediações, que organiza-se em dois eixos analíticos complementares: um eixo diacrônico, que relaciona as Matrizes Culturais aos Formatos Industriais, explorando os processos históricos de transformação que conectam práticas culturais às dinâmicas de mercado e aos modos de produção; e um eixo sincrônico, que articula as Lógicas de Produção às Competências de Recepção, oferecendo uma leitura integrada das interações entre o que é produzido, como é produzido e como é apropriado pelos diferentes públicos. Essas instâncias, no entanto, não se configuram como categorias isoladas, mas estão interligadas por regimes de mediação específicos que articulam cultura, tecnologia e práticas sociais.

As Matrizes Culturais encontram-se conectadas às Competências de Recepção por meio dos movimentos de socialidade, “gerada na trama das relações cotidianas que tecem os homens ao juntar-se, é por sua vez lugar de ancoragem da práxis comunicativa e resulta dos modos e usos coletivos de comunicação” (Martín-Barbero, 2008, p.17) e que dizem respeito às formas como os públicos se apropriam e ressignificam conteúdos midiáticos a partir de suas experiências culturais e contextos sociológicos. Paralelamente, as Matrizes Culturais também se vinculam às Lógicas de Produção por meio da institucionalidade, destacando a atuação das normas, valores e estruturas organizacionais na configuração do que é produzido e como é produzido, remetendo “à história das mudanças na articulação entre movimentos sociais e discursos públicos, e destes com os modos de produção do público que agenciam as formas hegemônicas de comunicação coletiva” (ibidem, p.16).

Por outro lado, os Formatos Industriais estabelecem relações com as Competências de Recepção através das ritualidades, que dizem respeito às práticas e padrões de consumo e “que sustenta toda comunicação: à sua ancoragem na memória, aos seus ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição” (ibidem, p.19), e com as Lógicas de Produção por meio das tecnicidades, ressaltando a importância das tecnologias e dos processos técnicos na

materialização dos produtos culturais. Para Barbero, a tecnicidade não deve ser compreendida como o conjunto de aparatos tecnológicos, mas sim como um campo que envolve modos de percepção e habilidades discursivas. Portanto, reduzir a comunicação aos seus dispositivos técnicos é tão equivocado quanto tratá-los como elementos externos ou meramente acessórios, já que são constitutivos das próprias formas comunicativas. Olhar para as tecnicidades é entender o processo comunicativo numa mirada que empreende “um novo estatuto social da técnica”, que é responsável, segundo o autor, pela chave da inovação dos formatos industriais, uma vez que “a tecnicidade é menos assunto de aparatos que de operadores perceptivos e destrezas discursivas” (Martín-Barbero, 2008, p.18).

Figura 1 – Mapa das Mediações



Fonte: Martín-Barbero (2008)

Olhemos agora mais detidamente para cada uma das mediações que compõem o referido mapa. A socialidade, na perspectiva de Martín-Barbero, diz respeito ao tecido das relações cotidianas que estruturam a experiência dos sujeitos no mundo e fundamentam a constituição de suas identidades. Trata-se de um conceito que desloca o foco das mensagens e dos meios para os vínculos sociais e culturais que precedem os modos de uso e apropriação da comunicação, envolvendo os modos de convivência, os saberes e sentidos partilhados. Nesse sentido, a socialidade é uma chave para compreender a comunicação como processo cultural, situado nas tramas da vida cotidiana e atravessado por mediações históricas, simbólicas e afetivas. Essa noção destaca o papel central das relações sociais na mediação entre a cultura

herdada, transmitida ao longo do tempo, e as formas contemporâneas de consumo cultural, como aquelas promovidas pelos meios de comunicação de massa. No caso específico do consumo de conteúdo televisivo, os termos dessa socialidade estão em constante transformação, acompanhando as mudanças nos modos de produção, distribuição e acesso a esses conteúdos.

Essas mudanças refletem uma reconfiguração mais ampla da socialidade, marcada por transformações sociais e culturais que alteram as formas de relação dos sujeitos, tanto entre si quanto com os programas e demais produtos culturais. Assistir televisão, prática antes amplamente associada a uma experiência coletiva e sincrônica, como o compartilhamento familiar em torno de um programa exibido em horário fixo, passa a coexistir com práticas individualizadas e assíncronas, possibilitadas pela fragmentação do tempo e a personalização do consumo. Quando Martín-Barbero propõe que a socialidade emerge das interações cotidianas que conectam os indivíduos entre si e que funcionam como o ponto de enraizamento da prática comunicativa, vemos que é no tecido relacional do dia a dia que se constituem os sentidos e vínculos que sustentam a comunicação como experiência partilhada.

Durante a pandemia de COVID-19 e com a recomendação de isolamento social como forma de conter a propagação do vírus, fomos impelidos a ressignificar nossas práticas cotidianas e a casa voltou a ocupar um lugar central na vivência da socialidade, funcionando como núcleo estruturante das interações pessoais, profissionais, educacionais e midiáticas. Pensar a socialidade sob a lógica pandêmica é compreender como ela se reconfigura a partir da convivência contínua no espaço doméstico. Se antes a socialidade era dispersa por múltiplas espacialidades – o escritório, a escola, a rua –, a pandemia a concentrou no interior da casa, exigindo uma rearticulação das formas de convivência e, principalmente, das práticas comunicacionais. Nesse contexto, a televisão reforçou o seu lugar enquanto elemento estruturante da experiência comunicativa.

Em países como o Brasil, marcados por profundas desigualdades sociais e espaciais, essa centralidade do espaço doméstico adquire contornos ainda mais significativos. Muitas famílias vivem em residências com poucos cômodos, que são compartilhados entre todos os membros. De acordo com dados do IBGE extraídos do Censo 2022¹⁸, cerca de 5,3% da população brasileira vive em domicílios com apenas três cômodos, enquanto 13,5% residem em casas com quatro cômodos, 29,2% em moradias com cinco cômodos. Nesses casos, o

¹⁸ Segundo o IBGE, são considerados cômodos todos os espaços do domicílio cobertos por teto e delimitados por paredes — incluindo banheiro e cozinha. Corredores, varandas e garagens, no entanto, não entram nessa contagem. Disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/42197-censo-2022-um-em-cada-cinco-brasileiros-mora-em-domicilio-alugado>. Acesso em 26 de ago. 2024.

consumo de conteúdos televisivos frequentemente se dá de forma coletiva, reforçando práticas de recepção que já vinham sendo tensionadas pelo uso personalizado e fragmentado das múltiplas telas e ambiências digitais. A socialidade mediada pela televisão, portanto, se reconfigura nesse espaço compartilhado em cenário pandêmico, dialogando com uma tradição que remonta às análises de Jesús Martín-Barbero em *Dos Meios às Mediações* (1987), especialmente no que se refere à importância da cotidianidade familiar como uma das mediações centrais da experiência televisiva.

Com a pandemia, entretanto, essa cotidianidade se complexifica. A casa torna-se um espaço híbrido, acumulando funções antes distribuídas em diferentes esferas sociais. A sala de estar passa a ser, simultaneamente, espaço de lazer, de trabalho remoto, de aula online, de reuniões virtuais. A noção de entorno tecnocomunicativo, proposto por Martín-Barbero nos ajuda a pensar essas transformações, pois articula as mediações técnicas, culturais e perceptivas que se instauram no cotidiano. A socialidade, nesse entorno, não é mais apenas o elo entre sujeitos e conteúdos, mas entre sujeitos que compartilham dispositivos, espaços e temporalidades sobrepostas. A TV, por exemplo, pode ser simultaneamente um meio de entretenimento, de informação, uma ferramenta de aula remota e uma tela de videoconferência para o *home office*. Tudo isso coexistindo no mesmo espaço e muitas vezes no mesmo horário.

Dessa forma, a pandemia nos força a reatualizar os modos de compreender a socialidade comunicacional, recolocando o espaço doméstico como centro de uma experiência midiática plural, multifuncional e por que não dizer, por vezes, disfuncional: sobretudo nos domicílios com menos cômodos, menos recursos financeiros ou acesso à internet de modo limitado, todas essas funções e funcionalidades acabaram correndo maior risco de serem realizadas de modo precarizado. A televisão, enquanto tecnologia e forma cultural (Williams, 2016), permanece central uma vez que é reforçada o seu papel mediador em uma casa que virou tudo: escola, escritório, igreja, sala de cinema, estúdio de gravação, espaço de múltiplas negociações coletivas.

Essa concepção, nos termos barberianos, enfatiza que a socialidade emerge dos modos e usos coletivos da comunicação, isto é, das formas de interpelação e constituição dos atores sociais, bem como das relações que estabelecem entre si e com o poder. Trata-se de um campo dinâmico onde se articulam hegemonia e contra hegemonia, revelando como as práticas comunicativas coletivas são centrais tanto para a manutenção quanto para a contestação das estruturas de poder. Assim, a socialidade, em sua essência, reflete os processos contínuos de construção de sentido, identidade e pertencimento, sempre atravessados pelas disputas e negociações que constituem a sociedade.

Já a institucionalidade, para Martín-Barbero, tem sido, desde sempre, uma mediação densa de interesses e poderes contrapostos: a mídia, o estado e a sociedade. O autor nos convoca a ver e entender os processos comunicacionais a partir da relação entre a socialidade e a institucionalidade, que se conformam a partir de dois pólos distintos:

Vista a partir da socialidade, a comunicação se revela uma questão de fins – da constituição do sentido e da construção e desconstrução da sociedade. Vista a partir da institucionalidade, a comunicação se converte em questão de meios, isto é, de produção de discursos públicos cuja hegemonia se encontra hoje paradoxalmente do lado dos interesses privados (Martín-Barbero, 2008, p.18)

Ou seja, diferente das socialidades, onde a comunicação é tida com um processo voltado para a constituição de sentido a partir das interações e do cotidiano, da vida vivida, as institucionalidades tomam esses processos comunicacionais como instrumentos estratégicos para a produção e disseminação de discursos públicos. No entanto, Martín-Barbero nos convoca a ver que os discursos que dominam o espaço público estão paradoxalmente subordinados aos interesses privados do capital. Isso reflete uma tensão entre a função pública da comunicação e sua instrumentalização por forças corporativas ou grupos hegemônicos, que priorizam objetivos econômicos e políticos particulares.

Acompanhando esse pensamento, Thiago Ferreira (2019), afirma que a institucionalidade “aponta, por um lado, para os processos de institucionalização dos elementos das matrizes culturais pelas lógicas de produção empresariais” (p. 96). Abordando especificamente as questões que interessam a esta pesquisa, tensionar a pandemia a partir da mediação das institucionalidades nos permite observar de que forma as emissoras de televisão, produtoras de cinema e vídeo e empresas de comunicação de uma forma geral reagiram, se reposicionaram e se reorganizaram diante do cenário imposto pelas mais distintas instituições durante a pandemia. Trata-se de uma mediação que revela como essas instâncias de poder, inseridas em um campo de disputas econômicas, políticas e culturais, tomaram decisões que impactaram a experiência televisiva e os modos da relação do público com os mais diversos produtos e programas comunicacionais.

A partir das determinações de organizações multilaterais, do governo federal, estados e municípios e das empresas públicas e privadas, compreendemos a pandemia como uma mediação das institucionalidades que organizam a vida social. Ao olhar para o conjunto de ações, regulamentações e restrições impostas naquele momento, tais como não transitar em locais públicos, não aglomerar, manter distanciamento entre as pessoas, seguir um isolamento social, usar máscaras, intensificar hábitos de higiene pessoal, tomar vacinas, dentre outras, interessa-nos perceber como essas políticas de controle instituídas reconfiguraram práticas

comunicacionais, incidindo tanto na linguagem quanto nas tecnicidades. Esse cenário ajuda a evidenciar e a confirmar as transformações que buscamos analisar ao longo desta tese, mostrando que os arranjos institucionais produzidos pela emergência sanitária atravessaram de forma decisiva a produção e a circulação televisiva e audiovisual.

A partir dessas medidas estabelecidas em contexto pandêmico, um olhar pelas institucionalidades nos possibilita compreender os movimentos que levaram à interrupção ou adiamento de projetos televisivos, bem como o redesenho das próprias estruturas de funcionamento de empresas de comunicação, como as emissoras de TV. Isso incluiu desde a reformulação de grades de programação – com reprises, enxugamento de horários, afastamento de apresentadores e artistas que faziam parte do grupo de risco – até a criação de novos programas que respondessem de forma mais imediata e urgente ao cenário emergencial, como atrações jornalísticas especiais, programas de entrevistas à distância ou versões adaptadas de formatos tradicionais. Além disso, foram estabelecidos protocolos sanitários rigorosos, que influenciaram não só a logística da produção, mas também a estética, a narrativas das obras, quais conteúdos seriam ou não viáveis e a relação entre os profissionais e os espaços de gravação.

Essas mudanças evidenciam escolhas que, muitas vezes, reforçam ou rasuram certas convenções dos gêneros televisivos, tensionando o que se espera de um telejornal, de um programa de auditório, de uma telenovela. Portanto, olhar para a institucionalidade como mediação é reconhecer que não se trata apenas de observar as estruturas formais dessas organizações, mas de compreender como elas atuam culturalmente na definição de sentidos, normas e formas de reconhecimento dessas práticas comunicacionais. A forma como cada emissora lidou com os efeitos da pandemia nos ajuda a ver como as institucionalidades mediam a disputa por hegemonia, produzindo ou tentando manter um campo de estabilidade diante da crise e, ao mesmo tempo, revelando as fragilidades, rasuras, reações e reiterações que atravessam o campo comunicacional e a cultura televisiva.

Passemos então ao conceito de ritualidade, que se refere “às múltiplas trajetórias de leitura ligadas às condições sociais do gosto, marcados por níveis e qualidade de educação, por posses e saberes constituídos na memória étnica, de classe ou de gênero”. (Martín-Barbero, 2008, p.19). Ainda segundo o autor,

A mediação das ritualidades nos remete ao nexo simbólico que sustenta toda comunicação: à sua ancoragem na memória, aos seus ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição. Em sua relação com os formatos industriais (discursos, gêneros, programas e grades ou palimpsestos), as ritualidades constituem gramáticas da ação – do olhar, do escutar, do ler – que regulam a interação entre os espaços e tempos da vida cotidiana e os espaços e tempos que conformam os meios. (ibidem)

Enquanto gramáticas da ação, as ritualidades dizem respeito, portanto, aos diversos usos sociais dos meios de comunicação, evidenciando como as práticas de consumo se diferenciam de acordo com as condições e os contextos socioculturais, refletindo as múltiplas trajetórias de leitura e interpretação dos conteúdos midiáticos, forjadas pelas condições sociais que influenciam o gosto. Também incluem os hábitos familiares que determinam a convivência com diferentes formas de cultura – letrada, oral ou audiovisual –, configurando modos distintos de interação com os conteúdos. Assim, essas influências podem privilegiar a experiência do ver em relação ao ler, ou vice-versa, revelando como os meios de comunicação são apropriados de maneiras específicas, ancoradas nas tradições e práticas sociais de cada grupo.

Pensar as ritualidades quanto constituidora de gramáticas de ação em uma realidade pandêmica é também lançar luz sobre as desigualdades nos modos de acesso e consumo por parte dos cidadãos. A pandemia escancarou limitações e assimetrias que conformam o uso dos meios e das tecnologias de comunicação. A ritualidade, conforme entendida por Martín-Barbero como prática enraizada em hábitos familiares e nas formas de convivência com os níveis de letramento cultural, oral e audiovisual, passa a ser atravessada por uma série de deslocamentos e disputas. Pensando os modos de interação e diálogo constituídas no entorno tecnocomunicativo, a relação e experiência com a televisão e outras formas comunicacionais ganham outro viés problematizador. Ainda que o Censo mais recente, citado a pouco, indique que 89,4% da população brasileira tenha algum acesso à internet, a qualidade dessa conexão frequentemente se mostra insuficiente. Muitos domicílios dependem de pacotes de dados móveis, planos pré-pagos ou redes de baixa velocidade, o que compromete o uso simultâneo por múltiplos moradores, algo essencial num cenário em que todos dividem o mesmo espaço para estudar, trabalhar, entreter-se ou informar-se.

Portanto, refletir sobre as ritualidades no contexto pandêmico é também compreender essas assimetrias como estruturantes da experiência comunicacional. É reconhecer que as chamadas gramáticas da ação, ou seja, os modos como interagimos com os meios e com os espaços, são reguladas por mediações complexas que envolvem o cotidiano, as condições materiais de existência e as possibilidades (ou limites) de circulação simbólica. A pandemia não criou essas desigualdades, mas as escancarou, oferecendo um campo fértil para repensar a

centralidade do espaço doméstico e a precariedade das infraestruturas de recepção e conexão em muitas realidades brasileiras.

Por fim, a quarta e última mediação – especialmente relevante para esta pesquisa, por dizer respeito ao processo de produção e às formas mobilizadas para comunicar por meio de distintas materialidades – é a tecnicidade. Em Martín-Barbero, essa mediação ultrapassa a compreensão da tecnologia enquanto mero aparato técnico ou ferramenta instrumental. A tecnicidade diz respeito à maneira como a tecnologia se articula à cultura, participando ativamente da produção de sentidos e da mediação simbólica. Trata-se, portanto, de considerar como as tecnologias organizam as lógicas de produção, condicionam as formas de enunciação e influenciam os modos pelos quais as práticas culturais são constituídas, transmitidas e transformadas ao longo do tempo. Em outras palavras, a tecnicidade permite pensar como os dispositivos, linguagens e processos técnicos são atravessados por disputas culturais e sociais, configurando maneiras específicas de fazer, ver e reconhecer a televisão, especialmente em contextos de crise e reinvenção, como o vivido durante a pandemia. Na visão do autor,

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 (Martín-Barbero, 2008, p.19).

A partir do que propõe Martín-Barbero em relação à conexão dos meios, especialmente no entrelaçamento da televisão e a internet, articular a mediação da tecnicidade nos permite compreender como as materialidades audiovisuais pandêmicas se configuraram. O cenário de emergência sanitária acelerou transformações já em curso, colocando em evidência um jogo dinâmico entre os modos de fazer, ver e reconhecer a televisão e o audiovisual, a partir das possibilidades técnicas e produtivas que emergiram da crise. Trata-se, portanto, de observar como, em meio ao isolamento e à necessidade de adaptação rápida das rotinas de produção, os meios se articularam de novas formas. A tecnicidade, aqui, não se refere ao domínio do aparato, mas às competências práticas, políticas, perceptivas e narrativas que permitem configurar uma linguagem audiovisual possível em meio à pandemia.

Essa mediação torna-se visível nos formatos que ganham força no período: produções feitas por celular, transmissões por videoconferência, telas divididas, plateias virtuais, gravações remotas e caseiras. São formas que respondem não apenas às restrições sanitárias, mas também às novas gramáticas de produção e recepção. Essas configurações se inscrevem, nos termos barberianos, em uma lógica em que os discursos públicos e os relatos midiáticos passam a produzir gêneros e formatos que são, ao mesmo tempo, viáveis tecnicamente e

significativos socialmente. Adiante, nos próximos capítulos, discutiremos mais detidamente sobre essas soluções técnicas e narrativas.

E aqui vale a pena fazer uma consideração importante: Martín-Barbero formula o Mapa das mediações no prefácio da segunda edição de 2003 de “Dos Meios às Mediações”, onde ele revisitou as ideias centrais publicadas originalmente na primeira edição da obra em 1987, e aprofundou suas reflexões à luz das mudanças socioculturais e tecnológicas que marcaram o campo da comunicação nas décadas seguintes. No entanto, é importante perceber como ali, na obra original, Martín-Barbero nos apresenta uma percepção que já desloca o olhar para a televisão a partir de uma proposta que já se afasta de uma noção puramente midiacêntrica, posicionando-a como integrante dos sistemas político, econômico e cultural. Para tanto, o autor formulou o primeiro mapa: o mapa noturno, com o objetivo de questionar os aspectos de dominação, produção e trabalho, “mas a partir do outro lado: as brechas, o consumo e o prazer. Um mapa que não sirva para a fuga, e sim para o reconhecimento da situação a partir das mediações e dos sujeitos” (Martín-Barbero, 1997, p. 292). São propostos ali três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural.

A televisão na América Latina tem nas famílias uma “unidade básica de audiência”, uma vez que ela representa para uma parte significativa das pessoas uma forma de reconhecimento. As famílias são, portanto, “espaços fundamentais de leitura e codificação da televisão” (idem, p. 293). A partir dessa configuração, Martín-Barbero posiciona a cotidianidade familiar como “lugar social de uma interpelação fundamental para os setores populares” cuja mediação que “cumprir na configuração da televisão não se limita ao que pode ser examinado do âmbito da recepção, pois inscreve suas marcas no próprio discurso televisivo”. (ibidem). Ao se inscrever no espaço doméstico, tradicionalmente associado às relações de intimidade e à proximidade familiar, a televisão incorpora e desenvolve dispositivos fundamentais como a simulação do contato e o uso da retórica do direto, segundo observa Martín-Barbero.

A simulação do contato opera tanto pela “dispersão da atenção que se apresenta na cotidianidade privada” como pela necessidade de “intermediários que facilitem o trânsito entre a realidade cotidiana e o espetáculo ficcional” (ibidem, p.294), como o apresentador-animador de TV, “que interpela a família convertendo-a em seu interlocutor” (ibidem). Já o uso da retórica do direto organiza a experiência televisiva a partir da relação de proximidade, “da magia de ver, por oposição ao espaço cinematográfico dominado pela distância e pela magia da imagem” (ibidem). O ao vivo também se conforma aqui como um valor importante para

construir uma noção de imediatez, do agora, acentuando as relações de intimidade e proximidade entre a TV e a audiência conformada no cotidiano. O autor sustenta então que

Na televisão, nada de rostos misteriosos ou encantadores demais; os rostos da televisão serão próximos, amigáveis, nem fascinantes nem vulgares. Proximidade dos personagens e dos acontecimentos: um discurso que familiariza tudo, torna "próximo" até o que houver de mais remoto e assim se faz incapaz de enfrentar os preconceitos mais "familiares". Um discurso que produz seus efeitos a partir da mesma forma com que organiza as imagens: do jeito que permitir maior transparência, ou seja, em termos de simplicidade, clareza e economia narrativa. A marca da hegemonia trabalha aí, nessa forma, na construção de uma interpelação que fala às pessoas a partir dos dispositivos que dão forma a uma cotidianidade familiar, que não é apenas subproduto da pobreza e das artimanhas da ideologia, mas também espaço de algumas formas de relação primordial e de algumas vivências que não são menos fundamentais só por serem ambíguas (Martín-Barbero, 1997, p.295)

Durante o período da pandemia, tornou-se evidente a importância da cotidianidade familiar para compreendermos a relação que os sujeitos, em isolamento social, estabeleceram com a televisão. Esse contexto acentuou uma aproximação já existente entre o meio televisivo e o espaço doméstico. Num momento em que as informações ainda eram incertas e escassas, foi pela televisão que muitas pessoas encontraram uma possibilidade de entender o que estava acontecendo, sobretudo nos primeiros meses da crise sanitária. Tanto os boletins diários com os números de contaminações, internamentos e óbitos, as descobertas em torno dos meios de transmissão, as medidas de segurança e higiene para evitar o contágio, quanto as inúmeras *lives* produzidas e exibidas nas mais distintas ambiências digitais, nos dão a ver como a simulação do contato e o uso da retórica do direto se conformam no cotidiano conformado em crise.

Nesse cenário, o trabalho do jornalismo televisivo foi fundamental. Mesmo diante de um ambiente político em que o governo federal operava na lógica da desinformação – o então presidente Jair Bolsonaro adotou postura deliberadamente negacionista quanto às medidas de prevenção ao contágio, sendo publicamente contra o uso de máscaras e ao isolamento social, promovendo *fake news* e estratégias de negação da gravidade da situação – o jornalismo se manteve como um dos principais pilares na manutenção do estado democrático e de alerta necessário para conter a disseminação do vírus e evitar um número ainda maior de mortes. Ao retomarmos à mediação da cotidianidade familiar, proposta por Jesús Martín-Barbero em 1987, deslocando-a para o contexto da pandemia, percebemos como ela nos aponta para como a televisão, nesse período, não apenas reforça sua presença no cotidiano familiar, mas também reconfigura a relação com os telespectadores, estabelecendo vínculos pautados na confiança, na expectativa e na construção de uma familiaridade. Reconhecer o rosto que diariamente aparece na tela, sobretudo nos telejornais, reforça essa interlocução entre audiência e

apresentadores – o aumento do tempo de exibição dos telejornais nas grades de programação, por exemplo, é resultado dessa observação.

O segundo lugar de mediação proposto por Martín-Barbero no mapa noturno é a temporalidade social, que se opõem ao tempo produtivo do capital, pois é “constituente da cotidianidade, é um tempo repetitivo, que começa e acaba para recomeçar, um tempo feito não de unidades contáveis, mas sim de fragmentos” (Martín-Barbero, 1997, p.295). É nessa temporalidade que se organiza a programação televisiva, notadamente constituída numa noção de grade que fragmenta o dia em faixas onde são exibidos um “emaranhado de gêneros”. O autor nos aponta que o sentido de um programa televisivo não se dá de forma isolada, uma vez que depende do cruzamento entre os gêneros e temporalidades. Cada forma televisiva se insere em uma rede de gêneros e formatos que se repetem e se remetem mutuamente ao longo da programação diária e semanal. Além disso, sua posição no tempo televisivo o conecta tanto ao que vem antes quanto ao que o sucede na grade, estabelecendo vínculos com uma lógica sequencial e com recorrências estruturais próprias do palimpsesto televisivo.

A competência cultural é a terceira mediação deste mapa. Aqui, Martín-Barbero aponta as visões equivocadas que colocam televisão e cultura em pólos opostos, que rotulam o meio como expressão de uma decadência cultural, onde ela “não seria assunto de cultura, só de comunicação” (1997, p. 298). Na contramão desse pensamento, o autor defende que “é a própria noção de cultura, sua significação social, o que está sendo transformado pelo que a televisão produz e em seu modo de reprodução” (ibidem) e, nessa esteira, a dinâmica cultural da televisão atua pelos seus gêneros, que ativam sua competência cultural e dão as diferenças sociais que a atravessam. Dessa forma, “os gêneros, que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos” (ibidem, p.299).

É interessante ver as configurações nas quais os mapas noturno e das mediações foram pensados por Martín-Barbero: o primeiro, ao final da década de 1980, período em que, assim como o Brasil, outros países da América Latina saíam ou estavam prestes a sair de regimes militares e para adentrar em um processo de redemocratização. É também nesse momento que emissoras de TV passam por intensos processos de inovação tecnológica “em que o meio televisão se encontra no centro das transformações provenientes da informática – os satélites, a fibra ótica etc” (ibidem, p. 291). O segundo, já na virada do século, se constitui em um movimento de atualização do que fora proposto em “Dos meios à mediação”, mas também como respostas às proposições que, “partindo da envergadura econômico-cultural que adquiriram as tecnologias audiovisuais e informáticas nos acelerados processos de

globalização” (Martín-Barbero, 2008, p.11) sugeriam pôr em centralidade os meios no processo de construção de políticas culturais, numa “combinação do otimismo tecnológico com o mais radical pessimismo político, e o que busca é legitimar, pelo poder dos meios, a onipresença mediadora do mercado” (ibidem).

Manter a atenção nas mediações, como o autor propõe nessa nova proposição, é uma resposta a esse movimento. Na constituição do Mapa das mediações, o autor assume a centralidade das transformações pelas quais vinham passando os processos comunicacionais e as articula numa empreitada que vai de encontro ao “projeto hegemônico, que nos faz submergir numa crescente onda de fatalismo tecnológico” (ibidem, p.12), a partir de uma manutenção da “estratégica tensão, epistemológica e política, entre as mediações históricas que dotam os meios de sentido e alcance social e o papel de mediadores que eles possam estar jogando hoje” (ibidem). Aqui, retomamos a chave da tecnicidade como uma mediação central para a compreensão dos processos comunicacionais e culturais, tal como propõe Martín-Barbero. Essa noção nos convida a ultrapassar uma leitura meramente instrumental da tecnologia, considerando-a como parte constitutiva das formas de produção de sentido. A tecnicidade, nesse sentido, abrange o modo como os meios se articulam às dimensões sociais, culturais, econômicas e simbólicas que atravessam o cotidiano, funcionando como operadora das transformações nos modos de ver, fazer e reconhecer o mundo, os processos comunicacionais e a televisão. Nos termos de Martín-Barbero, portanto, buscamos nesta tese a partir do Mapa das mediações

(...) reconhecer que os meios constituem hoje espaços-chave de condensação e intersecção de múltiplas redes de poder e de produção cultural, mas também alertar, ao mesmo tempo, contra o pensamento único que legitima a ideia de que a tecnologia é hoje o “grande mediador” entre as pessoas e o mundo, quando o que a tecnologia media hoje, de modo mais intenso e acelerado, é a transformação da sociedade em mercado, e deste em principal agenciador da mundialização (em seus muitos e contrapostos sentidos) (Martín-Barbero, 2008, p.20).

O Mapa das Mediações, enquanto ferramenta teórico-metodológica, nos permite compreender os meios de comunicação inseridos em um sistema mais amplo de relações sociais, históricas e culturais. Segundo Simone Maria Rocha e Leticia Lopes Silveira (2012), ao elaborar esse mapa, Martín-Barbero cria uma perspectiva que insere os meios de comunicação em um conjunto mais amplo de relações, dentro das quais eles se formam e são socialmente compreendidos, voltando o olhar para os modos como os sujeitos se relacionam com os meios em seu cotidiano, considerando suas experiências, saberes e condições de vida. Trata-se de entender a comunicação como processo, “o que requer um olhar que se volte para

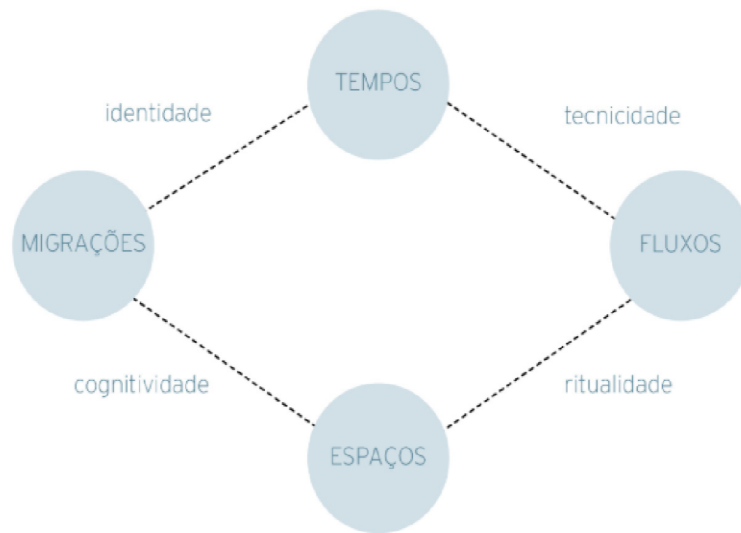
as dinâmicas e os vínculos entre as lógicas de produção, as matrizes culturais, as competências de recepção e os formatos industriais” (Rocha e Silveira, 2012, p. 04).

Diante das transformações nas formas de produção, circulação e consumo de formas culturais, especialmente a partir da intensificação dos processos digitais e da internet, Martín-Barbero propõe um novo esforço cartográfico: o Mapa das Mutações Culturais (2009). Esse novo mapa surge como tentativa de atualizar o olhar sobre os deslocamentos contemporâneos nas práticas culturais e comunicacionais, oferecendo ferramentas para pensar os atravessamentos entre mídia, tecnologia e subjetividade em tempos marcados pela conectividade. Aqui, o autor busca compreender como se dá a interface entre os meios tradicionais, como a televisão e o cinema com a internet, e de que forma essa articulação reconfigura as formas comunicacionais contemporâneas. Em vez de pensá-los em oposição, propõe-se enxergar esses meios em permanente diálogo, produzindo o que o autor chama de formas mestiças de comunicação (2009), que emergem do entrelaçamento cultural entre diferentes linguagens.

Essa mestiçagem não diz respeito apenas a uma mistura de formatos, mas implica uma transformação nos fluxos comunicacionais, que passam a operar de maneira mais fragmentada e rizomática. A crescente hibridização das mídias acentua o borramento das fronteiras entre produtores e audiência, permitindo formas relacionais de produção. Como observam Gomes et al. (2017), essas novas formas de comunicação atuam "transversalmente" em todos os meios, tensionando a lógica industrial e hierárquica que durante décadas estruturou o campo da comunicação. Dessa forma, pensar as mediações exige articular tecnologia, cultura, tempo e espaço.

As mutações culturais apontadas por Martín-Barbero dizem respeito, justamente, às transformações nos modos de viver, perceber e se comunicar, impulsionadas por dois grandes movimentos que redesenham o cenário comunicacional contemporâneo: as migrações populacionais e os fluxos de imagens e informações. Essas migrações não devem ser entendidas apenas no sentido físico ou geográfico, mas como deslocamentos simbólicos e afetivos, que se intensificam no contato cotidiano com a internet. Trata-se, portanto, de reconhecer que as mediações, neste novo mapa, passam a ser compreendidas como processos em mutação, atravessados por dinâmicas globais e experiências locais, por deslocamentos tecnológicos e subjetivos que afetam a maneira como os sujeitos se inserem e se reconhecem no mundo.

Figura 2 – Mapa das Mutações Culturais



Fonte: Martín-Barbero (2009)

Neste novo mapa, as mediações da tecnicidade e da ritualidade são preservadas do Mapa das mediações, mas ganham novas camadas de sentido diante das transformações nos modos de produção e circulação dos conteúdos midiáticos. A tecnicidade, em particular, continua a desempenhar uma função essencial na articulação entre os modos de fazer, ver e reconhecer, sendo uma mediação que atravessa tanto os processos de produção quanto as formas de recepção e de circulação dos conteúdos midiáticos. No cerne das mutações culturais, essa mediação é atravessada por dinâmicas que reorganizam as relações entre tecnologia, cultura e comunicação. Como observam Gomes et al. (2017), a tecnicidade “é recolocada entre tempos e fluxos” que caracterizam o cenário comunicacional contemporâneo, marcadamente atravessado pela digitalização e pela conectividade. Essa configuração implica uma atualização de sua função no campo da análise, “nos fazendo inserir os produtos analisados no ponto formatos industriais do mapa das mediações, mas articulado – sendo perpassado e constituindo – pelos fluxos do mapa das mutações” (Gomes et.al, 2017, p. 142). Já a ritualidade,

(...) passa a dar conta dos fluxos com os espaços, fazendo com que problematizemos os espaços, que não são mais apenas físicos, mas uma articulação entre eles e os virtuais, passando por essa presença dos fluxos de imagens e informações. Consumimos esses novos produtos sem estarmos mais presos às grades televisivas, por exemplo, mas, ainda assim, vemos nelas operar algumas das mesmas lógicas de veiculação da televisão. (idem)

É importante observar que o conceito de grade de programação – que será acionado mais à frente neste capítulo para observarmos as mudanças propostas por conta da pandemia – é entendido, a partir de Gomes et.al (2017) como uma matriz importante de como também se

organizam a disponibilização de programas e vídeos nas ambiências digitais. Esse traço de institucionalidade se mostra dominante quando canais do Youtube estabelecem dia e horários certos para disponibilizarem seus conteúdos, ou quando se pede para que “se ative o sininho” para lembrar do momento exato da postagem de um conteúdo, até mesmo quando as plataformas estabelecem os melhores horários para que os usuários postem seus materiais. Esta tese entende a grade de programação como um valor da cultura televisiva e reconhece que o conceito está em disputa quando tomamos a noção de formas mestiças no entorno tecnocomunicativo, que amplia as possibilidades de entrarmos em contato com os programas, sejam televisivos ou não, para além das grades verticalizadas características das emissoras de televisão.

Consideradas mais tradicionais, em um movimento de ceder espaço para pensar as transformações, Martín-Barbero retira as mediações de institucionalidade e socialidade nesta formulação dos Mapas das mutações culturais, abrindo espaço para a cognitividade e a identidade. A primeira, que liga os eixos dos espaços e das migrações, é “a mutação que destaca que as nossas produções de sentido, nesse novo contexto, se dão a partir de relações hipertextuais” e que configura “uma mudança cultural que conecta as novas formas do saber com as novas formas de sentir (Gomes et. al, 2017, p.141). O autor, ao colocar a cognitividade do mesmo lado do mapa que a ritualidade, põe ênfase no modo como acessamos o mundo e as relações no entorno tecnocomunicativo: a partir de uma lógica enredada, onde a hiperconectividade cognitiva se apresenta como articuladora da nossa experiência com as múltiplas telas por onde acessamos e interagimos com uma trama audioverbovisual (Gutmann, 2021) formada de imagens, vídeos, textos, memes e áudios “que se articula em rede pelas ambiências digitais, entrelaçando plataformas, corpos e sujeitos em expressões comunicacionais diversas numa dinâmica de produção, circulação e consumo em fluxo” (p.12).

A identidade, que faz a conexão entre os eixos das migrações e dos tempos, fortalece “a nossa compreensão de tomar as migrações não apenas como deslocamentos no espaço físico” e são construídas “na relação que estabelecemos com outras formas de organização e disposição do tempo” (ibidem). Segundo Ferreira (2019), “Martín-Barbero toma a mutação das identidades levando em consideração a questão da juventude. Para ele, é curiosa a quantidade de jovens que adotam novas identidades em redes sociais (Martín-Barbero, 2009a), levando-o a aproximar identidade de tecnicidade” (p.99). Dessa forma, as formas de fazer, ver e reconhecer são tensionadas pela juventude nas ambiências digitais, que tomam as distintas plataformas e redes sociais como espaços de expressão e sensibilidade. Para Martín-Barbero, a sensibilidade do jovem está em processo de mudança e se encontra “cada vez menos passiva,

é mais ativa, mais criativa, mais misturada” (2009, p.23) e isso fica evidente quando tomamos as produções realizadas em ambiências digitais, em especial aquelas que vamos discutir no capítulo dois: as mininovelas, novelas verticais e as sátiras de reportagens telejornalísticas são materialidades audiovisuais resultantes do amálgama feito pelos jovens que remixam as convenções dos gêneros televisivos à cultura do meme e da viralização característicos dessas ambiências.

Ao mesmo tempo que os jovens se inserem com mais facilidade aos ambientes digitais conectados, observa-se um distanciamento desse público dos meios tradicionais, a exemplo da televisão. Uma pesquisa realizada¹⁹ com crianças e jovens de 3 a 18 anos em diferentes países da América Latina, revelou que o consumo de vídeos em plataformas digitais já supera o da mídia tradicional entre esse público. Segundo o estudo, 54% deste público apontam os meios digitais como sua principal fonte de acesso a conteúdos audiovisuais, enquanto 32% indicam a mídia tradicional como prioritária. O levantamento também destaca a relevância dos videogames na rotina desses jovens: seis em cada dez participantes afirmam jogar algum tipo de jogo em suporte digital.

Assim, o Mapa das Mutações Culturais nos ajuda a entender a noção de entorno tecnocomunicativo (Martín-Barbero, 2009), que é essencial para analisar o fenômeno aqui proposto a partir da ideia de fluxos, de Raymond Williams (2016), de fluxos audiovisuais, segundo Thiago Ferreira (2019), de fluxos audiovisuais em rede, partindo de Gomes (2023) e audiovisual em rede, de Gutmann (2021). Para Williams, o fluxo é a característica que define a radiodifusão como tecnologia e forma cultural. O conteúdo televisivo, aqui, é entendido enquanto sequência ou um conjunto de sequências alternativas de eventos (programas, chamadas, vídeos publicitários, vinhetas), que “ficam disponíveis numa única dimensão ou única operação” (2016, p.97). É aqui que aparece a noção de fluxo.

O que está sendo exibido não é, nos antigos termos, uma programação de unidades separadas com inserções específicas, mas um fluxo planejado, em que a verdadeira série não é a sequência publicada de programas, mas essa sequência transformada pela inclusão de outro tipo de sequência, de modo que essas sequências juntas compõem o fluxo real, a real radiodifusão” (WILLIAMS, 2016, p.100)

Ferreira (2019), ao articular o entendimento de Martín-Barbero sobre os fluxos de imagem ao de Williams (2016) sobre fluxo, propõe que “fluxos audiovisuais são formas culturais específicas que expressam modos de sentir, ver e agir politicamente e afetivamente no entorno tecnocomunicativo” (Ferreira, 2019, 115). Aqui, tomamos esse conceito para observar

¹⁹ VOD é a nova televisão do público infanto-juvenil, diz pesquisa. Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/midia/vod-e-a-nova-televisao-do-publico-infanto-juvenil-diz-pesquisa>. Acesso em 19 set. de 2024.

as televisualidades forjadas em cenário de pandemia, conformadas enquanto sequência, que torna perceptível a experiência audiovisual em fluxo nesse ecossistema comunicativo que “se organiza em torno de fluxo de imagens e de informação e de migrações populacionais. Portanto, o entorno tecnocomunicativo é o contexto atual marcado pelos fluxos e pelas migrações” (Ferreira, 2019, p.25). Partindo desse pressuposto, ao habitarmos esse ecossistema comunicativo, entendemos aqui, em consonância com o autor, que “fluxos audiovisuais são formas culturais através das quais o entorno tecnocomunicativo se organiza” (ibidem).

Já Gomes (2023) faz uma aposta na noção de fluxos audiovisuais em rede também a partir da noção de fluxo de Williams e a de fluxos de imagens formulada por Martín-Barbero. Para a autora, “aquilo que Williams percebia, nos anos 70, como uma mudança na experiência televisiva, implicada pela qualidade de fluxo de televisão, tem efetivamente se consolidado como uma transformação mais ampla na nossa experiência comunicacional” (Gomes, 2023, p.58-59). Já em Martín-Barbero, a ideia de fluxo de imagens surge “em suas discussões sobre as mutações culturais e tecnológicas que configura esse momento em que vivemos” (ibidem, p.59). Dessa forma, a ideia de fluxo audiovisual em rede “tenta captar essas transformações e oferecer uma chave para abordar a experiência que caracteriza nossa relação com o entorno tecnocomunicativo” (ibidem, p.59).

Gutmann (2021) nos convoca a pensar sobre a noção de audiovisual em rede, uma vez que “a experiência audiovisual é posicionada como espaço de percepção da experiência cultural na contemporaneidade” (p.66). A ideia de rede, para Gutmann não se limita ao puro tecnicismo e às plataformas nas ambiências digitais, mas sim “o tecido social da nossa experiência comunicacional, que ocorre de modo disseminado, multicêntrico” (ibidem, p.67). Nessa esteira, o entorno tecnocomunicativo se conforma “por um processo completo de interações e contaminações entre meios, gêneros e formas, especialmente audiovisuais, que desestabilizam os discursos próprios de cada meio e respondem por transformações nos nossos modos de fazer, ver, interagir, sentir” (ibidem, p.24). Ainda segundo a autora, o entorno tecnocomunicativo dialoga com outros dois importantes conceitos: o sentido de bios midiático, de Muniz Sodré (2006, 2013), onde a “experiência cotidiana, real-histórica, na qual estamos imersos” é “caracterizada pela indistinção entre tela e realidade” (ibidem, p.23); e o conceito de *sensorium*, de Walter Benjamin (2012). Martín-Barbero busca complexificar a ideia de *sensorium* como possibilidade de acessar novas formas de ver e sentir o mundo “(...) para acessar modos de percepção de uma época, muitas vezes distintos e controversos” (ibidem, p.24).

Gomes et al. (2017) destacam que, com a noção de entorno tecnocomunicativo, “o autor nos chama atenção para a imersão dos sujeitos na natureza e nas instituições midiáticas, e, neste

sentido, como construímos visibilidade para nós, enquanto sujeitos, e para outros” (p. 141). Assim, acionar os mapas das mediações e das mutações culturais permite compreender como os gêneros e formatos audiovisuais produzidos nesse entorno “articulam temporalidades e espacialidades diversas – referências e matrizes culturais globais e locais – e formas de fazer e ver que se alteram a partir de transformações cognitivas, sensíveis, identitárias” (ibidem, p. 142). As transformações observadas não rompem com as formas anteriores, mas as deslocam e atualizam. Por isso, embora a noção de formas mestiças nos faça ver cada vez menos barreiras entre meios e produtos, é importante neste momento nos voltarmos para pensar a televisão de forma historicizada. Aqui, as articulações institucionalidades e tecnicidades se revelam decisivas para entender como a TV opera, se transforma e continua sendo forma cultural central no cenário midiático contemporâneo.

2.1. A televisão em transformação nas múltiplas temporalidades

Imaginemos a sala de uma casa. Provavelmente, essa proposição descreveria um ambiente com um sofá, talvez poltronas, uma mesa de centro, se for uma casa pequena, uma mesa com algumas cadeiras e em cima de um móvel maior (um rack ou estante), uma televisão. Aprendemos que é para ela que devem ser apontados todos os outros móveis presentes nesse cômodo, e que é olhando para ela que as famílias brasileiras jantam, interagem, compartilham sobre seu dia. Eu uso o verbo “aprendemos”, porque ou foi dessa forma que nós vimos acontecer em nossas casas – que é o meu caso – ou porque vimos, na própria televisão ou no cinema, inúmeras cenas como essa sendo representadas nas telenovelas ou filmes. Eu cresci na década de 1990, meus pais sempre trabalharam fora, eu ficava muito tempo em casa com meu irmão e quando não estava na escola, estudando ou brincando na rua com meus amigos, eu estava na frente da TV assistindo alguma coisa, sobretudo no período da tarde. À noite, quando meus pais chegavam, sentávamos todos na sala para comer e a TV estava lá, ligada. Nem sempre olhávamos para ela diretamente, mas sempre foi uma presença constante. Até hoje, quando vamos almoçar todos juntos, o ritual se repete. Já para as crianças que cresceram nos anos 2000 ou 2010, há uma configuração mediada por múltiplas telas, atravessada pela internet e pelo *streaming*, que passaram a disputar a atenção das famílias com a TV.

Amanda Lotz (2007), embora esteja debruçada sobre o cenário televisivo norte-americano, apresenta pontos de vista que podemos facilmente utilizar para enquadrar à realidade brasileira, quando afirma, por exemplo, que a TV não é simplesmente uma “tecnologia ou um eletrodoméstico – como uma torradeira – que está em nossas casas há mais

de sessenta anos. Pelo contrário, ela funciona tanto como uma tecnologia quanto como uma ferramenta para contar histórias culturais” (p.03, tradução nossa)²⁰. E foi mediando como essas histórias chegaram até nós que a televisão se tornou parte integrante do nosso cotidiano. Assim como aponta Lotz, não estamos aqui falando de um eletrodoméstico apenas, mas da cultura televisiva, seus valores, seus repertórios e influências que atravessam temporalidades e se fazem presentes de outros modos possíveis, já distintos daquele mais tradicional que fiz referência há pouco, mas que pra mim é muito caro. Não apenas porque se trata da minha perspectiva, mas porque nos deixa ver um tempo ao qual a TV de hoje se agarra para seguir disputando hegemonia, espaço, preferência e memória e que originou parte significativa dos estudos sobre televisão que ainda hoje são relevantes e necessários, como alguns que evocarei aqui ao longo desta tese. A começar pelo que aponta François Jost (2012), quando lança luz sobre quais seriam, de fato, os pressupostos para compreender a televisão. Para o autor, esse é um processo que passa por algumas interrogações, a saber:

É fazer entrevistas no meio profissional para aprender como se faz uma emissão? É investigar os arquivos escritos, estudar o sistema de leis e os textos que regulam a vida das emissoras? É desmontar os mecanismos econômicos? Ou é se ater, simplesmente, ao estudo dos programas? No plano ideal, deve ser tudo isso ao mesmo tempo. (p.21)

Concordamos com Jost quando afirma o que se apresenta na citação acima: para se entender a televisão, precisamos estar atentos a tudo, desde aos profissionais responsáveis pela realização dos programas, aos funcionamentos das emissoras, às lógicas de produção dos programas, à grade de programação na qual esses programas são disponibilizados, o contexto no qual esse programa é produzido e veiculado, onde se dá a oferta desse conteúdo e quais discussões ele evoca. Falar de TV no Brasil é falar de uma parte importante dos processos culturais, uma vez que a relação dos brasileiros com a televisão é intensa e vem mudando ao longo do tempo, embora sempre mantenha uma dimensão de reconhecimento e identificação. Se nas décadas de 1970 e 1980 a televisão ocupava uma posição hegemônica como principal fonte de informação e entretenimento para grande parte da população brasileira, hoje ela compartilha esse protagonismo com uma multiplicidade de ambiências digitais e plataformas conectadas em rede. No entanto, apesar da fragmentação dos meios e da crescente centralidade da internet na mediação da vida social, a televisão se mantém no cotidiano dos brasileiros, não somente como dispositivo técnico ou canal de programação, mas sobretudo como forma cultural que organiza temporalidades, hábitos de consumo e formas de socialidade.

²⁰ Do original em inglês: Television is not just a simple technology or appliance-like a toaster--that has sat in our homes for more than sixty years. Rather, it functions as both a technology and a tool for cultural storytelling.

Neste sentido, a TV Globo reivindica, ao longo dos seus 60 anos de história, o protagonismo no contexto das transformações da televisão brasileira e da relação do público com esse meio de comunicação. Fundada em 1965, a emissora rapidamente se consolidou como a maior produtora de conteúdo televisivo do Brasil e uma das mais influentes do mundo. Sua trajetória se entrelaça com a história da televisão no país, revelando um vínculo profundo com as formas como o público brasileiro se relaciona com o meio. Essa conexão evidencia uma relação metonímica entre a emissora e a percepção social da televisão, posicionando a Globo como exemplo de canal que soube interpretar e expressar os desejos, tensões e valores da sociedade brasileira ao longo de suas seis décadas de existência.

Desde seus primeiros anos, a Globo investiu intensamente na produção de telenovelas e telejornais, consolidando dois pilares centrais da televisão brasileira. As telenovelas da emissora tornaram-se espaços privilegiados para construção de identidades, para a circulação de valores culturais e debate sobre as formas de pertencimento que colaboram com a maneira como nos reconhecemos enquanto brasileiros. Ao mesmo tempo, seus telejornais exerceram e ainda exercem forte influência na formação da agenda pública, mediando a percepção social sobre temas políticos, econômicos e culturais. Tanto a ficção quanto o jornalismo da Globo operam como vetores das transformações sociais, tensionando debates sobre família, gênero, classe, raça e sexualidade. Observar a trajetória da TV Globo é também um modo de acessar as distintas temporalidades que atravessam a história da televisão no Brasil e de compreender como o meio televisivo participa da vida pública e privada no país.

Suas programações, ao longo das últimas décadas, nos deixam ver aspectos importantes da história do país, uma vez que a emissora reivindica para si esse papel de principal mediadora dos aspectos culturais e suas representações junto aos brasileiros, o que também se converte em sucesso comercial e de audiência. Ao longo desta tese, essa relação metonímica e sinonímica entre TV e TV Globo será posta em questão, sobretudo quanto aos programas que serão por mim articulados em fluxo e postos em análise a fim de vermos contextos pandêmicos e transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão brasileira e por extensão o audiovisual brasileiro contemporâneo

Para seguir observando essas transformações, voltemos à Lotz (2007), que lança luz ao paradigma da inovação tecnológica que a internet nos apresenta – pensando na realidade brasileira, desde final da década de 1990 e mais incisivamente na primeira década deste século – e que vem impondo desde então um desafio às emissoras de televisão: se manter competitiva frente às ofertas que parecem mais tentadoras, mais participativas e colaborativas, como as redes sociais por exemplo. A autora diz que os trabalhadores da indústria televisiva se

depararam com um ambiente competitivo em transformação, impulsionado pelo avanço de tecnologias novas e convergentes, que expandiram as maneiras de assistir e acessar a televisão. Além disso, encontraram um público aberto a explorar as oportunidades inovadoras trazidas por essas tecnologias. Antes mesmo da internet ganhar destaque e interferir na forma como interagimos com o conteúdo televisivo, Lotz aponta para o aumento do número de canais de TV – inclusive àqueles por assinatura – como fator inaugural para explicar a diminuição do hábito de assistir televisão como um evento compartilhado, tal como descrevo no início deste capítulo. Ou seja,

Embora anteriormente fosse a norma, a visualização coletiva de determinados programas pela sociedade tornou-se uma experiência rara. As novas tecnologias não apenas libertaram a natureza doméstica e baseada em locais específicos do uso da televisão, mas também permitiram que os espectadores controlassem quando e onde assistir aos programas. Mudanças relacionadas nas possibilidades de distribuição, que agora permitem assistir televisão em telas de computador, tablets e celulares, multiplicaram os modelos anteriormente padrões para o financiamento de programas e a geração de lucros, criando assim uma vasta expansão de conteúdo economicamente viável (Lotz, 2007, p.05, tradução nossa).²¹

Os espectadores, portanto, passaram a ter à disposição uma maior variedade de conteúdos, mais flexibilidade para decidir como e quando assistir aos programas, além de também ter a oportunidade de produzir seu próprio conteúdo e disponibilizá-lo em seus próprios canais ou perfis na internet. A autora afirma, portanto, que, ao longo de sua trajetória, as percepções sobre a televisão estiveram profundamente vinculadas aos modos específicos de uso e funcionamento que ela assumiu em diferentes períodos históricos. No entanto, a televisão que conhecíamos nas décadas de sua consolidação, já não opera da mesma maneira. As normas e convenções que definiram esse modelo emergiram de condições industriais, tecnológicas e culturais que passaram por profundas transformações nas últimas décadas e que redefiniram a televisão, ainda assim “ela continue existindo como uma entidade que a maioria das pessoas ainda entende e identifica como “TV”” (ibidem, p.07, tradução nossa)²². Entendendo a televisão como forma cultural, nos termos de Raymond Williams (2016), a reconhecemos como uma prática social historicamente situada, atravessada por relações simbólicas, institucionais e materiais, que organiza experiências, temporalidades e modos de vida distintos.

²¹ Do original em inglês: Although once the norm, society-wide viewing of particular programs is now an uncommon experience. New technologies have both liberated the place-based and domestic nature of television use and freed viewers to control when and where they view programs. Related shifts in distribution possibilities that allow us to watch television on computer screens, tablets, and mobile phones have multiplied previously standard models for financing shows and profiting from them, thereby creating a vast expansion in economically viable content.

²² Do original em inglês: “it persists as an entity that most people still understand and identify as “TV.”

Isso encontra eco nos pensamentos de Martín-Barbero em “Dos meios à mediação”, quando discorre sobre a relação entre as inovações tecnológicas e o conceito de cultura de massas. A partir de uma abordagem histórica que o autor apresenta na obra, ele nos convida a ultrapassar a concepção de cultura de massas enquanto um conjunto de meios massivos de comunicação, defendendo que o que ocorre na cultura com o surgimento das massas deve ser compreendido em relação às readaptações da hegemonia, “que, desde o século XIX, fazem da cultura um espaço estratégico para a reconciliação das classes e a reabsorção das diferenças sociais” (1997, p.191). Para o autor, é daí que as inovações tecnológicas no campo da comunicação encontram forma, à medida que a mediação adquire sentido e a materialidade técnica se transforma em uma potencialidade comunicativa no contexto social.

Não estamos subsumindo as peculiaridades, as modalidades de comunicação que os meios inauguram, no fatalismo da "lógica mercantil" ou produzindo seu esvaziamento no magma da "ideologia dominante". Estamos afirmando que as modalidades de comunicação que neles e com eles aparecem só foram possíveis na medida em que a tecnologia materializou mudanças que, a partir da vida social, davam sentido a novas relações e novos usos (Martín-Barbero, 1997, p.189)

Martín-Barbero aborda, então, a noção de meios no contexto das mediações, entendendo que esse processo de transformação cultural não se inicia nem emerge a partir deles, “mas no qual eles passarão a desempenhar um papel importante a partir de um certo momento – os anos vinte” (ibidem). Tomando o Brasil como referência, é nessa década que o rádio entra em operação no país e rapidamente ganha popularidade, especialmente nas grandes cidades, e o cinema começa a se descentralizar do eixo Rio-São Paulo, chegando a outros estados, bem como começam as primeiras experiências dos filmes falados. O poder que os Estados Unidos adquirem no cenário mundial neste período também é apontado pelo autor para melhor entendermos a importância desse fenômeno, já que é lá que os meios de comunicação experimentaram primeiro seu maior desenvolvimento. Portanto, a discussão sobre cultura de massa só faz sentido quando consideramos que sua produção, pelo menos como uma tendência, adota a forma do mercado global a partir da perspectiva econômica estadunidense, que combina a liberdade de informação com a liberdade de empresa e comércio, estabelecendo uma vocação imperial para si mesma.

A cultura de mediação de massa é forjada na tensão entre essas duas dinâmicas: a dos interesses econômicos de um capitalismo mais e mais monopolista, que se aproveita da presença débil e funcional do Estado, e a de uma poderosa sociedade civil que defende e amplia os limites da liberdade (Martín-Barbero, 1997, p.194).

Nesse ínterim, a análise da relação entre cultura e meios de comunicação na América do Norte, segundo o autor, deve considerar dois aspectos: por um lado, os meios reproduzem

um estilo de vida característico; por outro, eles criam uma gramática de produção que possibilita a universalização desse modo de viver. E outros dois pontos também são cruciais para entender esse processo: o *star system*, nascido da cultura cinematográfica norte-americana e a criação de gêneros, pois “ambos montavam o dispositivo comercial sobre mecanismos de percepção e reconhecimento popular” (Martin-Barbero, 1997, p.198).

O autor aponta que o cinema intensificava a fusão entre personagem e ator ou atriz, uma tendência herdada do melodrama. Essa conexão com o público foi justamente o que o *star system* passou a explorar e amplificar. Na tela, essa mediação se concretizava através da planificação com a qual se filmava as cenas, em especial o uso do primeiro plano, “com sua capacidade de aproximação e fascinação, mas também de difusão e popularização do rosto dos atores” (ibidem, p.199). A imprensa tinha uma tarefa essencial nessa engrenagem, referenciando e traduzindo a mitificação dos personagens/atores ou atrizes em padrões de comportamento e valores cotidianos. Assim, “a ideologia convertia-se em economia: era a identificação sentida e o desejo mobilizado pela “estrela” o que permitia a rentabilidade dos filmes (ibidem).

Os gêneros são o segundo ponto de ancoragem da indústria cinematográfica no aparato perceptivo das massas, segundo Martín-Barbero. Hollywood é o berço do nascimento ou transformação de gêneros, como o *western* – uma criação essencialmente americana que retrata temas como a expansão territorial, o confronto entre civilização e natureza selvagem – e o *noir* – uma fusão de influências europeias, especialmente do expressionismo alemão, com o cinema americano –, rompendo com a simples adaptação de gêneros teatrais ou literários para o cinema. O gênero não é apenas uma característica da narrativa, mas sim um mecanismo “a partir do qual se obtém o reconhecimento – enquanto chave de leitura, de decifração do sentido, e enquanto reencontro com um “mundo”” (ibidem). Essa configuração que o autor lança mão em referência aos gêneros cinematográficos pode ser facilmente estendida para pensarmos gêneros de forma mais ampla, especialmente os televisivos. Voltaremos a esse assunto mais detidamente no próximo capítulo, mas para entendermos esse lugar de centralidade da TV enquanto forma cultural do nosso tempo, é importante nos debruçarmos agora para entender o papel do drama televisivo nesse cenário.

Raymond Williams (2016) afirma que em meados da década de 1950 a televisão começou a substituir o cinema enquanto “grande instituição dramática”, fazendo referência ao fato de que certos gêneros ou formas culturais após terem se desenvolvido no cinema, encontrou na TV território fértil para se consolidarem, uma vez que “as novas possibilidades do drama televisivo acarretaram uma resposta significativa e criativa” (Williams, 2016, p.68)

e “o custo comparativamente baixo da obra feita originalmente para a televisão, que poderia ser rapidamente exibida para um público muito amplo, representava uma nova dimensão de possibilidades culturais” (ibidem, p.69). Tomando o cenário britânico, o autor pontua que embora o teatro e o cinema seguissem sendo culturalmente prestigiados, grande parte dos trabalhos de novos e jovens dramaturgos na década de 1960 iam direto para a televisão.

Na maior parte do mundo, desde o surgimento e propagação da televisão, segundo Williams, é notório o aumento na escala e na intensidade do consumo de representações dramáticas como nunca antes em outros meios, com a maioria da população tendo acesso regular e constante. Fazendo referências às sociedades norte-americanas e britânicas, o autor aponta que parece provável que “a maioria dos espectadores assista a mais drama em uma semana ou no fim de semana do que teria assistido durante um ano ou, em alguns casos, uma vida inteira em qualquer período histórico anterior” (Williams, 2016, p.70). Logo, assistir televisão se tornou uma parte fundamental da cultura moderna, do cotidiano das pessoas, já nos primeiros anos de sua implementação e, embora saibamos que sua programação e funcionamento tomem como matrizes históricas importantes o cinema, o rádio e o folhetim é com o acesso à televisão que esse consumo passa a ser diário e constante, o que nos deixa ver que é “uma das características singulares das sociedades industriais avançadas o fato de o drama, como experiência, ter se tornado parte intrínseca da vida cotidiana” (ibidem).

A presença da televisão na vida dos brasileiros começou a se delinear ainda antes de sua inauguração oficial, em 7 de setembro de 1950, quando Assis Chateaubriand lançou a TV Tupi, marcando o início das transmissões regulares no país. Muito antes da primeira imagem ser exibida em um aparelho, a televisão já circulava no imaginário nacional como promessa de modernidade e progresso. Campanhas publicitárias, como as da General Electric (figura 3), veiculadas em jornais impressos da época, alimentavam a curiosidade do público e construíam uma atmosfera de expectativa em torno da chegada de um novo meio que prometia revolucionar o cotidiano doméstico e os modos de acesso à informação e ao entretenimento.

Figura 3 – Anúncio da General Electric anunciando a chegada da televisão (1950)

Você já ouviu falar...

Agora vá ver TELEVISÃO

nos revendedores G.E.

Enfim — V. terá a oportunidade de ver a televisão em funcionamento regular! Em qualquer dos revendedores G.E. da região ao lado V. poderá ver num receptor General Electric a reprodução nítida e precisa das imagens da televisão. Líder mundial em eletrônica, a televisão, primeira a fornecer e instalar um transmissor de TV na Capital da República, a General Electric tem a satisfação de oferecer também aos lares paulistas os seus afamados receptores, com os quais V. poderá assistir de casa aos mais importantes acontecimentos.

Vá ver a Televisão nos revendedores G.E!

GENERAL ELECTRIC
SOCIEDADE ANÔNIMA

levar o espetáculo à sua casa

Fonte: Site Propagandas Históricas²³

Como observa Renato Ortiz (2001), a televisão deve ser compreendida como parte constitutiva de um projeto cultural mais amplo que começa a se tornar mais evidente na década de 1940 com a “presença de uma série de atividades vinculadas a uma cultura popular de massa no Brasil” (p.38). Não se trata de afirmar que a existência de meios e práticas de comunicação, como entendemos hoje, passassem a existir a partir daquele momento, uma vez que a imprensa já havia consolidado ainda no início do século XX “formas como os jornais diários, as revistas ilustradas, as histórias em quadrinho”, mas sim porque “se consolida neste momento o que os sociólogos denominaram de sociedade urbano-industrial” (ibidem). O autor reforça que é após a Segunda Guerra Mundial, em meio à modernização promovida pela industrialização,

²³ Disponível em: https://www.propagandashistoricas.com.br/2013/04/lancamento-da-televisao-general-lectric.html#google_vignette. Acesso em 10 out. 2024.

urbanização, crescimento populacional e expansão da classe operária, que se observa um processo de redefinição de meios já existentes, como o rádio e o cinema.

O autor ressalta, no entanto, que, apesar do dinamismo observado na sociedade brasileira no período pós-Segunda Guerra Mundial, esse processo ocorre dentro de fronteiras bem delimitadas. De acordo com Ortiz (2001), essa fase é entendida enquanto uma “industrialização restrita”, um movimento de expansão capitalista que se realiza apenas em determinados setores, sem alcançar a totalidade da sociedade. Assim, tanto a indústria cultural quanto a cultura popular de massa emergente no Brasil são marcadas, segundo o autor, “mais pela sua incipiência do que pela sua amplitude” (Ortiz, 2001, p. 46).

É nesse cenário que se dá o desenvolvimento da televisão no país. Apesar de implantada em 1950, a televisão brasileira manteve, durante sua primeira década de existência, uma estrutura ainda pouco compatível com a lógica comercial. Como observa o autor, nesse período inicial havia apenas alguns canais em funcionamento, concentrados no eixo Rio-São Paulo, o que conferia à televisão um caráter eminentemente regional. Ainda não existia um sistema de redes integradas, os problemas técnicos eram frequentes, e a introdução de inovações tecnológicas acontecia de forma lenta. O videoteipe, por exemplo, embora tenha sido introduzido em 1959, só passou a ser utilizado com maior regularidade anos depois: a primeira telenovela gravada com essa tecnologia data de 1963. Outro dado relevante apontado por Ortiz diz respeito à quantidade de aparelhos de televisão em circulação nesse período. Devido ao baixo poder aquisitivo da maior parte da população, o acesso ao novo meio era restrito. Os televisores eram equipamentos caros, importados, e apenas no final da década de 1950 é que passam a ser fabricados no país, o que contribui para a ampliação do consumo e da audiência televisiva.

Nessa perspectiva, ao longo da década de 1950 e, principalmente na década de 1960, a televisão vai ocupando gradativamente um lugar central na vida cotidiana, acionando formas de pertencimento e articulando tradição, matrizes e busca por inovação. Em um processo de consolidação de um mercado de bens culturais, a “consolidação da televisão no Brasil se associava à ideia de seu desenvolvimento como veículo de integração nacional” e “vinculava-se, desta forma, a proposta de construção da moderna sociedade e à unificação dos mercados locais” (Ortiz, 2001, p.164-165).

A televisão pode ser compreendida também como expressão de uma estrutura de sentimento, no sentido proposto por Raymond Williams (1979). A noção refere-se a um conjunto de experiências que, embora ainda não completamente institucionalizadas ou codificadas, expressam as formas emergentes pelas quais um grupo social sente, percebe e

interpreta seu tempo histórico. A chegada da televisão não apenas responde a expectativas previamente constituídas no imaginário social, como aquelas alimentadas pela publicidade e pelo discurso do progresso, mas atua como veículo de expressão dessas sensibilidades em formação. Ao tornar visíveis e partilháveis certos modos de vida, a televisão dá forma a essas experiências difusas, tornando-se, como destaca Williams, uma tecnologia cultural que não apenas reflete transformações, mas as articula, tensiona e faz sentir no cotidiano.

Tomando como partida as matrizes históricas da televisão, sua implementação está profundamente ligada à já consolidada estrutura e experiências do e com o rádio no país. O rádio, introduzido no Brasil em 1922, passou suas duas primeiras décadas ainda se organizando em moldes não comerciais, conforme aponta Renato Ortiz (2001). No entanto, é a partir da década de 1930, com a viabilização da inserção da publicidade nas transmissões, que esse cenário começa a se transformar. A programação, que até então era espaçada, com transmissões intermitentes e sem cobertura contínua dos horários matutinos e noturnos, passa gradualmente a se estruturar de forma mais regular e estável.

Esse processo de consolidação do rádio como meio comercial se intensifica ao longo da década de 1940, com o aumento do número de emissoras, se firmando como meio de comunicação de massa, atingindo uma audiência expressiva e criando uma cultura radiofônica rica. Nesse período, também se consolidam alguns dos principais gêneros radiofônicos, como os programas de auditório, os programas musicais e, especialmente, a radionovela, introduzida no Brasil em 1941. Esses formatos se tornam amplamente populares e, mais adiante, serão assimilados pela televisão, conformando-se como formas televisivas de grande audiência e contribuindo para definir as convenções e a cultura televisiva no país.

Essa base facilitou a aceitação e a disseminação da televisão, que se beneficiou das inovações e experiências do rádio. As primeiras emissoras de TV foram instaladas em prédios que abrigavam estúdios radiofônicos, aproveitando a infraestrutura existente, como transmissores e equipamentos técnicos. Além disso, profissionais do rádio, já experientes em produção de conteúdo e locução, desempenharam uma função crucial na adaptação e criação de programas televisivos, que foram influenciados pelos programas radiofônicos, adaptando narrativas e estilos de apresentação já familiares ao público. Um exemplo disso são as telenovelas, que rapidamente se tornaram um dos gêneros mais populares da TV, incorporando elementos de melodrama e realismo que já haviam encontrado sucesso no rádio.

No caso do cinema, Ortiz (2021) ressalta que é nas décadas de 1940 e 1950 que ele se firma como um bem de consumo no Brasil, impulsionado, sobretudo, pela forte presença de filmes norte-americanos no circuito exibidor nacional. Paralelamente, volta-se a atenção para

o fortalecimento do mercado interno, com a criação de dois importantes estúdios da cinematografia brasileira: a Atlântida, em 1941, e a Companhia Vera Cruz, em 1949. Segundo o autor, esse movimento eleva significativamente o número de produções no país. Apenas na cidade de São Paulo, por exemplo, a produção anual salta de seis para 27 filmes nos primeiros quatro anos da década de 1950.

Williams afirma que a difusão do cinema se deu num momento em que o público das salas escuras estava em declínio e “seu desenvolvimento foi em geral uma causa e um efeito desse fato” (2016, p.72). Logo, era evidente que um dos principais recursos para a programação televisiva seria o vasto repertório de filmes já produzidos, que começaram a ocupar cada vez mais espaço nas grades de programação. Os filmes se adaptavam bem ao modelo de radiodifusão, o que permitia a transmissão de obras já existentes. Segundo Martín-Barbero (1997), essa intersecção entre o cinema e a televisão pode ser vista pela chave do melodrama, que o cinema herda do folhetim e o reinventa, transformando-o em espetáculo popular que mobiliza as grandes massas.

Existe uma convergência profunda entre o cinema e o melodrama: no funcionamento narrativo e cenográfico, nas exigências morais e nos arquétipos míticos, na eficácia ideológica. Mais do que um gênero, durante muitos anos o melodrama foi a própria essência do cinema, seu horizonte estético e político. Daí, em boa parte, tanto o seu sucesso popular, quanto o desprezo que por muito tempo mereceu por parte das elites, que consagraram a propósito do cinema o sentido pejorativo e vergonhoso da palavra melodrama, e mais ainda o do adjetivo “melodramático”, com relação a tudo o que para a cultura culta caracteriza a vulgaridade da estética popular. (Martín-Barbero, 1997, p.200)

Esses foram os elementos da gramática com os quais Hollywood, segundo Martín-Barbero, transformou o cinema em uma linguagem “universal”, o primeiro meio de comunicação massivo de uma cultura transnacional. Tão logo a televisão se consolida e o cinema se estabiliza, “sob os efeitos de uma concorrência estabelecida”, conforme indica Williams, “estúdios e centros cinematográficos acabaram produzindo novos filmes para a distribuição em televisão” (2016, p.72). Essa lógica se mantém até hoje, com a continuidade das parcerias entre produtoras cinematográficas, emissoras de televisão e plataformas de *streaming*, voltadas para o desenvolvimento de outros formatos televisivos, como telefilmes e séries, bem como para a realização de filmes. O filme *Ainda estou aqui*, do diretor Walter Salles, vencedor do Oscar de Melhor Filme Estrangeiro em 2025, é um exemplo, ao ter sua produção assinada pela VideoFilmes e Conspiração Filmes em coprodução com a Globoplay.

A qualidade técnica na realização dos programas de televisão é outro ponto de contato com o cinema, aqui por conta da similaridade nos processos de produção, direção, arte, fotografia, montagem e som. Com o passar dos anos e com o avançar das tecnologias que

promoveram a melhora dos aparatos de gravação de imagem e som, frequentemente ouvimos expressões como “nossa, nem parece televisão” ou “essa novela parece um filme” quando uma obra é gravada com câmera de extrema qualidade e resolução de imagem ou quando utilizam manobras de efeitos especiais ou ainda quando inserem imagens gravadas em locações externas, tornando mais críveis os cenários onde as histórias se desenrolam – embora a maior parte das novelas sejam gravadas em estúdios, que garantem maior controle das condições de produção e simplifica as rotinas de gravação todas em um lugar só.

Essa aproximação pode ser percebida ainda no mais recente movimento que algumas plataformas de *streaming* tem feito: investir na produção de telenovelas e outros gêneros televisivos. Nos últimos anos, plataformas como a Netflix e a HBO Max têm investido em produções de novelas, aproveitando a popularidade desse formato, especialmente em países da América Latina. O movimento faz parte de uma estratégia para atrair novos públicos e globalizar o conteúdo, já que as plataformas possibilitam que novelas de um país específico sejam facilmente disponibilizadas em diversos idiomas e regiões. No Brasil, essas plataformas têm aproveitado a longa tradição e o público fiel das novelas para explorar o gênero e adaptá-lo à experiência do *streaming*. Esse investimento acontece em um momento em que o consumo de TV aberta ainda é alto, mas enfrenta desafios pela mudança de hábitos e pela preferência crescente pelo conteúdo sob demanda.

Além de produtos originais lançados pela Globoplay, como *Verdades Secretas II*, *Todas as Flores* e *Guerreiros do Sol* – as duas primeiras disponibilizadas inicialmente na plataforma de *streaming* e, posteriormente, exibidas na grade da emissora – destaca-se nesse panorama a obra *Pedaço de Mim*, da Netflix. A produção se apropria de elementos narrativos clássicos da telenovela, como os dramas familiares, os conflitos amorosos e os segredos do passado, mas os reconfigura dentro de uma estrutura mais enxuta em apenas 18 episódios, com ritmo ágil e uma estética que se aproxima do padrão visual e técnico adotado pelas produções originais da plataforma.

Outro caso significativo dessa movimentação é a novela *Beleza Fatal*, produção original da HBO Max que estreou em janeiro de 2025, com exibição também na TV aberta por meio da Band. Composta por 40 capítulos, a trama marca a estreia do gênero no portfólio latino-americano da plataforma, indicando um investimento no gênero. Ainda nesse movimento, a HBO Max já anunciou que está desenvolvendo um *remake* de *Dona Beja*, cuja primeira versão foi transmitida em 1986 pela extinta TV Manchete,

Vale ressaltar, no entanto, que ao tomarmos essa aproximação entre televisão e cinema, não buscamos reforçar argumentos que desmerecem a TV em razão do seu viés popular, mas

reforçar os pontos de contato com suas matrizes culturais, sua interlocução histórica e mercadológica com outros meios e, sobretudo, como os modos e lógicas de produção televisivas e cinematográficas, em especial aquelas que se referem à captação e processamento da imagem, se estreitaram ao longo dos anos. Faço essa observação aqui porque é muito comum nos depararmos com percepções que reduzam a televisão, seus programas e seu repertório, em comparação com o cinema ou a literatura, por exemplo.

Arlindo Machado (2000) afirma que “a confissão de amor pela literatura ou por quaisquer outras formas sofisticadas de arte funciona como uma demonstração (às vezes também uma impositação) de educação, refinamento e elevação do espírito” (p.41) enquanto que “a paixão pela televisão é, em geral, interpretada como sintoma de ignorância” (ibidem). O autor considera que, ao longo de suas décadas de existência, a televisão demonstrou ser um sistema expressivo com densidade e amplitude suficientes para abrigar produções complexas e por isso, um “acervo de obras criativas e inquietantes produzido pela televisão não é maior nem menor que aquele acumulado em outras linguagens” (ibidem). Nesta tese, concordamos com Machado e reiteramos: a paixão pela televisão aqui não passa pela interpretação apresentada pelo autor, assumindo lugar de potência para observar as características do meio, suas relações com outras linguagens e as transformações observadas ao longo de sua história.

2.2. Padrão Globo de Qualidade: um certo modo ou o modo certo de se fazer TV?

As décadas de 1960 e 1970 foram definidoras para a consolidação da televisão enquanto principal expressão comunicacional daquele tempo. De acordo com Ortiz (2001), a situação cultural nessas duas décadas é caracterizada pelo volume e a dimensão do mercado de bens culturais, diferente do que ocorreu nos anos 1950, onde as produções atingiam um número reduzido de pessoas e ficavam restritas a público seletivo e de maior poder aquisitivo. Agora, passa-se a perceber “uma formidável expansão, a nível de produção, de distribuição e de consumo da cultura; é nesta fase que se consolidam os grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação e da cultura popular de massa” (Ortiz, 2001, p. 121). Segundo o autor, as decisões econômicas implementadas pelo regime militar instituído pós golpe de 1964, evidencia uma “segunda revolução industrial no Brasil”, o que traz consequências imediatas ao setor cultural, “pois, paralelamente ao crescimento do parque industrial e do mercado interno de bens materiais, fortalece-se o parque industrial de produção de cultura e o mercado de bens culturais” (ibidem, p.114), como revistas, livros, músicas, cinema e televisão.

Ortiz vai apontar que o que melhor caracteriza o advento e a consolidação da indústria cultural no Brasil é o desenvolvimento da televisão, isso porque “com o investimento do estado na área das telecomunicações, os grupos privados tiveram pela primeira vez a oportunidade de concretizarem seus objetivos de integração de mercado” (ibidem, p.128), a partir do incremento na produção de aparelhos e de uma série de melhorias nas condições técnicas de produção e processamento televisivo, como a implementação a transmissão a cores a edição eletrônica e o videoteipe. O autor reforça que a modernização das estruturas televisivas e a implantação de uma indústria cultural vai modificar, inclusive, as formas de relacionamento da sociedade com a cultura e o processo de industrialização da televisão é um exemplo disso.

Com a introdução do videoteipe, novos gêneros puderam ser reinventados. E o caso da telenovela diária, narrativa que dificilmente poderia ser construída dentro de um esquema de filmagem ao vivo, demandando toda uma estrutura de produção que adequasse sua realização ao processo de exibição das imagens. A fabricação da telenovela necessita de uma estrutura empresarial sólida, maiores investimentos iniciais, implica numa acentuada divisão de trabalho, num ritmo intenso de produção. As empresas, ao escolherem este gênero como carro-chefe da indústria televisiva, de uma certa forma se veem na posição de se reformularem para produzi-lo (ibidem, p.144)

Diferente de seus primeiros anos, quando suas transmissões não eram diárias, nem tinham horários bem concebidos, “a programação passa agora a obedecer determinados horários, não se atrasa mais, ela é horizontal, programas diários como as telenovelas, e vertical, sequência de programas buscando fixar o telespectador um único canal” (ibidem, p.136-137). A TV Excelsior foi pioneira em termos desta “racionalização do uso do tempo”, mas é a TV Globo que aprofunda essas mudanças e melhor consegue capitalizar em torno delas. Ortiz recorre a Maria Rita Kehl (1982) para afirmar que, em seus primeiros anos, a Globo era dirigida por pessoas do meio artístico e jornalístico e que uma mudança nesse quadro faz como que os novos administradores passam a ser executivos com experiência na área do marketing e do planejamento. Agora, “dotada de uma mentalidade empresarial, a Globo procura planejar suas atividades a longo prazo, reinveste o lucro sobre si mesma, e apresenta novidades até mesmo no uso do tempo dos comerciais” (ibidem, p.138).

Dessa forma, é a busca pelo apuro nos parâmetros técnicos, de gestão e de programação que marcam as décadas de 1960 e 1970 da televisão: o devido aparato tecnológico na gravação, edição e finalização das imagens, o cuidado estético com a produção, na montagem dos estúdios, a escolha das locações, seu design de produção através da cenografia, figurino, maquiagem; a destreza com os desenhos de iluminação e fotografia, rodar as imagens com as melhores câmeras e lentes, desde as telenovelas, passando pelos programas de variedade, até os telejornais; as decisões empresariais, de investimentos nas diversas áreas e estruturas

televisivas, as parcerias comerciais e diálogo com o universo publicitário; e a conformação de uma cultura de programação organizada em uma grade com dias e horários estabelecidos, tudo precisa seguir um certo padrão de qualidade televisivo, que também são formas de reconhecimento por parte do público.

Não obstante, um produto televisivo carrega em si uma expectativa constante de excelência, especialmente no que se refere à qualidade da imagem e dos processos de produção e administração como um todo. Isso está ligado tanto à tradição do meio quanto à concorrência crescente com outras plataformas audiovisuais. Com a pandemia, como vimos, esse padrão de excelência foi tensionado e sofreu rasuras, já que as restrições recomendadas por organizações multilaterais, como a OMS, e implementadas por estados e municípios, a exemplo do isolamento social, afetaram o funcionamento das equipes técnicas, a logística das gravações e a própria dinâmica da produção televisiva, exigindo adaptações para manter a engrenagem da programação em funcionamento.

Pensar a qualidade de uma programação, e, por consequência, a imagem institucional de uma emissora, envolve uma cadeia de decisões que perpassa diferentes esferas: desde a curadoria dos conteúdos até os modos de gestão. Trata-se de um processo que exige apuro nas tomadas de decisão, articulação entre os setores criativos e operacionais, além de um planejamento administrativo eficiente, com estratégias de marketing bem delineadas. Esses fatores são fundamentais para assegurar o respaldo mercadológico, atrair e manter o interesse dos anunciantes e, sobretudo, garantir a fidelização da audiência.

A Rede Globo de Televisão soube capitalizar para si ao estabelecer uma série de regras, normas e procedimentos que ficaram amplamente conhecidos como o Padrão Globo de Qualidade, conceito que se consolidou de forma ampla no cenário da comunicação no Brasil e que remete ao conjunto de práticas e estratégias de produção implementadas pela emissora a partir dos anos 1970. Essa noção se refere tanto à qualidade técnica das produções quanto à estrutura narrativa e estética promovida pela emissora, influenciando profundamente a forma de se fazer televisão e, por extensão, audiovisual no Brasil.

É também a partir do “Padrão Globo” que nós formamos certas expectativas em torno de como lemos certos produtos audiovisuais, sejam televisivos ou não e que a emissora reivindica para si o título de detentora de uma memória audiovisual brasileira – uma memória formada por excelência técnica e tecnológica nos seus processos de produção, veiculação e reprodução de sinal para todos o Brasil. Concordo com o que coloca Itania Gomes (2011c), quando afirma que o padrão Globo de qualidade vai além da questão técnica e estética uma vez que “reúne elementos da ordem dos investimentos tecnológicos, da profissionalização do

sistema de produção televisivo e do sistema de comercialização e implicou largamente a independência da TV das agências de publicidade e dos anunciantes” (p.09).

Quando olhamos para a Globo, temos uma entrada para pensar a forma audiovisual e a linguagem televisiva brasileira que se tornaram patrimônios da nossa cultura por conta de um certo modo de fazer, o que se inscreve no nosso imaginário coletivo e também numa lógica de convenção, que foi conformado por esse padrão. A emissora, que fez 60 anos em abril de 2025, vem construindo sua hegemonia desde o ano do seu surgimento, em 1965. Conforme aponta Daniel Filho (2003), isso se deve, primordialmente, à criação de um horário nobre em torno do binômio “telejornalismo e telenovela” e ao fato da emissora ser a primeira a entender o uso da programação para alcançar, de forma mais estratégica, o território nacional, uma vez que, até então, as demais emissoras eram estaduais. O Jornal Nacional, por exemplo, segundo Gomes (2011c), inaugura o sistema de transmissão em rede por micro-ondas no Brasil “e foi transmitido, simultaneamente, ao vivo, para seis capitais brasileiras: Rio de Janeiro, São Paulo, Belo horizonte, Curitiba, Porto Alegre e Brasília, atingindo 56 milhões de brasileiros” (p.07)

Segundo Daniel Filho, que também é diretor de TV, “a Globo começava a oferecer uma programação consistente que pedia fidelidade ao seu espectador e, em troca, o respeitava por isso” (2003, p.35). Todos esses movimentos giravam em torno de segurar a audiência, oferecendo a ele a segurança de encontrar, sempre no mesmo horário, uma programação que ele já conhecia e associava àquele momento do dia, um outro traço importante desse padrão que seria estabelecido na década de 1970. Já de acordo com Esther Hamburger (1998), com a adoção desse padrão, a emissora punha um limite em uma das características mais proeminentes da televisão em seus primeiros anos: a improvisação decorrente de uma programação eminentemente “ao vivo”. Para a autora, “na grade que resultou dessas mudanças, a improvisação, a informalidade e o inesperado que a transmissão ao vivo permite diminuam consideravelmente em favor da formalidade e padronização do acabamento” (p.35). Ana Paula Ribeiro e Igor Sacramento (2010) vão reforçar que a emissora conseguiu, ao adotar essas determinações de normas e práticas, certo controle sobre a sua programação.

Ao longo da década de 1970, a TV Globo, mais do que qualquer outra emissora, se empenhou na renovação de sua programação. E, em 1973, começou a consolidar o que ficaria conhecido como “padrão Globo de qualidade”, um modelo de televisão mais apropriado aos novos tempos. O videoteipe passou a ser mais usado, e as transmissões ao vivo (sempre passíveis de imprevistos indesejados) diminuam. Buscou-se investir em produções gravadas, que poderiam contar com o mais poderoso equipamento de edição à época, o Editec. Assim, era possível imprimir nos produtos finais recursos gráficos, voz em off e um ritmo mais acelerado e dinâmico, assim como também era possível suprimir equívocos e imperfeições (Ribeiro e Sacramento, 2010, p.121)

A Globo começou a priorizar programas pré-gravados, possibilitando um controle interno mais rigoroso. A redução da improvisação, da informalidade e de imprevistos era fundamental para alcançar a qualidade desejada, o que também facilitava o cumprimento das exigências dos órgãos de censura, que precisavam revisar previamente o conteúdo da programação. Por isso, é essencial considerar esse contexto histórico e econômico em que a Rede Globo se consolidou, uma vez que o crescimento da emissora se deu em um período de ditadura militar, quando a emissora, bem como outros meios de comunicação que apoiaram o golpe de 1964, contou com incentivos que lhe possibilitaram acesso a tecnologias de ponta. Segundo Hamburger (1998), a indústria televisiva se consolidou em estreita colaboração com o Estado, que via o meio televisivo como uma poderosa ferramenta de propaganda e controle social.

Nesse período, o governo investiu significativamente na expansão da infraestrutura televisiva, facilitando a criação de redes nacionais de comunicação e promovendo o crescimento da audiência. Esse incentivo incluiu a modernização dos equipamentos de transmissão e a ampliação da cobertura para áreas remotas do Brasil, o que tornou a televisão um veículo de comunicação massivo e de ampla influência. Ou seja, “a televisão desempenhou o papel de “integrador nacional” articulando pressão governamental com forças de mercado, incluindo a força criativa de um grupo específico de profissionais” (Hamburger, 1998, p.35).

Apesar do controle exercido pelo Estado, a televisão brasileira manteve sua natureza comercial e privada. A Rede Globo, em particular, beneficiou-se desse cenário, emergindo como uma das principais redes nacionais graças ao apoio governamental e ao desenvolvimento desse padrão técnico e estético que seria fruto também de uma parceria firmada com a empresa norte-americana Time-Life. Esse apoio, embora tenha sido criticado pelas demais emissoras à época, além de ser alvo de uma CPI na qual Roberto Marinho compareceu para depor²⁴, possibilitou que a Globo implementasse seus padrões avançados de operação e programação, além de adotar o modelo de organização contínua de programas de maneira a manter a audiência. Essa estrutura reforçou a presença da emissora na vida cotidiana dos brasileiros, que passaram a se identificar com os conteúdos exibidos.

O Padrão Globo de Qualidade, que “foi construído por uma equipe munida de pesquisas que pretendiam inspirar a criação de novos programas e a modificação dos existentes” (ibidem,

²⁴ O site do projeto Memórias Globo - que é voltado a preservar e documentar a história da emissora e foi lançado em 1999 como parte das ações de comemoração dos 35 anos da Globo - traz uma sessão intitulada “Acusações Falsas”, na qual busca explicar possíveis controvérsias que envolvam a emissora. O caso Life-Time é uma dessas passagens. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/acusacoes-falsas/caso-time-life/noticia/caso-time-life.ghtml>. Acesso em 10 out. 2024.

p.49), não se limita, portanto, aos aspectos visuais, envolvendo a integração entre técnicas de iluminação, som, cenografia e montagem à organização estratégica da programação da emissora. A emissora investiu em estúdios e equipamentos de última geração, procurando se aproximar do padrão de produção das grandes redes de televisão estrangeiras, especialmente americanas e europeias, como ABC e a BBC, respectivamente. Esse investimento em infraestrutura permitiu que a emissora desenvolvesse conteúdos com alto rigor técnico, que rapidamente se destacaram frente às produções das emissoras concorrentes.

José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, mais conhecido como Boni, é um dos responsáveis pela consolidação desse modelo de produção e gestão televisiva adotado pela emissora. Boni ingressou na Rede Globo em 1967, e sua parceria com Walter Clark, então diretor-geral da emissora, marcou o início da reestruturação profunda nas práticas de produção e programação televisiva no Brasil. Segundo Igor Sacramento e Ana Paula Ribeiro (2010), a dupla foi responsável, por exemplo, pela ideia de levar ao ar na faixa da noite o *Jornal Nacional*, em 1969, intercalado por duas novelas e por estruturar uma grade de programação inspirada no conceito utilizado pela TV Excelsior, fundamentada nos princípios de horizontalidade e verticalidade. A horizontalidade correspondia à distribuição de certos programas em horários fixos ao longo da semana. Já a verticalidade estruturava a programação em blocos diários, dedicando a manhã aos programas infantis, a tarde aos programas femininos e a noite aos telejornais e telenovelas.

Gomes (2011c) nos traz que o *Jornal Nacional* foi criado a partir da articulação entre os interesses da elite brasileira, o governo militar e os ideais de modernização e integração nacional, o que levou a TV Globo a desenvolver uma estratégia alinhada à ideologia de Segurança Nacional e às normas de censura, o que a levou a se consolidar como a principal emissora de televisão no Brasil desde então. Logo, “qualidade e confiabilidade eram, no programa, o resultado do investimento da emissora na contratação dos melhores profissionais, na melhor tecnologia disponível e na transmissão em rede nacional, configuradora de uma identidade nacional brasileira” (Gomes, 2011c, p.9). O *Jornal Nacional* se apresenta em 1969, portanto, como o primeiro resultado do padrão de qualidade que a emissora lançara mão desde o seu surgimento quatro anos atrás.

Boni, que na Globo ocupou o cargo de diretor de operações e também foi vice-presidente de operações até 1997, quando se desligou da empresa, exerceu uma influência abrangente sobre a programação, a produção e a gestão dos conteúdos da emissora. Em

entrevista ao projeto Memória Globo²⁵, Boni reforça os princípios que norteiam esse Padrão Globo de Qualidade.

O padrão globo de qualidade é um apelido que não foi dado nem pela Globo nem por mim. Eu diria a você que no meu conceito o padrão globo de qualidade era na verdade a busca pela qualidade, a preocupação de fazer melhor. A cada momento que a gente atingia um estágio nós queríamos atingir um outro estágio e a minha ideia, e sempre foi, e continua sendo, é que a televisão não pode regredir. Ela tem que avançar e trazer consigo os telespectadores, tem que fazer um progresso contínuo, caso contrário ela corre o risco de se deteriorar e satisfazendo as exigências do público ficaram uma televisão medíocre. Na verdade, é que quando você alimenta o seu público com alguma coisa da mesma maneira que você conquista essa confiança eles voltam de novo ao mesmo lugar para repetir o procedimento graças a esse processo de confiança. A gente não está falando de nenhum condicionamento, muito longe disso, porque você faz isso com entretenimento com a informação você tem que usá-la da maneira mais ampla e mais isenta possível e jamais comprometendo o público com aquilo que você diz, mas sim com aquilo que você precisa dizer.

Embora Boni negue que tenha cunhado o termo, ele acabou sendo incorporado institucionalmente pela emissora para comunicar ao público e ao mercado anunciante seu lugar de hegemonia e vanguarda no cenário televisivo brasileiro, tanto no sentido técnico e tecnológico, quanto para reforçar o seu compromisso no diálogo com a sociedade. Em campanha²⁶ divulgada em julho de 2020, composta por dois vídeos, a emissora convocou alguns nomes do seu *star system* para reforçar junto ao público e às marcas os pilares fundamentais para a sua atuação.

O primeiro vídeo, que foca na relação de respeito e responsabilidade que a emissora tem com seu público, começa com a jornalista e apresentadora do *Fantástico* Poliana Abritta afirmando que o público sabe que “o Padrão Globo de qualidade quer dizer coisa bem feita” e segue com outros artistas e jornalistas se revezando na tela reforçando o papel da emissora que diz que “tem compromisso com milhões por que tem cuidado com cada um (...) e só assim se pode ter um padrão Globo de qualidade”. O texto do comunicado que anuncia a campanha diz ainda que essa “é uma expressão que simboliza o cuidado por trás de todo trabalho realizado pela empresa; o casamento entre excelência e inovação, apoiado em valores como qualidade, brasilidade e respeito”. O segundo vídeo tem como foco justamente essa brasilidade que a Globo tem e que seria por isso que “a Globo tem audiência (...) por que tem tudo que o brasileiro gosta (...) por que tem todos os Brasis e o Brasil todo”.

²⁵ Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/6930547/>. Acesso em 10 out. 2024.

²⁶ Filme destaca o compromisso da Globo com qualidade e respeito Disponível em <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/filme-destaca-o-compromisso-da-globo-com-qualidade-e-respeito.ghtml>. Acesso em 10 out. 2024.

Essa campanha nos mostra que, com reconhecido impacto, tanto na forma de se fazer televisão, como na construção da cultura midiática nacional e da identidade brasileira, a Rede Globo e seu padrão de qualidade articula formas de mobilização da audiência em torno das programações da emissora e o nosso reconhecimento enquanto brasileiros a partir da sua programação. Se tomarmos as telenovelas da emissora, por exemplo, veremos como essas produções desempenham um papel importante na formação de valores, comportamentos e no debate de temas sociais. Gomes (2011c) vai nos trazer que a noção de identidade cultural brasileira passa por um processo de reconhecimento a partir do modo como a televisão promove representações e articulações possíveis sob uma ótica mercadológica: é "nacional" tudo aquilo que está inserido e valorizado no mercado de consumo, especialmente no consumo de bens simbólicos. Aquilo que representa o Brasil não é apenas o que remete às suas raízes históricas ou tradições regionais, mas principalmente o que adquire visibilidade e aceitação no universo de consumo, em especial no consumo televisivo. Sob essa perspectiva, a cultura televisiva é estruturada pela intersecção de interesses políticos e econômicos, que criam e impulsionam formas culturais com ampla aceitação popular.

A autora toma o *Jornal Nacional*, enquanto principal produto da emissora, para exemplificar como a Rede Globo, em sua história, se construiu como exemplo de sofisticação e atualização tecnológica a serviço do jornalismo. A criação de um horário nobre em torno do *Jornal Nacional* se justifica pois ele “ocupa posição de destaque em relação à utilização de toda a variedade de recursos e inovações técnicas” (Gomes, 2011c, p.10). A partir disso, a aposta feita no final da década de 1960 em horário nobre composto pelo combo “novela + jornal + novela” se mantém até os dias de hoje, e ganhou uma extensão: desde dezembro de 2021, a emissora passou a ter duas reprises de novelas no turno vespertino²⁷, seguido da novela das 18h e um jornal local.

O padrão Globo de qualidade influenciou a forma de se fazer televisão no país para além da emissora. Ribeiro e Sacramento (2010) apontam que a emissora estabeleceu um novo patamar de qualidade na produção televisiva no Brasil, acostumando os telespectadores a uma experiência audiovisual de alta qualidade. Esse padrão leva outras emissoras a buscarem melhorias contínuas em suas produções e na transmissão de seus sinais. E como esse padrão não se limita às questões técnicas, mas também administrativas e de programação, sua influência vai reverberar também nessas áreas. Na ocasião dos preparativos para a criação do

²⁷ Globo terá nova faixa de reprises de novelas após Jornal Hoje | Disponível em: <https://opopular.com.br/magazine/globo-tera-nova-faixa-de-reprises-de-novelas-apos-jornal-hoje-1.2360059>. Acesso em 10 out. 2024.

SBT, "Silvio Santos contratou uma nova equipe de diretores comerciais vindos da área de publicidade e marketing. É importante notar que foi um processo muito semelhante ao que aconteceu quando foi implantado o ‘padrão Globo de qualidade’” (Ribeiro e Sacramento, 2010, p.169).

Isso acontece, segundo os autores, sobretudo porque os projetos de modernização das emissoras de radiodifusão, bem como das gravadoras, das editoras e de outras empresas dos ramos da comunicação e da cultura envolvem uma crescente racionalização administrativa, acompanhada de uma ampliação do poder das áreas comerciais e de marketing sobre as áreas artísticas. É bem verdade que, no caso do SBT, sua história mostra que as decisões sempre se mantiveram no controle de Silvio Santos, que sempre teve a palavra final quanto a qualquer decisão que fosse tomada, especialmente quanto à programação. Era ele quem decidia as mudanças dos horários dos programas e o que entrava ou saía do ar, mesmo que o programa ou novela ainda estivesse em andamento. Isso continuou acontecendo mesmo após seu afastamento do canal, quando sua filha Daniela Abravanel Beyruti assumiu a vice-presidência e, posteriormente, a presidência, após seu falecimento.

Durante as comemorações dos 100 anos do Grupo Globo e dos 60 anos da TV Globo, uma série de iniciativas foram implementadas pela emissora com o objetivo de marcar a efeméride por meio de sua própria programação e da atuação integrada de outros veículos do grupo, que dão a ver um discurso que reforça a centralidade da Globo como projeto bem sucedido de televisão: o *videocast O Futuro Já Começou*, produzido e disponibilizado pelo Globoplay, reúne artistas e profissionais da emissora para rememorar momentos marcantes de sua trajetória; o show comemorativo exibido em 28 de abril de 2025, estruturado como um grande espetáculo televisivo que reuniu cantores, cantoras, atores, atrizes, apresentadores e jornalistas da casa no dia que marcava os 60 anos da emissora; edições especiais do *Video show*, do *Globo Repórter*, até a produção de dois telefilmes – em *Coisa de Novela*, personagens vivem situações típicas do gênero, como triângulos amorosos, reviravoltas e revelações dramáticas, enquanto refletem sobre a presença que as novelas ocupam na vida dos brasileiros, já em *Fabrica de Sonhos*, acompanhamos personagens que trabalham nos Estúdios Globo e que acionam lembranças, referências e figuras emblemáticas que fazem parte da história da empresa e da televisão brasileira.

O Padrão Globo de qualidade, como vimos, se materializa nas normas e procedimentos que orientam a tomada de decisões em diferentes esferas: artística, gerencial, mercadológica e institucional. Ele se expressa, por exemplo, na forma como a grade de programação é cuidadosamente construída ao longo do tempo e na consolidação de convenções televisivas

que foram sendo reforçadas pelas múltiplas produções realizadas pela emissora ao longo de suas seis décadas de existência. São essas escolhas que ajudam a explicar a força que a Globo adquiriu no imaginário social brasileiro, sua influência na conformação de uma identidade nacional e o olhar atento que a própria sociedade devolve à emissora.

2.3. Institucionalidades operando na reformulação de grades de programação na pandemia

Quando pomos em articulação o Padrão Globo de Qualidade e o período da pandemia de COVID-19, torna-se possível compreender como algumas decisões tomadas pela emissora, especialmente no que diz respeito às alterações em sua programação e às reformulações das lógicas de produção, respondem ao cenário de crescente instabilidade social e aos modos como os governos, organização multilaterais e as mais distintas instituições lidaram com a crise sanitária. A reconfiguração das grades de programação no contexto da pandemia abre caminho para uma investigação mais apurada sobre como se articulam as convenções, os gêneros televisivos e a gramática que os estrutura. Para observar isso com mais precisão, convoco aqui dois recortes da grade de programação da emissora, situados em momentos-chave da evolução da pandemia no Brasil.

O primeiro é o dia 02 de março de 2020. Àquela altura, o país já se encontrava em estado de atenção: o primeiro caso da doença havia sido confirmado em 26 de fevereiro, na cidade de São Paulo, e os registros ainda se limitavam a casos de pessoas que estiveram em outros países onde já havia uma quantidade significativa de contaminação, sem evidência de transmissão comunitária significativa. Inclusive, em reportagens publicadas naquele dia, percebe-se que o foco ainda é a situação de outros países e o Brasil é apenas citado no cenário da América Latina, conforme vemos em matéria do portal G1²⁸. Estávamos, portanto, em uma fase inicial da epidemia, quando a ameaça era reconhecida, mas ainda não havia diretrizes concretas de distanciamento social nem mudanças no cotidiano da maioria da população, o que também nos permite ver jogos distintos com a regulação por parte das instituições.

O segundo recorte é o dia 20 de março de 2020. Em menos de três semanas, o cenário havia mudado drasticamente. No Brasil, o número de infectados chegava a 977, segundo as secretarias estaduais de saúde e com casos de contaminação em 24 estados brasileiros e no

²⁸ Últimas notícias de coronavírus de 2 de março. Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/02/ultimas-noticias-de-coronavirus-de-2-de-marco.ghtml>. Acesso em 10 out. 2024.

Distrito Federal e 11 mortes confirmadas²⁹. Nesse mesmo dia, o Senado aprovou o decreto de calamidade pública³⁰, em votação que já aconteceu de forma remota: segundo o site do Senado, foi a primeira vez em 196 anos que os parlamentares votaram sem estarem fisicamente presentes no Plenário. Enquanto isso, as autoridades sanitárias reforçavam a recomendação para que a população evitasse sair de casa e mantivesse o distanciamento físico, o que impactava a realização de atividades que envolvessem aglomerações, como gravações de programas de auditório, de variedades e novelas.

Tabela 1 - Grade da TV Globo em 02 de março de 2020

Horário	Programa
04:00	Hora Um
06:00	Bom dia Praça
08:00	Bom Dia Brasil
09:00	Mais Você
10:30	Encontro com Fátima Bernardes
12:00	Praça TV – 1ª Edição
13:00	Globo Esporte
13:25	Jornal Hoje
14:17	Se Joga
15:12	Sessão da Tarde - Miss Simpatia 2 - Armada e Poderosa
16:45	Vale a Pena Ver de Novo - Avenida Brasil
18:01	Malhação - Toda Forma de Amar
18:33	Éramos Seis
19:15	Praça TV – 2ª Edição
19:36	Salve-se Quem Puder
20:30	Jornal Nacional
21:18	Amor de Mãe
22:21	Big Brother Brasil 20
22:49	Tela Quente - Linda de Morrer
00:15	Jornal da Globo
00:52	Corujão I - Serena
02:31	Corujão I - Made in China

Fonte: Portal Diário de Pernambuco

²⁹ Casos de coronavírus no Brasil em 20 de março . Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/20/casos-de-coronavirus-no-brasil-em-20-de-marco.ghtml>. Acesso em 10 out. 2024.

³⁰ Em sessão histórica, Senado aprova calamidade pública contra covid-19. Disponível em <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/03/20/em-sessao-historica-senado-aprova-calamidade-publica-contr-covid-19>. Acesso em 10 out. 2024.

Na tabela 01 temos a grade da emissora antes da adoção do isolamento social. A programação se mantém sem alterações até aquele momento. Todos os programas são produzidos e veiculados sem restrições. Não há aumento do tempo de exibição de alguns programas, sobretudo os telejornalísticos. Todas as faixas se mantêm como de costume. Essa grade nos deixa ver como Padrão Globo de Qualidade opera desde a década de 1960: a Globo tem certa rigidez na configuração vertical e horizontal de sua programação, com poucas alterações ao longo do tempo. Desde a saída da programação infantil da grade no início dos anos 2010, há uma prevalência na faixa da manhã de telejornais, seguidos de programas de variedade. A faixa vespertina começa com telejornais e na sequência entram os filmes e as reprises de telenovelas.

Essa rigidez se mostra mais contundente na faixa noturna, que só sofre alterações em dias de jogos, cuja transmissão é também comercialmente importante para a emissora. Logo, uma vez formado pelo combo “novela + jornal + novela”, a manutenção do horário da nobre da emissora seguindo sempre a mesma estrutura é um traço de como as convenções televisivas operam: nós sabemos o que vamos encontrar quando ligarmos a televisão após um dia de trabalho. Essa forma de reconhecimento traz conforto e familiaridade para o telespectador e segurança para o mercado anunciante, que já tem mapeado, a partir da aferição do perfil da audiência, o público-alvo que irá encontrar à frente da TV.

Tabela 2 - Grade da TV Globo em 20 de março de 2020

Horário	Programa
04:00	Hora Um
06:00	Bom Dia Praça
08:30	Bom Dia Brasil
09:50	Combate ao Coronavírus
12:00	Praça TV – 1ª Edição
13:25	Jornal Hoje
14:58	Sessão da Tarde – Enrolados
16:41	Vale a Pena Ver de Novo – Avenida Brasil
17:52	Malhação – Viva a Diferença
18:27	Novo Mundo
19:07	Praça TV – 2ª Edição
19:37	Totalmente Demais
20:30	Jornal Nacional
21:36	Fina Estampa
22:40	Big Brother Brasil 20
23:14	Tela Quente – Kong: A Ilha da Caveira

Horário	Programa
01:02	Jornal da Globo
01:58	Corujão I – Tudo Por Amor

Fonte: Portal Alta Definição

Já na tabela 02, encontramos uma grade com alterações significativas, tanto no que se refere à duração de programas, suspensão de outros ou ainda a criação de novos programas. No dia 16 de março de 2020, a emissora emitiu um comunicado³¹ informando as alterações que iriam ocorrer a partir daquela data. O texto diz que “a empresa tem consciência da importância do seu conteúdo para levar diversão e, sobretudo neste momento, informação para os brasileiros que estarão cada vez mais em casa nos próximos dias”. Isso evidencia a centralidade da informação como eixo da relação entre os brasileiros e a televisão, especialmente por meio do telejornalismo, que reafirma seu lugar de relevância social. O jornalismo televisivo ganhou ainda mais destaque na programação e na vida cotidiana, ampliando seu espaço privilegiado de confiança e pertencimento coletivo, dando a ver o lugar da televisão como mediadora da experiência pandêmica no país.

A pandemia é assumida nesta tese como mediação de institucionalidades na medida em que, partindo de Martín-Barbero, condensa, tensiona e reconfigura as relações entre Estado, sociedade, mercado, empresas e práticas de comunicação. As deliberações de políticas públicas de saúde que determinaram restrições que instauraram um cenário de emergência sanitária que atravessou as práticas sociais e os modos de regulação da vida cotidiana. Esse processo não se limitou ao campo técnico-operacional, ele se inscreveu nas matrizes culturais que orientam nossa relação com o Estado, produzindo disputas políticas que se ampliaram no conflito instaurado pelo governo Bolsonaro e pela extrema direita diante da condução da crise sanitária. A contestação do uso de máscaras, das restrições de circulação, do fechamento de espaços e das normas de convivência pública expressou tensões culturais mais amplas sobre autoridade, liberdade e ordem social.

Essas disputas e regulações impactaram o campo televisivo. A impossibilidade de manter procedimentos tradicionais de gravação e circulação de equipes levou à necessidade de reorganizar as condições de trabalho, estabelecendo protocolos de segurança, novas rotinas e formas de acesso, resultando em reconfiguração das tecnicidades e lógicas de produção que dão a ver a transformação da própria gramática e linguagem televisiva e audiovisual e que se

³¹ Globo altera programação e aumenta cobertura jornalística da Covid-19. Disponível em <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/mudancas-na-globo-em-funcao-do-covid-19.ghtml>. Acesso em 10 out. 2024.

apresentam enquanto materialidades audiovisuais pandêmicas nos programas realizados durante esse período: a utilização de recursos como as telas divididas, plateias virtuais, gravações domésticas, direções remotas por videoconferência, uso intensificado de *webcams* e câmeras de celular.

Assim, ao compreender a pandemia enquanto mediação de institucionalidades, enfatizamos que as transformações observadas não dizem respeito apenas às emissoras ou às empresas de comunicação, mas à articulação mais ampla entre Estado, sociedade e o mercado. É nesse entrecruzamento que se tornam visíveis as adaptações, rasuras e reiteraões que marcaram os modos de fazer televisivos, confirmando, nas linguagens, rotinas e tecnicidades, as profundas transformações que este trabalho busca evidenciar.

Ainda segundo o comunicado divulgado pela emissora, por conta das restrições e medidas de controle contra o alastramento do vírus, “várias decisões foram tomadas e algumas delas o público verá refletidas na sua relação com os conteúdos de jornalismo, esporte e entretenimento, em todos os canais Globo de TV por assinatura, Globoplay e TV Globo”. A frase carrega um duplo sentido importante: por um lado, expressa uma transparência institucional quanto às transformações que seriam implementadas; por outro, assume de maneira explícita a dimensão relacional da televisão, ao antecipar que tais mudanças poderiam atravessar a experiência cotidiana do público com sua programação. A Globo reconhece, assim, a força de sua presença na vida dos brasileiros e a necessidade de manter a confiança e o vínculo com a audiência, mesmo diante das adaptações que seriam inevitáveis.

O aviso funciona, portanto, como um movimento preventivo: prepara o telespectador para as alterações visuais, narrativas e logísticas que passariam a compor os programas da emissora, amenizando possíveis estranhamentos e reforçando a legitimidade das decisões tomadas. Essas mudanças não seriam apenas de ordem estética ou formal, mas afetariam as lógicas de produção e circulação dos conteúdos televisivos. A partir daquele momento, tornou-se visível a emergência de novas materialidades audiovisuais, forjadas no contexto pandêmico e marcadas por soluções técnicas adaptadas às restrições sanitárias. Gravações remotas realizadas por videoconferência, participações feitas por celular com suporte de estabilização, captações caseiras em ambientes não estúdios, entre outros recursos, começaram a fazer parte da linguagem televisiva de forma mais sistemática, deixando marcas nos gêneros e formatos televisivos.

No texto, a emissora afirmava que “é possível fazer jornalismo mitigando os riscos, evitando contatos físicos e redobrando medidas de higiene”, reforçando também que “a informação é uma das mais poderosas armas contra o vírus. E o jornalismo da Globo dará a

sua contribuição”. Essa declaração oficial não apenas apresenta a posição institucional da emissora frente às medidas de controle e restrições impostas no combate à pandemia, como também antecipa uma reconfiguração significativa de sua grade de programação, ancorada na centralidade do jornalismo em tempos de crise sanitária. Como parte dessas mudanças, a Globo ampliou o espaço destinado à cobertura jornalística já na faixa da manhã. O jornalismo local, que anteriormente se encerrava às 08h, passou a ter trinta minutos adicionais, estendendo-se até 08h30. Em seguida, o *Bom Dia Brasil*, principal telejornal nacional do período matutino, também teve sua duração ampliada, ganhando vinte minutos extras e passando a ocupar a faixa até 09h50.

Essa reorganização permitiu à emissora oferecer uma cobertura mais robusta, com foco nas medidas emergenciais de saúde pública, nas primeiras orientações sanitárias oficiais, nos dados atualizados de contágio e nas reações sociais e políticas ao avanço do vírus no país. Para viabilizar essa ampliação do espaço jornalístico, o programa *Mais Você*, tradicionalmente exibido após o *Bom Dia Brasil* até aquele momento, foi temporariamente retirado do ar. A suspensão do programa, comandado por Ana Maria Braga, teve início em março e se estendeu até outubro de 2020, quando retornou à programação com uma nova configuração: foi transmitido diretamente da casa da apresentadora, em São Paulo, em consonância com os protocolos de distanciamento social adotados. O espaço deixado pelo *Mais Você* na grade foi preenchido por um novo produto jornalístico criado: o programa *Combate ao Coronavírus*³². Com estreia em 17 março, o programa passou a integrar a cobertura jornalística da emissora, sendo exibido até 22 de maio de 2020. O programa se dedicava a explicar medidas de prevenção, como o uso de máscaras, higienização das mãos e distanciamento social, além de atualizar os espectadores sobre os posicionamentos institucionais adotados por estados e municípios, os impactos da crise em diferentes áreas, da saúde pública à economia, passando por questões de mobilidade, educação, rotina doméstica e saúde mental.

Antes de seguirmos na análise das alterações da grade da emissora, é importante, neste momento, nos debruçarmos mais atentamente sobre o *Combate ao Coronavírus*, não só para entendermos como atua o posicionamento da Globo e as alterações feitas em sua programação a partir da chave da institucionalidade, mas também para entendermos como essa mediação articula matrizes e lógicas de produção que nos faz ver como as instituições lidaram com a situação da abordagem sobre a doença no Brasil naquele momento. A primeira edição foi ao ar no dia 17 de março, sob a apresentação de Márcio Gomes, que abre o programa ressaltando

³² Todos os programas estão disponíveis em <https://globoplay.globo.com/combate-ao-coronavirus/t/dNbXKsnNZx/>. Acesso em 10 out. 2024.

que “o jornalismo da Globo abre espaço na nossa programação para tirar as dúvidas sobre o novo coronavírus, ele é o transmissor da doença que você tanto ouviu falar, a COVID-19, que está em expansão no Brasil”.

O jornalista segue explicando que aquele é um programa de emergência e por isso será “extremamente simples”, focado em tirar as dúvidas da sociedade com o auxílio de um especialista e reforça que a audiência deve participar mandando perguntas por vídeo ou mensagens nas redes sociais. Uma vez que naquele momento era ainda de incertezas sobre a doença e os modos de contaminação e transmissão e já com uma onda crescente de desinformação, o apresentador enfatiza que “é preciso deixar bem claro: novas dúvidas vão surgindo a cada minuto com a evolução da doença, a situação muda muito rapidamente e as orientações também. Por isso, a nossa intenção aqui é fornecer a você a maior quantidade possível de informações corretas sobre como combater o coronavírus”.

Essas incertezas são amplificadas pelas imagens exibidas e pelas entrevistas realizadas ao longo da edição, compondo um cenário em que a informação ainda se mostrava em processo de construção. Um exemplo claro disso aparece na fala do médico infectologista convidado. Ao ser questionado sobre a necessidade do uso de máscaras naquele momento, ele afirma que ainda não era indicado o uso indiscriminado, recomendando o uso apenas por profissionais de saúde ou por pessoas com sintomas gripais. Essa posição evidencia o caráter ainda provisório das orientações sanitárias no Brasil, mesmo diante de um cenário internacional já alarmante, com número crescente de casos e mortes em outros países, onde o uso de máscaras já se configurava como uma medida essencial de contenção do vírus, algo que o Brasil viria a adotar nas semanas seguintes.

Outro aspecto que chama atenção é como os modos de produção televisiva, naquele momento, ainda não haviam sofrido alterações significativas, tomando o programa como referência. A entrevista realizada com um passageiro recém-chegado de um cruzeiro europeu é feita na rua, com o repórter segurando o microfone próximo ao entrevistado (figura 4), sem o uso de extensores que permitissem o distanciamento físico, recurso que se tornaria comum nos telejornais já nos dias seguintes, tanto na TV Globo quanto em suas afiliadas e outras emissoras. A própria ambientação do estúdio do programa *Combate ao Coronavírus* também revela a permanência de uma lógica anterior à pandemia: apresentador e convidados dividem uma bancada, sentados próximos e sem o uso de máscaras, sinalizando que as mudanças nas materialidades audiovisuais e nas dinâmicas de set ainda não haviam sido incorporadas. Nas reportagens exibidas, apenas uma entrevista foi conduzida e gravada remotamente.

Além disso, nas entradas ao vivo dos repórteres em diferentes cidades do país, nota-se que os centros urbanos ainda apresentavam movimentação considerável, e a maioria das pessoas nas ruas não usava máscara. Essa realidade aponta para uma adesão limitada às orientações de isolamento social, que já começavam a ser divulgadas como medida de contenção da doença. Essa resistência pode ser atribuída a dois fatores principais: de um lado, as dificuldades estruturais enfrentadas por muitos trabalhadores, especialmente aqueles envolvidos em serviços essenciais, atendimento ao público, limpeza, saúde e comércio, que não tinham a possibilidade de atuar remotamente; de outro, a incerteza generalizada, alimentada tanto pela ausência de diretrizes claras quanto pela campanha de desinformação e negacionismo promovida pelo então presidente Jair Bolsonaro, seu governo e seus apoiadores.

Figura 4 – Frames da primeira edição do programa *Combate ao Coronavírus*



Fonte: Globoplay

Na última edição do programa, exibida em 22 de maio, é possível perceber uma mudança significativa no discurso adotado pelo apresentador e, de modo geral, na narrativa conduzida pelo programa. A gravidade da situação sanitária já se apresenta de forma mais alarmante, com destaque explícito para a crise de gestão enfrentada pelo governo federal no enfrentamento da pandemia. O programa menciona, de forma crítica, a segunda troca no comando do Ministério da Saúde em pouco mais de dois meses, um dado que, por si só, já sinaliza a instabilidade e a falta de coordenação nacional diante da emergência sanitária. Ao

mesmo tempo, valoriza-se a atuação dos profissionais de saúde, que seguiam na linha de frente do combate à COVID-19.

Embora a dinâmica do estúdio ainda guarde semelhanças com a da estreia, há mudanças relevantes que indicam uma progressiva adaptação aos protocolos de prevenção. Os convidados aparecem mais afastados entre si e do apresentador, o que demonstra não apenas um cuidado maior com os presentes no estúdio, mas também envia uma mensagem à audiência: a importância de manter o distanciamento físico como uma forma de prevenção, mesmo em ambientes televisivos tradicionalmente marcados pela proximidade entre seus participantes. Outra diferença notável em relação à primeira edição é o uso da máscara por parte dos entrevistados e repórteres, conforme vemos na figura 5. Mesmo aqueles que aparecem sozinhos em quadro, como em entradas ao vivo ou depoimentos gravados em externas, já fazem uso da proteção facial, alinhando-se às recomendações sanitárias que, àquela altura, já haviam se consolidado como medida básica de contenção da doença.

Um ponto especialmente relevante para esta tese é o modo como o programa, ao longo de suas edições, incorpora a prática da gravação remota, que vinha se tornando recorrente em diferentes formatos audiovisuais, não apenas na televisão. Na última edição do programa, nota-se o uso de entrevistas feitas por videoconferência e a exibição de participações gravadas pelos próprios entrevistados, repórteres ou fontes, diretamente de suas casas, com celulares ou dispositivos similares. Essas materialidades passaram a compor a estrutura narrativa do programa, evidenciando uma transformação nas formas de produção audiovisual, impulsionada pelas restrições impostas no combate à pandemia e pela urgência de manter a comunicação e o jornalismo ativos diante do distanciamento físico. No encerramento do programa, Márcio Gomes reitera: “o combate ao coronavírus em cada casa, em cada empresa, na rua, precisa continuar. Afinal, o vírus ainda está por aí, e você recebeu aqui da gente o que de mais valioso pode existir nesse momento (...) a informação”. E finaliza dizendo que os telejornais e a programação da emissora com um toda seguirá informando a sociedade sobre os assuntos relacionados à pandemia.

Figura 5 – Frames da última edição do programa *Combate ao Coronavírus*



Fonte: Globoplay

Seguindo na análise da alteração da grade da emissora, um híbrido na programação matutina, o *Encontro* também saiu do ar por um período de um mês³³, retornando à programação no dia 20 de abril para seguir a determinação da Globo publicada no comunicado oficial de “aumentar muito a presença do jornalismo, chegando a 11 horas de programação ao vivo consecutivas, das 4h da manhã às 15h da tarde”. Por isso, o jornalismo local ganha mais espaço na grade, ocupando o tempo do *Globo Esporte*, que também saiu temporariamente do ar, uma vez que as partidas esportivas, principal fonte de informação desses programas, foram suspensas e o *Jornal Hoje* também é estendido na grade até às 15h, ocupando o lugar do *Se joga*, que saiu do ar em definitivo.

Na faixa noturna, não se observam alterações significativas quanto à duração dos programas ou sua suspensão. As gravações das novelas foram suspensas, pois, conforme diz o comunicado, “não há novelas sem abraços, apertos de mãos, beijos, festas, cenas de briga, cenas de amor, cenas de carinho, tudo aquilo que reflete a vida real, mas que, hoje, não pode ser encenado em segurança”. A emissora diz ainda que “interrompendo as gravações, protegemos nossos talentos e, ao mesmo tempo, a sociedade: evitando o contágio aqui,

³³ O programa saiu da programação no dia 17 de março de 2020, um dia depois da sua edição de número 2000, que já havia sido gravado sem a presença da plateia. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2020/03/globo-tira-encontro-com-fatima-globo-esporte-e-se-joga-do-ar-para-ampliar-cobertura-do-coronavirus.shtml>. Acesso em 10 out. 2024.

evitamos que ele se espalhe lá fora” e decidiu por reexibir títulos no seu horário nobre e o *Jornal Nacional* manteve seu lugar na grade, sem alteração de horário.

Ao manter inalterado seu horário nobre durante a pandemia, preservando o tradicional combo “novela + jornal + novela”, a TV Globo buscou transmitir ao seu público e ao mercado publicitário uma sensação mínima de continuidade e estabilidade em meio à incerteza generalizada. Essa decisão revelou-se estratégica não apenas como resposta imediata à crise, mas como afirmação de uma estrutura televisiva profundamente enraizada na experiência cotidiana dos brasileiros. A grade de programação, longe de ser apenas uma organização funcional de conteúdos, constitui parte essencial da identidade histórica da emissora. Ela sustenta o “padrão Globo de qualidade” ao mesmo tempo em que reafirma valores de pertencimento, reconhecimento e familiaridade.

Podemos ler essa rigidez na faixa noturna de outra forma, a partir do que Gomes (2011c) nos convoca a ver sobre o *Jornal Nacional*, mas que cabe ampliarmos para pensar toda a programação do horário nobre da emissora: esse não é um lugar de experimentação. A autora pontua que a familiaridade que o público sente com um determinado programa é construída e, por isso, “a fidelidade da audiência deve ser conquistada e reconquistada a cada edição” (2011c, p.13). Dessa forma, através do *Jornal Nacional*, e por extensão das suas telenovelas, a Globo “adota um leque de estratégias comunicativas que se movem em maior ou menor grau ao longo do tempo acompanhando e também determinando o fluxo de mudanças no contexto onde está inserido” (ibidem). Ao se manter inalterado na grade da emissora, o *Jornal Nacional* opera como “o ponto de equilíbrio entre inovação e conservadorismo, em um esforço constante para manter sua posição hegemônica” (ibidem).

Na sua grade de final de semana, a TV Globo assumiu a mesma estratégia que adotou nas faixas de telenovelas: acionou as reprises. Mas de um jeito híbrido: nos programas de auditório, *Altas Horas* e *Domingão do Faustão*, passamos a ver a entrada dos apresentadores, Serginho Groisman e Fausto Silva, chamando números musicais, entrevistas e quadros já exibidos em edições anteriores. Vale ressaltar que o *Altas Horas* ficou fora do ar de março a Julho de 2020, quando o programa voltou a ser gravado direto da casa do apresentador. Já o programa dominical não chegou a sair do ar, mas deixou de ser ao vivo, sem plateia e posteriormente com gravações feitas na casa de Faustão. Diferente dos outros dois, o programa *Caldeirão do Huck*, que estava comemorando 20 anos de estreia na emissora em 2020, conseguiu manter programas inéditos, por ter deixado quadros inteiros gravados com

antecedência³⁴. Na edição do programa que foi ao ar em 28 de março daquele ano³⁵, Luciano Huck aparece em um cenário de fundo branco, explicando para a audiência por que a atração se manteria sem alterações nas semanas seguintes, já que, àquela altura, outros programas já haviam se apresentado com uma estética audiovisual alinhada a uma realidade de produção pandêmica:

Vou explicar por que o “não” cenário, a equipe do Caldeirão está completamente desmobilizada no momento, seguindo as instruções da TV Globo. Toda a nossa equipe, ou a maior parte dela, está em isolamento voluntário social para que a gente contribua também para que o vírus não contamine ou siga contaminando de maneira exponencial, então o Caldeirão está seguindo todas as regras possíveis e necessárias. Então, começo o programa de hoje de um jeito diferente. Queria dividir com você como é que funciona nossa estrutura do Caldeirão: os quadros de estúdio a gente grava com muita antecedência, então os conteúdos que você vai assistir hoje no caldeirão foram todos gravados montados editados produzidos antes da pandemia do COVID-19 do coronavírus, antes das recomendações da Organização Mundial de Saúde, antes das recomendações da TV Globo, por isso você vai ver um programa a partir de agora “normal”, vamos dizer assim, apesar do nosso dia a dia não estar normal.

Estratégia parecida foi adotada pela TV Record. Em pronunciamento emitido no dia 17 de março de 2020³⁶, a emissora afirma que “programas podem ser cancelados para evitar aglomerações de plateias e equipes de trabalho (...) outros serão exibidos em horários e dias diferentes para atender a grade. Durante a nossa programação, vamos informar nossos telespectadores e anunciantes sobre as mudanças necessárias”. Assim como a Globo e demais emissoras de TV aberta, a Record ampliou o tempo dedicado a programas jornalísticos – o *Jornal da Record* e o *Cidade Alerta* passaram a dedicar uma parte significativa de seus blocos à cobertura da pandemia e no lugar do programa *Em Nome da Justiça*, foi criado um noticiário especial sobre o novo coronavírus, o *Coronavírus - Plantão*, além da suspensão do *Esporte Fantástico*, que cedeu espaço a uma edição estendida do telejornal *Fala Brasil - Edição de Sábado*. Na grade de entretenimento, programas como o *Domingo Show* e o *Hoje em Dia*, que geralmente contavam com plateia ao vivo e interações com convidados em estúdio, foram adaptados com suspensão de quadros, gravações realizadas sem público e entrevistas com convidados por videoconferência.

O programa *Hora do Faro*, apresentado por Rodrigo Faro, similar ao *Caldeirão*, também permaneceu sem alterações inicialmente, por ter uma boa frente de programas já

³⁴ Em meio ao coronavírus, Caldeirão do Huck se destaca com conteúdo inédito. Disponível em https://natelinha.uol.com.br/colunas/enfoque-nt/2020/05/16/em-meio-ao-coronavirus-caldeirao-do-huck-se-destaca-com-conteudo-inedito-e-pequenos-genios-145074.php#google_vignette. Acesso em 10 out. 2024.

³⁵ Disponível em <https://gshow.globo.com/tv/episodio/2020/03/28/videos-do-episodio-de-caldeirao-do-huck-de-sabado-28-de-marco-de-2020.ghtml>. Acesso em 10 out. 2024.

³⁶ Record TV emite comunicado sobre COVID-19. Disponível em <https://record.r7.com/record-tv-emite-comunicado-sobre-covid-19-17032020/>. Acesso em 10 out. 2024.

gravados. Outro ajuste na programação foi a reexibição de novelas e séries antigas, como *Os Dez Mandamentos* e *Jesus*, já que as gravações das novelas *Amor sem Igual* e *Gênesis* foram interrompidas. Assim como na TV Globo, lançar mão dessas reprises ajudou a manter o horário nobre com sua definição habitual. A emissora também aumentou o espaço para conteúdos religiosos, especialmente nos programas matutinos e de fim de semana, alinhando-se à identidade da emissora, que pertence ao Bispo Edir Macedo, fundador da Igreja Universal do Reino de Deus.

O SBT também emitiu um comunicado³⁷ à imprensa sobre os cuidados que passaria a ter por conta da pandemia, onde afirma que iria “restringir plateias em seus programas de auditório, e passará as orientações de como evitar a contrair o vírus a seus colaboradores, prestadores de serviços, visitantes e ainda para os convidados dos programas da emissora”. O texto, no entanto, não fala sobre adaptações ou suspensão de nenhum programa da sua grade, embora, o que se observou em seguida, foi uma priorização e expansão de programas jornalísticos e informativos, aproveitando especialmente o *Primeiro Impacto* e o *SBT Brasil* para cobrir notícias sobre a pandemia e suspendeu gravações de novelas, como *As Aventuras de Poliana*, que estava em exibição, recorrendo às reprises.

Programas como *Eliana*, *Roda a Roda* e *Domingo Legal* passaram a ser exibidos sem plateia, ajustando-se às novas normas de segurança. As gravações do *Programa Raul Gil* foram suspensas a pedido do apresentador, enquanto *A Praça É Nossa* teve sua exibição alterada para reprises. Já a Band, lançou o *Aqui na Band* como uma plataforma de debate e informação sobre a COVID-19, abordando aspectos de saúde e comportamento, e mantendo uma abordagem mais educativa. Os apresentadores Cátia Fonseca do *Melhor da Tarde* e José Luiz Datena, do *Brasil Urgente*, passaram a comandar os programas de suas casas. O *MasterChef*, um dos principais faturamentos comerciais da emissora, teve sua temporada adiada e, quando retomada, foi adaptada para um formato, no qual os participantes competiam individualmente, com menos pessoas no estúdio e seguindo protocolos rigorosos de segurança.

A necessidade de reorganizar as grades de programação – reduzindo conteúdos ao vivo, reaproveitando materiais de arquivo e expandindo produções remotas – evidenciou as limitações e as emergências possíveis dentro das lógicas de produção. Portanto, os Mapas das Mediações e Mapas das Mutações Culturais nos fornecem ferramentas essenciais para compreender as dinâmicas entre cultura, tecnologia e comunicação que nos fazem perceber as

³⁷ SBT divulga comunicado oficial com orientações sobre o coronavírus. Disponível em https://rd1.com.br/sbt-divulga-comunicado-oficial-com-orientacoes-sobre-o-coronavirus/#google_vignette. Acesso em 10 out. 2024.

transformações nos modos de produção e consumo televisivo durante a pandemia. Ambos os mapas iluminam as formas como a pandemia acelerou transformações que já estavam em curso, como a crescente articulação entre televisão e as plataformas digitais, por exemplo. As mudanças nas grades de programação, antes organizadas de maneira rígida, abriram espaço para a experimentação com novos formatos e linguagens, como transmissões em rede social, programas realizados em *home office* e novas formas de interações com o público – que é o que veremos no capítulo dois. Essas mudanças nos fazem ver, ainda, como as convenções televisivas podem sofrer rasuras ou reiteraões, mostrando como as gramáticas de uso podem se adaptar às condições adversas e mantendo certas estratégias de cognitividade e reconhecimento.

Dessa forma, essas transformações não ocorreram de maneira uniforme, mas em diálogo com as convenções e os gêneros que estruturam a televisão enquanto prática cultural, e que serão nosso foco de análise no próximo capítulo. A noção de convenções televisivas – entendidas como os acordos implícitos que configuram a forma e o conteúdo dos programas – foi central para a capacidade do meio em se ajustar às novas condições de produção e recepção. Essas adaptações, no entanto, também provocaram mudanças nos próprios gêneros, que, entendidas como formas mestiças de comunicação, se hibridizaram ao incorporar elementos de outras mídias e explorar novas possibilidades narrativas. Como exemplo, temos os *talk shows*, que passaram a usar plataformas digitais como parte integral de sua produção, e as telenovelas, que tiveram que reformular suas convenções de gravação para se adequar a novos protocolos de segurança (aspectos que discutiremos no capítulo 04). As alterações nas grades de programação durante a pandemia servem como ponto de partida para um exame mais detalhado das relações entre as convenções, os gêneros televisivos e a gramática que os sustenta. No próximo capítulo, me debruço sobre a noção de convenções e como elas estruturam os gêneros televisivos, a fim de compreender de que forma a televisão continua negociando sua relevância e centralidade em um cenário midiático em transformação.

3. CONVENÇÕES E GÊNEROS TELEVISIVOS: ENTRE RASURAS E REITERAÇÕES

Um telespectador, ao assistir ao seu programa favorito ou a qualquer outro produto televisivo, se sente confortável, seguro, uma espécie de adivinhador do futuro, ao decifrar o que vai acontecer na próxima cena da novela, no palco de um programa de auditório, na bancada do telejornal, na transmissão do jogo de futebol. A programação televisiva é um quadro que se repete constantemente. Todos os dias, quando assistimos televisão, a gente sabe o que pode encontrar: pela manhã, programas de variedades, *talk shows* com pautas leves, quadros culinários, telejornais com as primeiras notícias do dia ou um resumo com o que aconteceu no dia anterior; à tarde, algum filme infantil ou de temática pueril, programas de fofoca, reprises de novelas, novela juvenil, ou um telejornal policiaisco; à noite, mais telejornais e uma quantidade considerável de telenovelas. Qualquer novidade mais contundente nessa programação é com frequência apresentada ao público com antecedência para que essa relação de intimidade e reconhecimento não seja ameaçada. Por isso, alterações mais bruscas em uma grade – que foi o caso da TV Globo durante os primeiros meses da pandemia no qual nos debruçamos no capítulo anterior – tendem a causar maior estranhamento nessa relação.

As formas como esses programas se apresentam para nós, também nos chegam com certa familiaridade. Por mais que não saibamos os nomes dos movimentos de câmera ou dos cortes de montagem ou das escolhas estéticas que configuram cada uma dessas produções, reconhecemos o que conforma a sua programação televisiva: a câmera que se aproxima do rosto da atriz no momento do choro ou de uma grande emoção em cena, o ritmo da narração quando o gol está se aproximando, o tom de voz do apresentador que se eleva ao noticiar um fato de grande comoção, uma tomada aérea para localizar onde a história acontece, as palmas da plateia ao final de um número musical no palco de um programa dominical qualquer, a passagem de um repórter para marcar posição onde se desvela a notícia.

Assim como a forma com a qual reconhecemos a programação televisiva é tida como um hábito que se repete, continuamente, em prol da familiaridade de um determinado programa, também entendemos a assistibilidade como um processo que se reitera no cotidiano da audiência. Há quem acorde e tome o café da manhã vendo o telejornal matinal antes de sair para o trabalho, escola ou faculdade. Ou quem vai assistindo no ônibus, pelo celular com fones de ouvido. Na hora do almoço, acompanha as notícias locais ainda na mesa de refeições ou pelo computador do escritório, conectado pelo serviço de *streaming*, enquanto come um lanche. Há os que desempenham as tarefas domésticas com a TV ligada, mas apenas escuta a

programação, em qualquer hora do dia. À noite, assistir à novela com a família ou cada um em seu cômodo, acompanhando a programação que mais lhe agrada. Há os que ficam com os olhos ligados no programa, sem nem mesmo mudar de canal durante os intervalos comerciais. E aqueles que só saem de casa depois que o seu programa favorito termina. Mas há também aqueles que não abrem mão de comentar nas ambiências digitais ao mesmo tempo em que assistem a um determinado programa e aqueles que apenas leem a repercussão de determinado programa no feed de sua rede social. As formas de ritualidade e socialidade que envolvem o processo de interação com a televisão são múltiplas, mas também se conformam como convencionais, uma vez que são forjadas num laço tácito que se interconecta com o próprio programa em si.

Estamos aqui falando de televisão, mas isso também se estende para outros meios. Os nossos hábitos de consumos fílmicos, ou de vídeos, de música, dos livros, tudo passa por uma certa familiaridade, modo de reconhecimento que nos deixa confortáveis, habituados com o que consumimos. As emissoras de TV, os estúdios cinematográficos, as grandes produtoras de música, os autores e editoras de livros, sabem exatamente aquilo que o seu público está esperando. Isso se explica porque uma convenção, embora pareça posta ou dada, atravessa temporalidades. Muitas vezes forjadas no passado, elas são articuladas, desarticuladas e rearticuladas no presente. Raymond Williams (1979), pensando na literatura, elabora o significado de convenção partindo, originalmente, da ideia de uma assembleia e, por derivação, de um acordo. Mais tarde, “o sentido de acordo foi ampliado para o acordo tácito e, portanto, para o costume (...) é uma relação estabelecida, ou base de uma relação, através da qual uma prática comum específica – a feitura das obras – se pode entender” (p.172). Daí porque se dá a familiaridade com a qual recebemos os programas que consumimos, a partir das convenções elas nos são reconhecíveis. Uma abordagem convencional confere uma margem de segurança para a boa aceitação de um programa ou produto midiático.

O autor reforça ainda, que, embora “certas convenções básicas tornam-se, com efeito, naturalizadas dentro de uma tradição cultural particular” indo “além do seu período, classe ou formação” (p.173), às convenções são resguardadas seu caráter inerente à transformação. Gomes (2011b) pontua, a partir de Williams, que uma convenção “é sempre um método criado para dar expressão a um novo modo de sentir: ela sempre encontra sua contraparte na estrutura de sentimento e é nela que ela se torna tacitamente aceita” (p. 40). Estrutura de sentimento é um conceito importante para nos fazer ver as transformações culturais, portanto, “deve ser compreendida em articulação umbilical com o conceito amplo de cultura com qual o autor

trabalha, conceito que será fundamental para os Estudos Culturais até os dias de hoje” (GOMES, 2011, p.29-30). Segundo Williams (1979),

O termo é difícil, mas “sentimento” é de visão de mundo ou ideologia. Não que tenhamos apenas de ultrapassar crenças mantidas de maneira formal e sistemática, embora tenhamos sempre de levá-las em conta, mas que estamos interessados em significados e valores tal como são vividos e sentidos ativamente e as relações entre eles e as crenças formais ou sistemáticas são, na prática, variáveis (inclusive historicamente variáveis), em relação a vários aspectos, que vão do assentimento formal com dissentimento privado até a interação, mas nuançada entre crenças interpretadas e selecionadas, experiências vividas e justificadas. (p.134)

De acordo com Gomes e Antunes (2019), “a estrutura de sentimento opera como ferramenta analítica potente quando lidamos com sociedades/processos em momentos de transição: mudanças formais nas práticas culturais; alteração nas convenções e nos meios de expressão” (p.11). Embora em “Marxismo e Literatura” (1979), Williams esteja se debruçando de forma mais detida à literatura quando aciona o conceito, podemos aqui nos apropriar dele para pensarmos as convenções, gêneros, programas, suas transformações e rasuras nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão. O autor afirma que a ideia de estrutura de sentimento pode ser entendida e relacionada com a evidência de formas e convenções, que “na arte e na literatura, estão com frequência entre os primeiros indícios de que essa nova estrutura está se formando” (p.135).

Para Gomes (2011b), o conceito de estrutura de sentimento é mobilizado por Williams para “compreender a maneira como vivemos, cada um de nós, individualmente, mas sempre de modo profundamente social, a complexidade das relações entre materialidades econômicas, estruturas sociais e políticas e produção de sentido” (p.38) e “resulta da relação entre, por um lado, a criatividade individual, com sua capacidade de perceber as mudanças na estrutura, acolher as novas demandas de expressão e dar vida a novas convenções, e, por outro, a capacidade de resistência da cultura dominante”. (p.40).

Sobre as distintas temporalidades, Williams (1979) apresenta cinco elementos descritivos para pensarmos e articularmos qualquer processo cultural: dominante, residual, arcaico, emergente e novo. O elemento dominante diz sobre o que é efetivo, no presente, mas cuja hegemonia vem sendo construída e consolidada com o passar do tempo; o residual, foi criado no passado, “mas ainda está ativo no processo cultural, não só como um elemento do passado, mas como um elemento efetivo do presente” (p.125). O residual, embora resguarde “certa distância da cultura dominante efetiva” (p.126) se vier de uma parte importante do passado pode, portanto, ser incorporado pela cultura dominante. Já os elementos arcaicos, “ajudam a compreender certas configurações culturais que existiam no passado, mas não atuam mais no tempo presente” (Ferreira, 2019, p.56).

O elemento emergente diz dos significados, práticas e relações que estão sendo continuamente criados e entram em disputa com a cultura dominante. Já o novo, é o resultado da conformação de valores entre aquilo que é dominante e o emergente que o desestabilizou, inaugurando outras possibilidades de significados. No entanto, o autor chama atenção para a dificuldade em distinguir o que de fato é novo, emergente no sentido rigoroso da palavra, ou apenas uma nova forma da cultura dominante – essa distinção é importante para a análise aqui proposta, sobretudo quando observamos a cultura televisiva: grande parte das “novidades” aqui são apenas novas apropriações ou formas de apresentação daquilo que já está pronto, convencionado. De qualquer forma, interessa a essa pesquisa observar o que de fato vem passando por transformações, se conformando como possíveis novas convenções, novas formas de fazer, ver e sentir, embora ancoradas em matrizes midiáticas consolidadas.

Pensar nessas múltiplas temporalidades nos faz acionar a noção de contexto em Grossberg (2010), que aponta o caráter relacional que organiza, condiciona e modifica funções e efeitos dos eventos que estão implicados na produção de um determinado contexto. Para o autor,

Os contextos são produzidos mesmo quando “articulam” os “fatos” ou individualidades e relações que os compõem. Contextos estão sempre em relação a outros contextos, produzindo conjuntos complexos de relações e conexões multidimensionais. Eles são o resultado e incorporam múltiplas tecnologias – residuais, dominantes e emergentes – que estão ativamente engajadas na (auto)produção do contexto” (Grossberg, 2010, p.30-31, Tradução Nossa.)³⁸

Essa discussão sobre os elementos arcaico, residual, dominante, emergente e novo, de acordo com Gomes (2011b), aparece recorrentemente nas obras de Williams com o intuito de analisar o processo de incorporação, “tão fundamental para compreendermos como valores e sentidos do hegemônico são ativamente vividos e configuram práticas e expectativas de sujeitos sociais em situações sociais concretas e, assim, constroem uma cultura como cultura hegemônica” (p.44). E completa:

É nesse sentido que Williams afirma que o analista precisa considerar as diversas temporalidades sociais em qualquer análise da cultura e estar atento a certo senso de movimento, de processo histórico, de conexões com o futuro e o passado, de articulações complexas entre esses elementos dominantes e os residuais e emergentes. E é nesse sentido, também, que o autor afirma que é “com as formações emergentes que a estrutura de sentimento, *como solução*, se relaciona” (Williams, 1979b, p. 136, grifo do autor), pois estrutura de sentimento tenta captar valores e sentidos no momento de sua emergência. (ibidem)

³⁸ Do original em inglês: “Contexts are produced even as they “articulate” the “facts” or individualities and relations that make them up. Contexts are always in relations to other contexts, producing complex sets of multidimensional relations and connections. They are the result of and embody multiple technologies—residual, dominant, and emergent—that are actively engaged in the (self-)production of the context.”

Concordamos com Gomes quando diz que “analisar a transição nas convenções é uma forma de acessar uma estrutura de sentimento e, assim, a emergência de novas características que irão disputar o consenso tácito que temos em torno de procedimentos, normas, formatos, gêneros” (2011b, p.45) e com Ferreira (2019) quando afirma que “estrutura de sentimento coloca em relação essas diferentes culturas que estão em diálogo no tempo presente, sendo um processo envolto por disputas, tensões e cooptações” (p.46), uma vez que Williams, ao acionar os elementos arcaicos, residuais, dominantes, emergentes e novos queria “pensar as mudanças, as transformações, na relação com elementos/culturas dominantes e residuais a partir das tensões que os aspectos emergentes poderiam exercer” (ibidem). E olhar para as convenções, como estamos fazer aqui, é uma forma contundente para se observar as relações entre as dominâncias e as transformações, a fim de ver “como estas convenções se alteram a fim de dar conta de relações entre aparatos técnicos, modos de produção e de recepção” (ibidem, p.47), mas fugindo da ideia de mudança enquanto casualidade ou fruto de meras escolhas estéticas, como pontua Gomes e Antunes (2019): alterações nas convenções estariam, então, “relacionadas a mudanças na estrutura de sentimento de determinada sociedade” (p.13)

Entendendo a partir de Williams (1979) que convenções são historicamente variáveis, o período pandêmico abordado aqui evoca a assunção de alterações das formas materiais que os elementos constituintes de um dado gênero midiático reproduzem para se fazer reconhecer. Por isso, cabe neste momento nos voltarmos ao conceito de gênero televisivo, para compreender não só esse traço de variabilidade das convenções, mas, também, os aspectos de familiaridade que são responsáveis pela assimilação, reconhecimento e fidelização do público com os programas televisivos e que aqui estão sendo analisados em articulação com as transformações e rasuras observadas nos diversos produtos realizados e veiculados no momento pandêmico.

3.1. Gêneros televisivos, formatos industriais e marcas de reconhecimento

Logo no início de seu livro *Gênero e Televisão*, Jason Mittell (2004) destaca o papel central que os gêneros desempenham na organização das práticas televisivas em diferentes esferas. Segundo o autor, “as indústrias usam os gêneros para produzir programas, definir marcas e identidades (canais como ESPN ou Cartoon Network) e para direcionar públicos por meio da programação (localizando gêneros em faixas horárias específicas, como as telenovelas exibidas durante o dia)” (p. xi, tradução nossa)³⁹. Essa lógica atravessa desde a concepção dos

³⁹ Do original em inglês: : “Industries use genres to produce programs, to define brands and identities (channels such as ESPN or Cartoon Network), and to target audiences through scheduling (locating genres within timeslots, as in daytime soap operas)”.

conteúdos até a maneira como eles são distribuídos e consumidos. Para o público, os gêneros funcionam como ferramentas de orientação afetiva e “ajudam a organizar práticas de fãs (clubes, conferências e sites definidos por gênero), orientar preferências pessoais e estruturar conversas cotidianas e modos de assistir televisão” (ibidem, tradução nossa)⁴⁰. Do ponto de vista acadêmico, os gêneros também constituem um instrumento metodológico importante, pois pesquisadores e escritores “usam distinções genéricas para delimitar projetos de pesquisa e organizar o ensino” (p. xi e xii, tradução nossa)⁴¹ ao passo que, para a crítica jornalística, os gêneros funcionam como um referencial coletivo, que possibilita contextualizar os programas em estruturas reconhecíveis, facilitando sua análise e comparação dentro de um quadro comum de referências.

Como observa Mittell, essa categorização atravessa também antigas rotinas de consumo midiático, como ir a uma locadora de vídeo ou folhear um guia de programação. Ao atualizar esse raciocínio para os modos contemporâneos de consumo audiovisual, é possível perceber como os gêneros continuam a desempenhar um papel estruturante na forma como nos relacionamos com as plataformas de *streaming*, por exemplo, onde a curadoria algorítmica frequentemente se ancora em categorias de gênero para sugerir títulos, organizar catálogos e criar trilhas de navegação, reafirmando o gênero como “o principal critério para organizar a vasta gama de opções programáticas da televisão” (ibidem)⁴² e do audiovisual, por extensão.

Para seguirmos falando sobre gêneros e formatos, aqui em especial os televisivos, é necessário recorrer às formas comunicacionais e culturais que os antecedem e que nos oferecem pistas importantes sobre como os diversos programas que serão aqui acionados, respeitando ou tensionando as convenções de gênero, são conformados. As principais características dos gêneros televisivos – com destaque para a teledramaturgia e o telejornalismo, ambos centrais na constituição da cultura televisiva brasileira – remetem a estruturas narrativas e organizacionais que se forjam ainda no século XIX. O telejornalismo, encontra raízes tanto na tradição dos jornais impressos quanto nos radiojornais, articulando temporalidades e linguagens que mais tarde serão apropriadas pela televisão. Já na teledramaturgia há um vínculo direto com os folhetins, que, em meio às transformações sociais, culturais e tecnológicas daquele período, emergem como uma forma seriada e popular de narrativa no bojo da consolidação da imprensa.

⁴⁰ Do original em inglês: : “help audiences organize fan practices (generically determined clubs, conferences, and Web sites), guide personal preferences, and frame everyday conversations and viewing practices.

⁴¹ Do original em inglês: : “Academics use generic distinctions to delineate research projects and organize teaching”.

⁴² Do original em inglês: “genre as the primary framework to sort out television's vast array of programmatic options”.

A observação desses antecedentes é fundamental para compreendermos como tais gêneros são articulados, desarticulados e rearticulados, passando por deslocamentos e reapropriações por diversos criadores de conteúdos nas ambiências digitais – processo que será objeto de atenção desta tese mais adiante neste capítulo.

A constituição do telejornalismo enquanto gênero televisivo envolve uma complexa articulação entre formas culturais e tecnológicas que o precedem. Para Gomes (2011b), os gêneros devem ser compreendidos como construções históricas que articulam valores, normas institucionais, rotinas produtivas e formas de narrar. Nessa perspectiva, o conceito de gênero televisivo

(...) permite compreender as regularidades e as especificidades em produtos que se configuram historicamente – ele permite dizer tanto do jornalismo como ideologia, valores, normas quanto das formas culturais historicamente dadas e, sobretudo, vincular nosso objeto de análise ao processo comunicacional – gênero televisivo é uma estratégia de comunicabilidade (p. 28).

O telejornalismo se conforma, portanto, a partir da reorganização de práticas herdadas do jornal impresso, como a edição de textos e a hierarquização das informações, articuladas a procedimentos do radiojornalismo, que introduzem uma dimensão performática e sonora capaz de transformar os modos de escuta e de consumo das notícias. A televisão opera uma rearticulação dessas práticas, incorporando imagens, gestos e aparatos técnicos que organiza a enunciação e estabelece novos vínculos com o público. A análise do telejornalismo, como sugere Gomes (2011b), “deve nos levar ao que é específico da linguagem televisiva, tal como construída num determinado programa e, conseqüentemente, tal como socialmente partilhado pela audiência” (p. 37).

A autora vai nos introduzir a noção de estabilidade em fluxo a partir das postulações de Mittell, ou seja, os gêneros enquanto “agrupamentos discursivos são contingentes e transitórios, transformando-se ao longo do tempo e assumindo novos sentidos em diferentes contextos” (Gomes, 2011c, p.06). Segundo a autora, quando tomamos a noção de gênero televisivo, observa-se que há ali uma certa virtualidade, ou seja, “não podemos encontrar por aí um exemplar puro de um gênero” (ibidem). Isso se dá porque “o gênero encontra sua realização em programas específicos e, no sentido que temos adotado em nossa metodologia, no modo de endereçamento que cada programa constrói na relação com os receptores” (ibidem) e que “deverá permitir ao analista compreender como essas questões são atualizadas em um produto específico, objeto da análise” (ibidem, p.07). Isso explica, por exemplo, quando esperamos ver em um determinado programa de um gênero específico, as marcas que convencionalmente o identificam como tal e como essa relação vai se atualizando no processo da construção da nossa

relação e experiência com um determinado programa ou gênero. A autora vai convocar o *Jornal Nacional* como fenômeno que nos faz ver a operacionalização da estabilidade em fluxo, uma vez que por ser o mais longo programa telejornalístico da televisão brasileira, ele “representa aquilo que no Brasil esperamos que seja ou deva ser um telejornal, fazendo com que características que são do *JN* acabem por se confundir com marcas do subgênero telejornal” (idem, p.03)

Olhando para o telejornalismo enquanto construção social, Gomes et.al (2009), em texto que analisa a relação entre o jornalismo e o entretenimento a partir do programa *Custe o que custar*, afirma que o gênero “se desenvolve numa formação econômica, social, cultural particular e cumpre funções fundamentais nessa formação” (p. 03). Os autores defendem a ideia de que o telejornalismo tem como função institucional tornar a informação acessível ao público, por meio de diferentes organizações jornalísticas e que isso não é algo inerente à sua natureza, mas sim uma construção cultural que se desenvolveu em contextos sociais específicos.

O telejornalismo, como instituição social, não se configura somente a partir das possibilidades tecnológicas oferecidas pelos séculos anteriores, mas na conjunção das possibilidades tecnológicas com determinadas condições históricas, sociais, econômicas e culturais. Isso de modo algum significa conceber o jornalismo como cristalização, mas, bem ao contrário, afirmar seu caráter de processo histórico e cultural. Afirmar o telejornalismo como uma construção, no entanto, e justamente por essa razão, não nos impede de reconhecer que ele se configura como uma instituição social de certo tipo nas sociedades ocidentais contemporâneas (Gomes et.al, 2009, p.03)

O jornalismo deve ser compreendido, a partir dessa lógica, como um produto histórico, construído em constante relação com a sociedade e a cultura. Nesse sentido, os autores vão acionar a noção de modo de endereçamento que “se refere ao modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais”, o que nos permite “verificar como instituição social e forma cultural se atualizam num programa específico” (ibidem, p.05). Os autores vão nos indicar, ainda, que ao analisarmos um programa telejornalístico, devemos considerar os elementos próprios da linguagem televisiva, como os recursos de texto, filmagem, edição e som. Trata-se de considerar os dispositivos semióticos específicos de cada programa, compreendendo como esses recursos são construídos e socialmente compartilhados com a audiência.

Para pensar de forma historicizada a teledramaturgia, por sua vez, voltamos aos folhetins. Em “Dos meios à mediação”, Martín-Barbero (1997) reforça sua importância em refletir as tensões e desejos da sociedade urbana em plena transformação, mas também por se configurar enquanto espaço de mediação cultural, ao circular entre diferentes camadas sociais e ao serem consumidos massivamente, contribuindo para a construção de uma cultura popular

urbana, estabelecendo uma ponte entre o mundo das elites letradas e o novo público leitor emergente. Nesse ínterim, Martín-Barbero chama atenção para a dialética entre a escritura e a leitura enquanto dispositivo para o funcionamento de uma obra folhetinesca, afirmando que é a partir disso que se poderia melhor entender esse gênero.

Para o autor, essa dialética "faz parte dos mecanismos com que se pode enganar um determinado público", mas que "mostra como o mundo do leitor é incorporado ao processo de escritura e nela penetra deixando seus traços no texto" (Martín-Barbero, 1997, p.179). Logo, quando esse público leitor é incorporado ao texto de uma obra, torna-se "duplamente importante decifrar esses traços". Aqui, Martín-Barbero já dá pistas, a partir do folhetim e da literatura, de como para ler os gêneros televisivos, a própria televisão ou qualquer produto comunicacional, é preciso entender o público leitor ou espectador, entender não só suas expectativas em torno daquela história que está sendo contada, como se projeta nela, mas também entender como se dará o processo de leitura ou espectadorialidade.

A mediação cultural dos folhetins pode ser observada, ainda, na maneira como eles se apropriaram de elementos da oralidade, do melodrama e da cultura popular, criando uma narrativa acessível, que dialogava com os hábitos de leitura e práticas culturais. Sobre isso, Martín-Barbero observa que certas escolhas estilísticas na apresentação de um texto atuam como dispositivos mediadores, posicionando-se entre as exigências do mercado e as formas culturais, de modo a articular as demandas culturais com as fórmulas comerciais que moldam o acesso do leitor à obra. A composição tipográfica, com letra grande e espaçada para facilitar a adesão dos leitores menos experientes é o primeiro dispositivo. A escolha da tipologia, do espaçamento entre as linhas, da largura das margens diz mais "do que uma estratégia para vender mais páginas e assim faturar mais", denotando uma atenção ao público ao qual o texto se dirige: "um leitor ainda imerso no universo da cultura oral, para quem, segundo Michelet, "não basta ensinar a ler, é preciso fazê-lo desejar ler" (Martín-Barbero, 1997, p.179).

O segundo dispositivo é a fragmentação da narrativa em episódios, que "articulam o discurso narrativo, permitem dividir a leitura do episódio em uma série de leituras sucessivas, sem que se perca o sentido global da narrativa" (ibidem, p.180). Para o autor, "boa parte do sucesso "massivo" do folhetim residia aí: numa fragmentação do texto escrito que incorporava os cortes "produzidos" por uma leitura não-especializada como é a leitura popular" (ibidem, p.181). Pensar cada episódio como unidades de leitura é uma estratégia que foi assimilada pela teledramaturgia e pelos programas televisivos e posteriormente aos produtos das ambiências digitais, que se ajustam "à fragmentação da temporalidade nas classes populares: a quantidade e a organização do texto com relação aos hábitos de consumo e às necessidades e possibilidades

de leitura” (ibidem, p.180). Dessa forma, o leitor / espectador tem tempo de se envolver com a trama e os personagens, assimilando a história do início ao fim, sem se perder.

Há ainda os dispositivos de reconhecimento – que estabelecem uma conexão entre o mundo narrado e o universo do leitor comum – e de sedução e suspense, que são algumas escolhas estilísticas que ajudam o leitor - e por extensão, o espectador – a manter o interesse em uma obra por um longo tempo. A estrutura aberta do texto, por exemplo, que é “flexível diante da reação dos leitores” (ibidem, 1983), possibilita tanto a surpresa quanto à repetição de informação na história – para recapitular detalhes que foram explorados anteriormente na história. Logo, “a periodicidade do episódio e sua estrutura medeiam, levantam uma ponte que permite alcançar o último sem deixar de todo o primeiro” (ibidem) e “dota a narrativa de uma permeabilidade à "atualidade" que até hoje, na telenovela latino-americana, constitui uma das chaves de sua configuração como gênero e também de seu sucesso” (ibidem, p.182).

O autor, inclusive, aponta um traço recorrente que costuma ser promovido como inovação, mas que remonta a práticas já presentes: a noção de participação do público nos rumos das narrativas midiáticas. Desde os primeiros formatos seriados, é possível identificar estratégias que buscavam formas de escuta e diálogo com o público, abrindo espaço para envio de cartas com sugestões de interferências na condução dos acontecimentos narrados. Esse é um movimento que se intensificaria e ganharia outros modos de interação, como fazer ligações às emissoras a fim de pedir mudanças nos rumos da trama ou personagens nas telenovelas ou para as rádios para pedir que sua música favorita toque, escolher o final de um programa de teledramaturgia não seriada (como no caso do *Você Decide* da Rede Globo, que deve voltar à grade da emissora em 2026⁴³), votar para eliminar um participante de um *reality show* no site da emissora ou ainda enviar mensagens ao autor de uma obra via redes sociais para dar *feedbacks* sobre a história que está em andamento.

Martín-Barbero nos convoca a ver os mecanismos que permitem ao folhetim incorporar elementos da memória narrativa popular ao imaginário urbano e massivo e que não podem ser vistos apenas como artifícios literários nem como meras estratégias comerciais. Trata-se, na verdade, de um novo modo de comunicação, que é a narrativa de gênero. Aqui, não estou falando de um gênero narrativo no sentido literário, mas de uma narrativa de gênero em oposição à narrativa de autor. Esse conceito não deve ser pensado a partir da categoria literária de gênero, mas sim com base em uma noção vinda da antropologia e da sociologia da cultura.

⁴³ Você Decide retorna à TV Globo comandado por Luciano Huck. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/fabia-oliveira/voce-decide-retorna-a-tv-globo-comandado-por-luciano-huck>. Acesso em 13 nov.2025.

A noção de gênero para Martín-Barbero, refere-se, portanto, a um certo funcionamento social das narrativas, que opera de forma diferencial, com implicações culturais e sociais que atravessam tanto os processos de produção quanto os de consumo, ou seja,

(...)gênero como um lugar exterior à "obra", a partir de onde o sentido da narrativa é produzido e consumido, ou seja, lido e compreendido, e que, diferentemente do funcionamento da "obra" na cultura culta, constitui-se na "unidade de análise da cultura de massas". Vejo no folhetim a primeira narrativa de gênero, no sentido sociológico apontado por P. Fabri, e no sentido etnológico de Hoggart quando define as convenções como aquilo que permite a relação da experiência com os arquétipos (Martín-Barbero, 1997, p.183)

Para compreender melhor a noção de gênero aplicada à televisão, Gomes et. al. (2009) destacam que esse conceito deve ser entendido como uma ferramenta analítica capaz de revelar as relações sociais e históricas entre determinadas formas televisivas e os contextos em que são praticadas. Ainda que inseridos em uma lógica de produção industrial, marcada por interesses econômicos e políticos, os gêneros mantêm certa flexibilidade, permitindo transformações e readequações ao longo do tempo. Nesse sentido, Gomes e Vilas-Boas (2015) chamam atenção para o caráter ambíguo da noção de gênero, que oscila entre a rigidez das classificações e a abertura à criatividade e à inovação nos produtos televisivos. Essa dimensão é ampliada por Martín-Barbero (1997), ao afirmar que o gênero não deve ser visto apenas como uma qualidade da narrativa, mas como um mecanismo que possibilita o reconhecimento, funcionando como uma chave de leitura e de decifração do sentido, além de promover o reencontro com um “mundo” compartilhado. Complementando essa perspectiva, Gomes (2002) acrescenta que o gênero também atua como um modo de situar a audiência — ou os leitores — em relação ao programa, ao seu conteúdo e à forma como ele se dirige ao público. Ainda segundo Gomes,

Os gêneros permitiriam entender o processo comunicativo não a partir das mensagens, mas a partir da interação. Os gêneros são formas reconhecidas socialmente a partir das quais se classifica um produto dos media. Em geral, os programas individualmente pertencem a um gênero particular, como o melodrama ou o programa jornalístico, na TV e é a partir desse gênero que ele é socialmente reconhecido. Colocar a atenção nos gêneros implica reconhecer que o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero. Os gêneros funcionam como uma espécie de manual de uso (...) nesse sentido, os gêneros são momentos de uma negociação (Gomes, 2002, p.182).

Essa negociação passa não só pelo conteúdo, pelo texto que é tecido pelo programa, mas também pela forma com o qual ele é produzido e reconhecido: as convenções. Para Williams (1979) “uma convenção é uma relação estabelecida, ou base de uma relação, através da qual uma prática comum específica – a feitura das obras – se pode entender” (p.172). Daí a importância de se debruçar sobre os gêneros e suas eventuais alterações: “o desafio está em explorar empiricamente a existência de relações sociais e históricas entre determinadas formas

televisivas e as sociedades e períodos nos quais essas formas são praticadas” (Gomes, 2002, p.183). Entendendo a partir de Williams (1979) que convenções são historicamente variáveis, o período pandêmico – e, por extensão, o pós-pandêmico – evoca a assunção de alterações das formas materiais que, por vezes, tenta reproduzir os elementos constituintes do gênero (é o caso das plateias virtuais nos programas de auditório, por exemplo).

A noção de gênero televisivo partindo de Martín-Barbero (1997) não se limita, portanto, à qualidade da narrativa. Nessa mesma esteira, Gomes (2002) afirma que gênero é um modo de localizar o público em relação a um programa, ao assunto tratado e ao modo como o programa se destina ao público e colocar a atenção nos gêneros “implica reconhecer que o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero” (p.182)

A partir de análise feita por Gomes e Vilas-Boas (2015) sobre o programa *Infortúnio com Funérea*, programa realizado pela MTV Brasil, temos outras pistas importantes de como observar e tomar o gênero televisivo como categoria cultural. *Infortúnio com Funérea* foi um programa de entrevistas exibido pela MTV Brasil, apresentado por Funérea, uma personagem animada originária da série *Fudêncio e Seus Amigos*. O programa teve início como quadros especiais dentro da série original entre 2007 e 2009, tornando-se um programa independente em 2010. Produzido até 2013, o programa trazia a personagem Funérea, conhecida por seu humor ácido e gótico, entrevistando personalidades reais do mundo do entretenimento. Ao nos apresentar uma personagem animada entrevistando pessoas reais em um *talk show*, *Infortúnio com Funérea* põe nossas percepções e crenças em torno deste gênero televisivo em cheque, confundindo, ao mesmo tempo em que apresenta uma nova forma de ver e sentir.

Ao se debruçarem sobre o programa, as autoras observam que a concepção de gênero é tomada “como um conceito metodológico que permite considerar aspectos textuais dos produtos televisivos em sua articulação com o contexto cultural social midiático” e “mobilizam disputas de valores, julgamentos de gosto, práticas políticas, culturais, econômicas” (p.109). Para as autoras, as definições de gênero são usadas pelos diversos atores sociais para nortear suas distintas relações com um produto televisivo: para os telespectadores, os gêneros ajudam a “selecionar a programação que lhes interessa ou para valorizar os programas que gosta”; já os produtores de conteúdo, se valem dos gêneros “na criação de produtos que acionam mecanismos de reconhecimento do popular”; a indústria pop, “para atrair seu público ou para organizar o seu modo de produção, em diversificadas estratégias de reconhecimento e consagração do campo cultural” (ibidem).

Concordamos com Gomes e Vilas-Boas (2015) quando afirmam que não devemos reduzir a ideia de gênero à mera noção de classificação, caracterização ou categorização de um produto midiático. Não é sobre pôr em caixas de enquadramento e, embora na relação com o público os gêneros auxiliem na identificação de um dado produto, antes, o conceito deve dar conta de um processo cultural que envolve disputas de valor e de sentido. A partir do exemplo de *Infortúnio com Funérea*, é possível observar como a noção de gênero televisivo se manifesta em formatos que tensionam convenções estabelecidas da linguagem televisiva. O programa, ao mesclar animação e entrevista, humor e crítica, já aponta para esse imbricamento entre gêneros e a capacidade da televisão de articular formas narrativas e modos de endereçamento ao público. Essa flexibilidade também se mostra presente em outras experiências que, assim como “Infortúnio”, se apropriam de códigos convencionais para ressignificá-los em chave humorística.

São os casos do *Sensacionalista*, do canal Multishow, e do *Fora de Hora*, da TV Globo, dois programas que se valem da estética e dos modos de reconhecimento do telejornalismo para construir produtos de humor. O *Sensacionalista*, derivado de um site de sátira, imita o formato de um telejornal convencional, com âncoras, repórteres de rua e matérias jornalísticas, mas o faz a partir de um conteúdo propositalmente absurdo. Já o *Fora de Hora*, de forma similar, reproduz elementos reconhecíveis do jornalismo televisivo – a bancada, o cenário, as reportagens, os entrevistados –, mas os subverte com um tom cômico. Em ambos os casos, o que se percebe é a operação das características de reconhecimento dos gêneros de forma híbrida, que se constroem na intersecção entre o humor e o jornalismo, revelando como os espectadores são capazes de ativar múltiplas leituras a partir de um mesmo produto.

Em texto que analisa o *Sensacionalista*, Gomes e al (2016) nos aponta que os programas televisivos contemporâneos se estruturam com base em matrizes culturais que emergem no próprio campo midiático, sendo formadas e reconhecidas no interior da televisão, e não como algo externo ou anterior a ela. Logo, “ao colocar o jornalismo no foco de suas paródias, o humor vira um expediente para denunciar e desconstruir a credibilidade de estratégias do jornalismo” (p.224). Se apropriando de elementos formais e informais que são associados culturalmente ao gênero telejornalismo para fazer humor, o programa *Sensacionalista* “expressa aspectos das técnicas que mostram o domínio de operações estéticas e discursivas muito presentes no jornalismo contemporâneo” (ibidem, p.226), o que também se observa nos vídeos curtos de humor que tomam o telejornalismo como referência nas ambiências digitais, dos quais falaremos ainda neste capítulo.

Fora de Hora, na mesma esteira, oferece um dado adicional relevante: produzido durante o período inicial da pandemia, o programa foi retirado da grade da TV Globo por conta das medidas de isolamento social e passou a ser produzido como *podcast*⁴⁴. Essa transposição de formato dá a ver, a partir da noção de gênero, como as categorias televisivas não apenas se transformam em termos formais, mas também migram entre plataformas e acionam matrizes culturais outras – no caso, o radiojornalismo e o *podcast* –, ao mesmo tempo em que se adaptam a novas lógicas de consumo e circulação por conta da emergência sanitária.

Tal movimento reforça a ideia do gênero enquanto um modo de leitura, de relação e de reconhecimento. E nessa esteira relacional com a pandemia, observa-se ainda uma série de outras transformações e rasuras nas materialidades televisivas que nos deixam ver alterações nos modos como entendemos as convenções e os diversos gêneros televisivos. Olhar para as televisualidades tomando o cenário pandêmico a partir da estrutura de sentimento, nos remete, portanto, ao universo dos meios “como fenômenos que têm natureza flexível e dispersa, circunstancialmente capturáveis em uma forma empírica, que envolve o desvelamento de dinâmicas sincrônicas e diacrônicas de configurações comunicacionais” (Gomes e Antunes, 2019, p.13).

3.2. Mediações e materialidades audiovisuais pandêmicas

Pensar os gêneros como categoria cultural também nos convoca a articular as distintas mediações de forma relacional, nos possibilitando melhor enxergar as transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão no período pandêmico e pós pandêmico e suas lógicas de produção. Nesse movimento, concordamos com Hall (2009), quando afirma que “os aparatos, relações e práticas de produção, aparecem, assim, num certo momento (o momento da ‘produção/circulação’), sob a forma de veículos simbólicos constituídos dentro das regras de ‘linguagem’” (2009, p.366).

Pensar as lógicas de produção na articulação dos gêneros televisivos nos permite compreender como a televisão, enquanto forma cultural, se transforma diante das condições técnicas e institucionais que a atravessam. Ao observarmos essas lógicas sob a perspectiva das transformações que envolvem o fazer televisivo, torna-se evidente que há uma estreita relação entre os modos de organização das formas culturais e os interesses políticos e econômicos que

⁴⁴ Impossibilitados de gravar, programas de TV investem em podcasts. <https://www.agazeta.com.br/entretenimento/cultura/impossibilitados-de-gravar-programas-de-tv-investem-em-podcasts-0620>. Acesso em 10 out. 2024.

forjam seus discursos. Rossini (2010) chama atenção para esse ponto ao destacar que, no interior das lógicas de produção, há uma preocupação com a regulação dos discursos mediados pela técnica, organizados para responder tanto às demandas da recepção quanto aos imperativos institucionais de Estado e mercado. Desse modo, os formatos industriais tratam as formas simbólicas de maneira funcional, transformando-as em discursos reconhecíveis, como os gêneros e os programas televisivos.

Essa abordagem é reforçada por Gomes (2011a), ao defender que compreender o gênero como uma categoria cultural inserida no centro das mediações permite analisá-lo em constante diálogo com as transformações culturais e históricas. Tal postura metodológica abre espaço para uma leitura mais ampla e complexa do processo comunicativo, ao evidenciar que os gêneros não são estruturas fixas, mas resultam de negociações entre condições tecnológicas, práticas de produção e formas de recepção, ou seja, revelam como os meios, ao incorporarem novas dinâmicas técnicas, reconfiguram suas formas e sua relação com os públicos. Desta forma, podemos ver, através da articulação dos Mapas das Mediações e das Mutações Culturais e das concepções sobre convenções, gêneros televisivos, institucionalidades e tecnicidades, como as produções televisivas realizadas na pandemia potencializam o surgimento ou a solidificação de certas materialidades audiovisuais. Gutmann (2021) pensa as postulações sobre essas materialidades tomando como base as ambiências digitais e as entendem enquanto concepções mediadas pela tecnicidade, a partir de três gestos epistemológicos:

1. Mirada cultural e histórica sobre os audiovisuais na cultura digital e suas transformações, o que pressupõe abordagem sempre historicizada do presente; 2. Ênfase nas formas materiais pela sua dimensão recepcional, ou seja, pelos seus modos de uso, ritualidades, sensibilidades e interações (obviamente, isso não equivale à pesquisa de recepção, mas ao interesse em compreender o modo como as tecnologias se constituem em seu contexto de consumo); 3. Maior peso na ideia de articulação para a apreensão das formas materiais do audiovisual, o que significa não simplesmente compreender as inter-relações de atores humanos e não humanos, mas assumir que está nesta relação a dimensão expressiva da experiência. (Gutmann, 2021, p. 49)

Para Martín-Barbero (2008) as transformações na cultura e na comunicação não se dão por conta da tecnologia, mas, usando-a como força potencializadora. Gutmann reforça que “é pela lógica benjaminiana da tecnologia como dimensão constitutiva do *sensorium* da experiência social que Martín-Barbero concebe a tecnologia como mediação cultural”. Assim, pensar as materialidades mediadas pela tecnicidade não quer dizer que apenas seu aparato tecnológico de produção deve ser observado, mas sim conceber a tecnologia enquanto espaço de articulação entre sujeitos, formas materiais e contextos conformados em um programa e na nossa experiência no momento da recepção.

Em termos materiais, as tecnicidades desses audiovisuais englobam enquadramentos de câmera, som, edição, luz, intervenções gráficas, comentários, *likes* e *deslikes* e corpos (que aparecem nas telas ou em forma de avatares, falas, emojis etc.) em constante interação. Englobam uma série de outros audiovisuais: paródias, *gifs*, *reactions*, testemunhos, *stories*, *reels*, memes etc. Pela tecnicidade, seria possível também dar conta das gramáticas de uso das plataformas na relação com esse audiovisual enredado por outros que organizam modos de percepção. (Gutmann, 2021, p. 62)

Aqui, adicionamos a essa lista de materialidades, aquelas que se fazem visíveis e recorrentes nas produções audiovisuais a partir da pandemia, sobretudo aquelas que são realizadas de forma remota e caseira: enquadramentos fechados, ausência de movimentos de câmera, imagens de baixa resolução e áudios com ruído, telas divididas, plateias virtuais, captura de tela, dentre outras, são tomadas aqui enquanto materialidades audiovisuais pandêmicas e que nos deixam acessar um certo modo possível de produzir conteúdo televisivo – e audiovisual como um todo, por extensão – naquele momento de emergência sanitária.

Tomando a tecnicidade como ponto de partida “para pensar a tecnologia não como artefato, mas pelos seus modos de usos, competências de linguagem, relações com ritualidades, sensibilidades e identidades” (ibidem, p.50), notamos ainda que também está em transformação constante a forma que experienciamos o conteúdo televisivo. A clássica televisão da sala de estar, continua lá, mas sua onipresença é disputada por outros modos de ver. Martín-Barbero (1997, p.300-301) lança luz à essa lógica do uso e afirma que ele não se esgota na diferença social. Os *habitus* de classe vão atravessar os usos da televisão e “os modos de ver, e se manifestam observáveis etnograficamente - na organização do tempo e do espaço cotidianos”.

Podemos destacar tanto como as pessoas veem televisão, como nos suportes utilizados para ver TV que estão sendo adotados: o consumo da televisão em uma segunda tela (celulares, tablets, computadores), usufruir da programação fora da grade (nos sites das emissoras e serviços de *streaming*) na hora que se tenha vontade, migrando entre as mídias para complementar a experiência com o conteúdo assistir. E isso dá ainda mais peso para a noção de formas mestiças de comunicação, sobretudo se ampliarmos o espectro e observarmos como consumimos audiovisual para além do conteúdo televisivo. Há quem não tenha o aparelho televisivo em casa, mas não perde nenhum episódio de sua novela favorita assistindo pelo celular. Há aqueles que “assistem” os videocliques dos artistas favoritos através de gifs e memes ou comentários dos perfis que seguem no X (antigo Twitter). Há quem prefira assistir o talk show na íntegra pelo *streaming* pelo qual paga a assinatura e aqueles que vão até o site para ver o mesmo programa, fragmentado e intermediado por publicidades, mas gratuitamente.

Vemos, então, mudanças no paradigma das tecnicidades, das ritualidades, dos modos de fazer, ver, reconhecer e acessar o conteúdo televisivo. A sala de um apartamento que vira sala de roteiro, locação, estúdio e QG de produção de uma série de televisão aberta, ou de um videoclipe, ou a cozinha de casa que vira cenário de uma participação em game show para o *streaming* ou para mais um vídeo pro canal do Youtube, celulares conectados que fazem link ao vivo de qualquer lugar ou que são utilizados para gravar vídeos e áudios que serão exibidos num programa de variedades ou para mais uma *live* de show de um artista musical, nos fazem entender como essas transformações nos modos de produzir TV foram acionadas para a conformação de materialidades audiovisuais forjadas na pandemia. Martin-Barbero (1997, p.299-300) enumera alguns dispositivos que ajudam a entender como as mediações são colocadas em articulação com as lógicas, os usos e as dinâmicas da produção televisiva: a Competitividade industrial, a Competência comunicativa, os Níveis e Fases de decisão, as Ideologias profissionais, as Rotinas de produção e as Estratégias de comercialização.

A Competitividade industrial, que se refere à capacidade produtiva, é evidenciada pelo grau de desenvolvimento tecnológico, pelo nível de diversificação e especialização profissional de uma empresa e pela disposição financeira para assumir riscos e inovar. Vemos aqui uma ponte com a mediação das institucionalidades, que nos possibilita pôr em articulação as decisões das emissoras de TV e plataforma de *streaming* durante a pandemia, no que diz respeito às decisões quanto a seguir, interromper ou adaptar seus programas, diminuir as equipes envolvidas nas produções para evitar aglomerações no set de gravação, autorizar e viabilizar transmissões feitas remotamente etc.

Os riscos que são assumidos, são controlados. Ao anunciar as mudanças em sua grade por conta das medidas de isolamento social, a Rede Globo faz um movimento de sinalização, não só para sua audiência, mas para o mercado publicitário e anunciantes, para minimizar as transformações que passariam a ocorrer a partir de março de 2020. Ao propor novos programas seguindo as materialidades audiovisuais pontuadas acima, a emissora primeiro o faz em sua plataforma de streaming, estratégia que circunscreve esse espaço, pelo menos naquele momento, como balão de ensaio para propostas mais inovadoras e experimentais.

Essas determinações orquestradas pela chave da institucionalidade não devem ser confundidas com a Competência comunicativa, um segundo dispositivo que se expressa pelo reconhecimento do público-alvo e que não depende exclusivamente da competitividade industrial, tampouco é completamente mensurável pelos índices de audiência, uma vez que envolve outros parâmetros não mensuráveis e que podem ser entendidas através da mediação da socialidade, como o envolvimento afetivo e emocional com uma determinada obra e as

conversas e desdobramentos que são frutos deste engajamento, por exemplo. Aqui convoco ainda um comportamento que é fruto das interações construídas pela internet, nas distintas ambiências digitais, que é a troca de informações e a criação colaborativa a partir da interpretação e criatividade do público, como as reações, os memes, as *fanfics* e demais produtos oriundos da hiperconectividade cognitiva no entorno tecnocomunicativo. Isso vai possibilitar a criação de formatos como as mininovelas, forma comunicacional criada por usuários de redes sociais como o Tik Tok, Instagram e Kwai que ganharam popularidade durante a pandemia e que se valem das marcas de reconhecimento do gênero para produzir tramas curtas e de grande potencial de viralização – o que inclusive levou a Rede Globo a anunciar no segundo semestre de 2025 que passaria a produzir o formato – ou as sátiras ao telejornalismo produzidas por alguns produtores de conteúdo, que reproduzem em suas redes uma série de vídeos inspiradas pelas convenções das matérias telejornalísticas.

Os Níveis e Fases de decisão na produção de cada gênero, segundo o autor, envolve quem decide, em quais momentos e com base em quais critérios, o que será produzido. Esse dispositivo nos permite compreender, por exemplo, as hierarquias dentro das emissoras, a divisão de diferentes departamentos que organizam as dinâmicas e estratégias para cada gênero – TV Globo, por exemplo, divide sua gestão em núcleos que respondem pela programação de cada gênero, tais como: dramaturgia, variedades, jornalismo, musical etc. Já as Ideologias profissionais vão atuar nos elementos de tensão entre as exigências do sistema produtivo, as normas do gênero, as demandas sociais e a criatividade dos profissionais envolvidos em um determinado programa.

O dispositivo das Rotinas de produção, por sua vez, refletem a seriedade e o compromisso nas práticas de trabalho, tanto nas exigências de rentabilidade sobre o tempo de produção e formas de atuação e também explicam, em contexto pandêmico, as mudanças das rotinas nos sets de filmagem, adoção de rígidos protocolos de segurança e as lógicas de produção remotas e caseiras nos mais diversos gêneros televisivos – que envolviam desde o envio de kits com equipamentos de gravação de imagem e som, iluminação e artefatos de maquiagem, figurino e cenografia, que foram incorporados desde às produções de séries até na dinâmica diária dos telejornais.

Por fim, as Estratégias de comercialização, que não são um aspecto adicional para vender o produto depois dele já estar pronto, mas algo que deixa marcas na estrutura do formato, “seja na forma tomada pelo corte narrativo para a publicidade, na qual dita seu lugar no palimpsesto, ou nos ingredientes diferenciais introduzidos pela diversificação daquilo que só será visto "dentro" de um país ou também fora dele” (Martín-Barbero, 1997, p.300). Esse

dispositivo explica como os mais distintos programas, em especial os *talk shows*, os de culinária ou até mesmo os telejornais e as telenovelas são concebidos já para funcionarem fragmentados, “em cortes”, que podem ser facilmente disponibilizados nas ambiências digitais, a fim de viralizarem, convertendo em aumento de público para obra.

O programa *Sterblitch não tem um talk show: o talk show*, do GloboPlay, é um caso de como essas estratégias de comercialização são pensadas desde a concepção da ideia a fim de conversão posterior em ampliação de público: o programa acionava três plataformas diferentes de gravação (Instagram, site do Gshow – plataforma de entretenimento da Globo e a plataforma de *streaming*), agregando público dessas três ambiências, seu roteiro era pensado a fim de funcionar para ser assistido tanto em partes quanto na íntegra e as propagandas “falsas” que o humorista e apresentador Eduardo Sterblitch produzida a fim de cumprir um importante traço convencional televisivo – o intervalo comercial – também funcionava como isca para que anunciantes reais se interessassem pelo formato – também falaremos mais sobre esse programa no próximo capítulo).

Em Televisão, Williams (2016) faz uma análise dedicada às formas da TV. Embora ele limite sua análise aos cenários britânicos e norte-americanos, podemos perceber algumas aproximações no que se refere à televisão brasileira. É importante ressaltar aqui o momento em que o Williams faz a sua análise, realizada em meados da década de 70, o que num primeiro momento da leitura pode nos parecer que a análise já está um tanto defasada. No entanto, o autor faz um desenho bastante completo de alguns dos principais gêneros televisivos, que, mesmo feito já há algum tempo, nos deixa ver traços convencionais que se mantêm presentes em alguma dessas formas até hoje.

Quando se debruça sobre as notícias na televisão, por exemplo, o autor reforça um caráter que aproxima este gênero jornalístico televisivo do que ele chama de “rádio visual”, numa menção à centralidade dos apresentadores na organização do programa, a presença deles e dos repórteres em tela para fazer a leitura das notícias que eram acompanhadas da inserção de imagens ou fotos que ilustrariam o que estava sendo narrado, bem como o próprio modo de narra as notícias. Embora não se faça mais essa aproximação do jornalismo televisivo ao rádio e a presença de apresentadores e repórteres não mais seja limitada apenas à leitura de notícias, mas também ao comentário, à crônica e ao improviso, suas performances e presença em tela dizem muito sobre a busca pela neutralidade, objetividade e imparcialidade, valores muito caros ao jornalismo.

O autor chama atenção ainda para a forma como o apresentador é visualizado na tela, em plano aberto, em um estúdio, recebendo papéis com informações da sua produção ou com

os redatores de notícias visíveis atrás deles. Essa última característica está presente em grande parte dos telejornais nacionais brasileiros, como o *Jornal Nacional*, principal produto do gênero no país. Williams traz ainda um traço importante que define os programas mistos de notícias locais, nacionais e internacionais, nos quais ele afirma haver uma informalidade estudada “que se destina a criar o efeito de um grupo de homens dizendo a você coisas que eles sabem que aconteceram” (p.58).

Essa informalidade que o autor aponta é também ainda bastante presente nos telejornais locais – e em certa medida já aparece, ainda que mais timidamente, em telejornais de rede – em especial naqueles que vão ao ar no horário do almoço, nos quais os apresentadores assumem uma linguagem mais informal, com gírias, lançando mão de uma certo alívio cômico quando a notícia permite, buscando maior cumplicidade, para que o telespectador se reconheça naquele espaço que sempre se apresentou como tão distante.

Durante a pandemia, o fato de parte dos repórteres passarem a fazer transmissões diretamente de suas casas, tornou essa informalidade ainda mais evidente, muito embora os movimentos das convenções telejornalísticas atuassem para manter a credibilidade que a espacialidade do estúdio confere a essa forma cultural em operação. Rodrigo Barbosa e Silva (2020), em análise dos telejornais locais da cidade de Goiânia, mostra como os programas feitos pela emissora TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo, utilizaram, em certos momentos, cenografia semelhante à que já era adotada pelos estúdios de onde os telejornais eram regularmente transmitidos. Ele destaca a atuação do apresentador Matheus Ribeiro que fez entradas para o jornal diretamente de sua casa como se estivesse nas instalações da emissora:

De terno e gravata, atrás de uma pequena bancada onde havia um notebook, com uma televisão ao fundo e a logomarca do telejornal noturno em destaque, Ribeiro fez uso de uma imitação de estúdio da TV Anhanguera montado em seu espaço pessoal. Aos mais desatentos, este fato poderia passar despercebido, tamanha a semelhança com o estúdio original (Silva, 2020, p.17).

Mesmo quando usavam espaços mais reconhecidamente ligados ao ambiente caseiro, os traços mais convencionais do gênero seguiam operando. Segundo Williams coloca, a presença de um apresentador familiar afeta toda a situação de comunicação por representar uma autoridade generalizada. Em se tratando de uma emergência sanitária, onde parte significativa das grades de programação passaram a serem ocupadas por atrações telejornalísticas, manter a figura da apresentação em destaque, mesmo que de suas casas, é imperativo, como aconteceu na TV Anhanguera por exemplo, onde a estratégia serve ao fortalecimento da intimidade junto aos telespectadores e que nos deixa ver como operam as institucionalidades que mediam nosso acesso aos programas: o revezamento entre os

apresentadores e repórteres da emissora foi uma determinação da emissora, para reduzir o tempo de exposição dos profissionais e reduzir o risco de contaminação.

Em reportagem publicada no UOL⁴⁵, observa-se como as determinações emergenciais impostas por estados e municípios em combate à pandemia de COVID-19 provocaram uma reorganização significativa nas lógicas de produção televisiva e nas rotinas dos profissionais envolvidos. A emissora, diante da necessidade de reduzir a circulação de pessoas nos estúdios, dividiu sua equipe em dois grupos alternados, com escalas semanais de trabalho presencial. No caso mencionado, o âncora Matheus Ribeiro, embora estivesse escalado para uma semana de folga, optou por seguir à frente do noticiário, mobilizando recursos próprios para montar um cenário improvisado em sua casa e realizar a transmissão a partir de seu estúdio caseiro.

Essa experiência revela um deslocamento interessante das técnicas tradicionalmente associadas ao espaço institucional do telejornalismo, como câmeras, iluminação e cenografia profissional, para um ambiente doméstico adaptado, onde tais elementos passam a ser reproduzidos de maneira artesanal, mas ainda orientados por uma lógica convencional televisiva. Como aponta Silva (2020), a entrada dessas imagens domésticas na grade jornalística também transforma a relação entre emissor e público. A partir das aparições desses apresentadores em suas casas, incluindo a decoração de suas salas ou escritórios e a vista das varandas de seus apartamentos, “foi possível perceber desde o município da região metropolitana de Goiânia em que moram, a partir dos créditos de identificação no início das entradas, até os móveis e a proposta de decoração dos cômodos que, por ora, funcionaram como estúdios improvisados” (p. 16).

Embora esteja tomando como exemplo o caso da TV Anhanguera, reforço que fazer adaptações às rotinas de produção foi um comportamento comum aos programas telejornalísticos de uma forma geral. A TV Bahia, por exemplo, usou dos seus telejornais para explicar aos telespectadores os cuidados que as equipes do estúdio e de reportagens externas passariam a tomar para continuar trabalhando. Na edição do *Bahia Meio Dia* do dia 18 de março de 2020⁴⁶, os apresentadores Jéssica Senra e Thaícar Carvalho estão juntas no estúdio, mas afastadas umas da outra, juntamente com a repórter Andréia Silva, que explica sobre o processo de desinfecção dos microfones que as equipes usam durante as entrevistas. Nas externas, entrevistados passaram a usar um microfone isolado, para evitar o contato com o

⁴⁵ Por Coronavírus, apresentador da Globo comanda telejornal de sua casa. Disponível em <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/por-coronavirus-apresentador-da-globo-comanda-telejornal-de-sua-casa-35140>. Acesso em 10 out. 2024.

⁴⁶ Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/8410227>. Acesso em 10 out. 2024.

repórter. O apresentador Vanderson Nascimento, que também apresenta o *Bahia Meio Dia*, por conta de uma comorbidade que aumenta o risco de gravidade da doença em caso de infecção, fazia entradas ao vivo de sua casa. Em entrevista à Associação Baiana de Imprensa⁴⁷, o jornalista contou que “um pequeno *set* foi montado aqui mesmo na sala de casa, com todos os equipamentos e aplicativos disponibilizados pela emissora, para que eu possa continuar participando da cobertura”.

Segundo estudo realizado por Mônica Rodrigues Nunes Vieira e Ana Paula Silva Ladeira Costa (2021), a adoção do modelo remoto no telejornalismo durante a pandemia provocou mudanças significativas na dinâmica de produção, como o aumento do tempo destinado às entrevistas, muitas delas gravadas pelos próprios entrevistados, e o uso intensificado de imagens fornecidas pelas fontes ou retiradas de bancos de dados audiovisuais. Para as autoras, isso reforçou o papel dos colaboradores externos à emissora, cuja participação tornou-se central, contribuindo para a consolidação de um jornalismo mais aberto a múltiplas perspectivas e ancorado em materiais gerados e mediados pelas próprias fontes, evidenciando rearranjos importantes nas formas de enunciação e nos modos de produção do noticiário televisivo.

Figura 6 – Matheus Ribeiro em estúdio improvisado em sua casa, Vanderson Nascimento nos bastidores de uma entrada ao vivo direto de sua casa e a interação remota do jornalista com o colega Ricardo Ishmael



Fonte: Google Imagens e Instagram

Olhar para a análise feita por Williams e ver como ela reverbera contemporaneamente, em especial na relação com o telejornalismo feito durante a pandemia, é entender, com base em Martín-Barbero, o gênero como “lugar de osmose, de fusão e de continuidades históricas, mas

⁴⁷ Coronavírus transforma rotina profissional de repórteres baianos. Disponível em <https://abi-bahia.org.br/coronavirus-transforma-rotina-profissional-de-reporteres-baianos/>. Acesso em 10 out. 2024.

também de grandes rupturas, de grandes discontinuidades entre essas matrizes culturais, narrativas, gestuais, estenográficas, dramáticas, poéticas em geral, e os formatos comerciais, os formatos de produção industrial” (Martín-Barbero apud Rocha e Silveira, 2012, p. 06). Observamos que, mesmo quando as transmissões telejornalísticas passam a acontecer, em parte, a partir do espaço doméstico durante o período mais agudo da pandemia, certas técnicas convencionais seguem operando com força, garantindo a continuidade das materialidades audiovisuais hegemônicas do gênero. Elementos como o uso de computação gráfica para exibição de barras de crédito, que preservam a identidade visual do programa ao apresentar manchetes e autoria das reportagens; os enquadramentos em planos médios que mantêm a lógica de apresentação de âncoras, repórteres e entrevistados em tela; ou ainda a permanência da trilha sonora característica de cada noticiário, demonstram que, apesar das adaptações impostas, há um movimento de manter certas formas reconhecíveis do telejornalismo.

3.3. Televisão e pandemia articulados a partir da tecnocultura

A televisão é entendida, a partir de Williams (2016), como instituição, tecnologia e forma cultural e “tem passado por um processo de intensa transformação devido a inovações tecnológicas, mas também por conta de alterações nas práticas industriais de produção, criação e circulação” (Gomes e Antunes, 2019, p.14), seja pela revisão dos marcos regulatórios, da mudança da legislação trabalhista, mas também “com as reconfigurações de hábitos e expectativas das audiências e com as disputas por reconhecimento” (ibidem, p.14).

Janela para o mundo, caixa de sonhos, circo eletrônico⁴⁸, são algumas definições que se ouve sobre a televisão que dão a ver tanto sua característica de abstração e de acesso a conteúdos variados, quanto à sua natureza tecnológica, moderna, de distribuição e acesso ao mundo e ao novo. Já no início do primeiro capítulo do livro *Televisão*, intitulado “A tecnologia e a sociedade”, Williams afirma que costuma-se dizer que a televisão alterou nosso mundo e que “as pessoas frequentemente falam de um novo mundo, uma nova sociedade, uma nova fase da história sendo criada - “trazida” - por esta ou aquela nova tecnologia” (2006, p.23). A máquina a vapor, o automóvel, a bomba atômica são três tecnologias que o autor traz em discussão aproximando o caráter revolucionário que tais descobertas trouxeram para o mundo. E que a televisão, assim como qualquer outra tecnologia, apresentaria, uma vez inventada, um novo mundo.

⁴⁸ Alguns desses termos, inclusive, foram alçados a títulos de livros, como é o caso de “Circo Eletrônico”, de Daniel Filho (2001).

Em seguida, o autor elenca nove diferentes sentidos que a afirmação “a televisão alterou o mundo” poderia significar: uma vez inventada como resultado de pesquisas científicas e técnicas, a televisão enquanto meio de comunicação de notícias e de entretenimento tornou-se tão grande que alterou todos os outros meios de comunicações anteriores, ou ainda teria sido a causa de muitas alterações das nossas instituições e formas de relações sociais, ou da nossa percepção básica da realidade, da nossa relação de uns com os outros e com o próprio mundo. Para essas impressões, Williams identifica um viés de determinismo tecnológico, onde as tecnologias, ora inventadas, definem as condições para a mudança social, o progresso e criação do mundo moderno. Assim, a televisão, a máquina a vapor, o automóvel ou a bomba atômica constituíram o homem moderno e a própria condição moderna.

Há ainda uma outra série de opiniões sobre o sentido que a afirmação “a televisão alterou o mundo” significaria. Dentre elas que a televisão, uma vez descoberta a partir de pesquisas científicas e técnicas, foi selecionada “para atender as necessidades de um novo tipo de sociedade, especialmente no provimento de entretenimento concentrado e na formação centralizada de opiniões e estilos de comportamento” (ibidem, p.25) ou para a promoção de uma nova fase de uma economia de consumo doméstico, onde ela seria rotulada como um dos típicos “aparelhos para o lar”, ou ainda que o seu caráter e o seu uso explorou e enfatizou elementos de uma “passividade e de uma inadequação cultural e psicológica, que sempre foram latentes nas pessoas” (ibidem, p.25) e que, uma vez inventada, a televisão passaria a organizar e representar. Williams entende essa série de opiniões a partir de um olhar menos determinista, que salienta outros fatores causais na mudança social. Aqui há uma visão que reconhece a televisão enquanto uma tecnologia sintomática, onde “qualquer tecnologia específica é, portanto, subproduto de um processo social determinado por outras circunstâncias. Uma tecnologia só adquire status efetivo quando é utilizada para fins já contidos nesse processo social conhecido” (ibidem, p.27). Diferente da visão determinista primeiramente apresentada, aqui a importância da televisão reside em seus usos.

No entanto, para o autor, cada uma dessas perspectivas depende de isolarmos a tecnologia, como se outros fatores externos a ela não interferissem nos efeitos possivelmente gerados pelo seu uso. Nesse caso, dependendo de qualquer uma das nove visões listadas por Williams, a televisão ou qualquer outra tecnologia seria uma força que age por si mesma “criando novas formas de vida ou fornecendo materiais para novas formas de vida” (ibidem). Concordamos com Williams quando afirma que, no caso específico da televisão, há outra interpretação possível, que nos permite acionar sua história e seus usos de forma mais radical,

a fim de compreendê-la como tecnologia cujos propósitos e práticas são diretos e centrais para a sociedade.

A invenção da televisão, portanto, não deve ser entendida como um evento isolado, mas sim como resultado de uma série de outros inventos tecnológicos que vieram antes, como a eletricidade, a telegrafia, a fotografia, cinema e o rádio, que também podem ser entendidos como incentivos, respostas e produtos de uma fase de transformação social geral.

Uma característica particular dos sistemas de comunicação é que todos foram previstos - não de modo utópico, mas tecnicamente - antes que os componentes essenciais dos sistemas desenvolvidos tivessem sido descobertos e aprimorados. De forma nenhuma, porém, essa é uma história de sistemas de comunicação que criaram uma nova sociedade ou novas condições sociais. A transformação decisiva e anterior de produção industrial e suas novas formas sociais, que tinham crescido a partir de uma longa história de acumulação de capital e de trabalho de melhorias tecnológicas, criaram novas necessidades, mas também novas possibilidades, e os sistemas de comunicação, incluindo a televisão, foram seu resultado intrínseco. (Williams, 2006, p.32-33)

Segundo o autor, os principais incentivos para o aprimoramento nos processos tecnológicos de comunicação surgiram de problemas de comunicação e controle, por exemplo em operações militares e comerciais: “as prioridades diretas do sistema comercial em expansão e, em certos períodos, do sistema militar levaram a uma definição de necessidades no âmbito desses sistemas” (ibidem, p. 33). Outra pista importante que aponta para o desenvolvimento de uma nova tecnologia de comunicação social está na criação da imprensa, que é fruto da necessidade de transmissão de mensagens geradas fora da centralização feita pelo poder político, ou seja, ela é, ao mesmo tempo, resultado de um sistema social, econômico e político em desenvolvimento e expansão “e uma resposta à crise dentro desse sistema” (ibidem), que abarca ainda a atuação de outras instituições em que a comunicação serve também para o controle e a doutrina social, como a igreja, a escola e a família. Williams aponta que o desenvolvimento da imprensa na Grã-Bretanha se deu a partir de diferentes estágios e períodos de crise: a definição da forma do jornal durante a Guerra Civil; novas formas de jornalismo popular na Revolução Industrial; e, durante as grandes guerras, a consolidação do jornal como forma social universal.

Na contramão do controle e doutrinação, a imprensa servia à transmissão de notícias e do seu respectivo contexto. Assim, “à medida que a luta por participação na decisão e no controle se acirrou, em campanhas de voto e depois na competição para a eleição, a imprensa tornou-se não só um novo sistema de comunicação, mas, centralmente, uma nova instituição social” (ibidem, p.34). Toda essa efervescência de transformação social pós Revolução Industrial dão a ver uma redefinição nos processos de comunicação que irão desembocar, nas

primeiras décadas do século XX, nos experimentos e avanços tecnológicos, sociais e culturais que tornaram possível a invenção da televisão.

É significativo que, até o período após a Primeira Guerra Mundial e, de certa forma, até o período logo após a Segunda Guerra Mundial, essas necessidades variáveis de um novo tipo de sociedade e de uma nova forma de vida foram atendidas por meios vistos como especializados: a imprensa para informação política e econômica; a fotografia para a comunidade, a família e a vida pessoal; o filme para a curiosidade e o entretenimento; a telegrafia e a telefonia para informações comerciais e algumas mensagens pessoais importantes. Foi desse complexo de formas especializadas que surgiu a radiodifusão. (ibidem, p.35)

Diferentemente do que ocorreu com invenções anteriores no campo da comunicação, Williams observa que, no caso da radiodifusão, a intervenção oficial se concentrou exclusivamente no nível técnico, especialmente na organização da distribuição dos comprimentos de onda. Dessa forma, rádio e televisão foram inicialmente concebidos como sistemas voltados à transmissão e recepção em termos abstratos, sem uma definição prévia do conteúdo que veiculariam. O conteúdo, por sua vez, surgiu de forma secundária, como um desdobramento parasitário desses meios, sendo preenchido por coberturas de eventos estatais, competições esportivas, apresentações teatrais e musicais. Essa configuração, segundo o autor, revela que não apenas a oferta de infraestrutura de radiodifusão antecedeu qualquer demanda por ela, mas também que os próprios meios de comunicação foram instituídos antes mesmo da definição de seu conteúdo.

Nos anos 1920 é inventado o rádio, que até o final desta década já se tornaria um importante ativo para o setor industrial, se inserindo rapidamente na categoria de bens duráveis, como eletrodomésticos, motocicletas, automóveis, câmeras fotográficas, todos entendidos, segundo Williams, como conjunto de máquinas que servem à duas características básicas da vida moderna industrial e urbana, a mobilidade e aos lares. Suas aquisições passariam a ser símbolos da melhoria da vida familiar e da autossuficiência dos lares: “novos equipamentos, no transporte privado, para expedições a partir da casa; e então, no rádio, um aparelho para um novo tipo de subsídio social - notícias e entretenimento levados ao lar” (2006, p.39). E, por ser barato, o rádio é a possibilidade de muitos que tiveram menos oportunidades de socialização de terem acesso à informação e entretenimento.

No caso televisivo, o autor reitera que as transmissões serviam ao consumo social de música, notícias, entretenimento e esportes. Aqui, observamos que essa característica é preservada até os dias de hoje, onde parte relevante da programação das emissoras, em especial dos canais abertos, é dedicada a esses gêneros específicos. E, dada a complexa definição social e técnica de radiodifusão, essa era (e ainda é, de certa forma) uma maneira menos custosa para a produção televisiva, uma vez que

O que a televisão poderia fazer de forma relativamente barata era transmitir algo que de todo modo já estava acontecendo ou tinha acontecido. Na cobertura de notícias, esportes e algumas áreas semelhantes, ela poderia oferecer um serviço de transmissão a um custo relativamente baixo. Entretanto, em todo tipo de trabalho novo que tinha de produzir, tornou-se um meio muito caro, dentro do modelo de radiodifusão. (p.41-42)

É bem verdade que hoje não se pode afirmar com tanta certeza que a transmissão de eventos esportivos, músicas ou de notícias, seja necessariamente “barata”, uma vez que todo aparato tecnológico que envolve transmissões televisivas está associado, ainda, à qualidade do sinal de transmissão, da resolução da imagem, equipamentos de última geração, profissionais especializados, deslocamento da equipe, às vezes para outros países, que geram custos importantes para as emissoras responsáveis. No entanto, também é verdade que em comparação com programações realizadas especificamente para televisão, como os programas de auditório, as telenovelas, os *talk shows* ou os programas de variedade, que envolvem além dos itens citados anteriormente, estúdios modernos, equipamentos robustos de iluminação e um trabalho apurado de direção de arte, cenografia, figurino, maquiagem, que oneram muito suas produções, as transmissões sejam menos dispendiosas. Tais definições estão em consonância com o que o próprio autor coloca: a televisão é um meio muito caro, e todo novo trabalho para este meio acaba se apresentando como um grande risco, um investimento - que espera em sua audiência e no interesse das marcas para preencher os espaços publicitários oferecidos o retorno esperado.

Façamos agora um salto no tempo, para o ano de 2020, quase 50 anos depois de Williams ter escrito *Televisão*. Tão logo a pandemia começa a se acirrar, e por conta do isolamento social muitos dos programas televisivos precisam parar de ser produzidos dos modos convencionais, os protocolos de produção possíveis para manter a programação das mais diversas emissoras no ar são soluções “baratas” em comparação à estrutura tradicionalmente utilizada na produção de qualquer outro produto televisivo. O uso de câmeras de celular, *webcams*, *softwares* de videoconferência, o uso da internet para transmissão de imagens gravadas de dentro das casas dos produtores, repórteres e apresentadores, são técnicas possibilitadoras que nos deixam ver não só as materialidades audiovisuais pandêmicas, como também a resiliência desse meio em se adaptar frente a adversidades e as estratégias a partir dos movimentos de institucionalidade das empresas responsáveis, em busca da manutenção de sua centralidade enquanto meio de comunicação hegemônico.

Os hábitos de consumo midiático, em especial o televisivo, estão em constante alteração. Entre as diversas telas, formatos e suportes que mediam nossas relações entre si e entre os programas que consumimos, não há mais espaço para delimitações entre os meios.

Passamos, facilmente, do canal de TV aberta, para o aplicativo de *streaming*, para as redes sociais. Vemos e somos vistos, a todo momento. A noção de entorno tecnocomunicativo explica esse ecossistema especial, que não se configura por uma mera exposição ou vigilância, mas sim por uma visibilidade ativa, onde produzimos visibilidade, para nós e para os outros.

Partindo desse modo de vida que articula as individualidades, as trocas, o entorno tecnocomunicativo, os modos de viver e as tecnologias de forma compartilhada, Gomes e Antunes (2019) apresentam o conceito de tecnocultura, uma efetiva articulação entre tecnologia e cultura, mas que não se refere simplesmente a essas duas esferas, mas sim “às apropriações e interpretações da tecnologia na vida cotidiana, para lidar com problemas, questões e necessidades colocadas pela vida, em sintonia com afetos, desejos, valores e práticas sociais” (p.14-15). Logo, a noção de tecnocultura rejeita o processo de transformação tecnológica enquanto uma sucessão de inovações, apontando para uma relação que exige atenção às dinâmicas políticas, sociais, econômicas e simbólicas da vida cotidiana, destacando, entre outros aspectos, a limitação de se pensar os meios de comunicação como instâncias separadas por fronteiras rigidamente definidas. Isso porque as mídias não se constituem apenas a partir de sua base tecnológica, mas por meio de arranjos sociotécnicos que articulam tecnologias, práticas sociais, culturais e institucionais. Logo,

Trata-se de enfatizar a heterogeneidade de base que constitui as tecnologias e, mais do que suportes, meios, tecnologias, lidar com aspectos que envolvem uma cultura que alimenta e é alimentada por um complexo de práticas midiáticas e organiza instituições cruciais da sociedade contemporânea – ou seja, lidar com tecnoculturas (ibidem, p.14).

Para os autores, Williams (2016) propõe uma abordagem exemplar da televisão enquanto instituição, tecnologia e forma cultural e que “tem passado por um processo de intensa transformação devido a inovações tecnológicas, mas também por conta de alterações nas práticas industriais de produção, criação e circulação” (ibidem). Essas transformações envolvem ainda a revisão de marcos regulatórios, alterações na legislação trabalhista, a reorganização das rotinas e expectativas do público e as disputas simbólicas por reconhecimento que atravessam o campo televisivo. Aqui, podemos somar a esse panorama as transformações promovidas e percebidas a partir do cenário pandêmico.

A pandemia instabilizou a cultura televisiva e audiovisual como um todo. Segundo Machado e Vélez (2007, p.03), as análises feitas sobre a televisão, geralmente, são macroscópicas, e encaram o meio como “uma estrutura abstrata de gerenciamento, financiamento, controle social, promoção do consumo e vinculação com o capital global”, deixando de lado, justamente “o exame efetivo do que ela concretamente produziu”: os

programas. Olhar para a televisão é também olhar para o cenário que a conforma, para “as molduras econômicas, ideológicas e psicológicas que norteiam a ‘leitura’ que se faz delas e a amplitude maior ou menor do seu alcance” (2007, p.02).

E aqui retornamos a Grossberg (2010) para continuar a fomentar essa análise do cenário pandêmico, para melhor entender os processos de transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer das televisualidades e audiovisualidades neste período. Para o autor, “o objeto da atenção inicial dos estudos culturais nunca é um evento isolado (texto ou outra coisa), mas uma montagem estruturada de práticas – uma formação cultural, um regime discursivo – que já inclui práticas discursivas e não-discursivas” (2010, p.25, Tradução Nossa)⁴⁹. Não se trata, portanto, de unicamente olhar para a TV e para o audiovisual, mas para todo o cenário que conforma e possibilita tais transformações de serem observadas e analisadas, ou seja, é “o contexto que constitui qualquer possível objeto de estudo, mas ainda mais importante para os estudos culturais, que a noção tradicional de um objeto de estudo é apenas a abertura, o ponto de articulação, através do qual se entra no contexto que é o próprio objeto de análise” (ibidem, p.26, Tradução Nossa)⁵⁰.

O contexto que estamos aqui evocando era distinto, imprevisível, tomado de incertezas, medos e expectativas. A pandemia promoveu transformações no cerne da simples ideia de como sabíamos habitar o mundo a partir das determinações advindas das organizações multilaterais (como a OMS), estados, municípios e empresas públicas e privadas dos mais distintos setores. Evitar o toque e a aproximação com outras pessoas. Não aglomerar. Não sair de casa. Quando sair, usar máscara a todo momento. Rotinas de trabalho e estudos foram inseridas no cotidiano doméstico e passamos a trabalhar e assistir às aulas de casa, através das telas do computador, da TV e do celular.

Os profissionais de saúde não puderam parar ou ter sua jornada de trabalho flexibilizada, muito pelo contrário: quanto mais a pandemia avançava, mais necessária era a atuação da classe. É importante aqui fazer uma ressalva: no Brasil, muitas dessas medidas não puderam ser cumpridas por uma camada significativa da população, sobretudo aqueles cujas atividades remuneradas não pararam ou sequer puderam ser adaptadas. A população de classe alta e média, majoritariamente branca, teve maior possibilidade de acesso aos meios virtuais de trabalho,

⁴⁹ Do original em inglês: “the object of cultural studies’ initial attention is never an isolated event (text or otherwise) but a structured assemblage of practices— a cultural formation, a discursive regime—which already includes both discursive and nondiscursive practices.

⁵⁰ Do original em inglês: “(...) the context which constitutes any possible object of study, but even more importantly for cultural studies, that traditional notion of an object of study is only the opening, the point of articulation, through which one enters into the context that is the very object of analysis.”

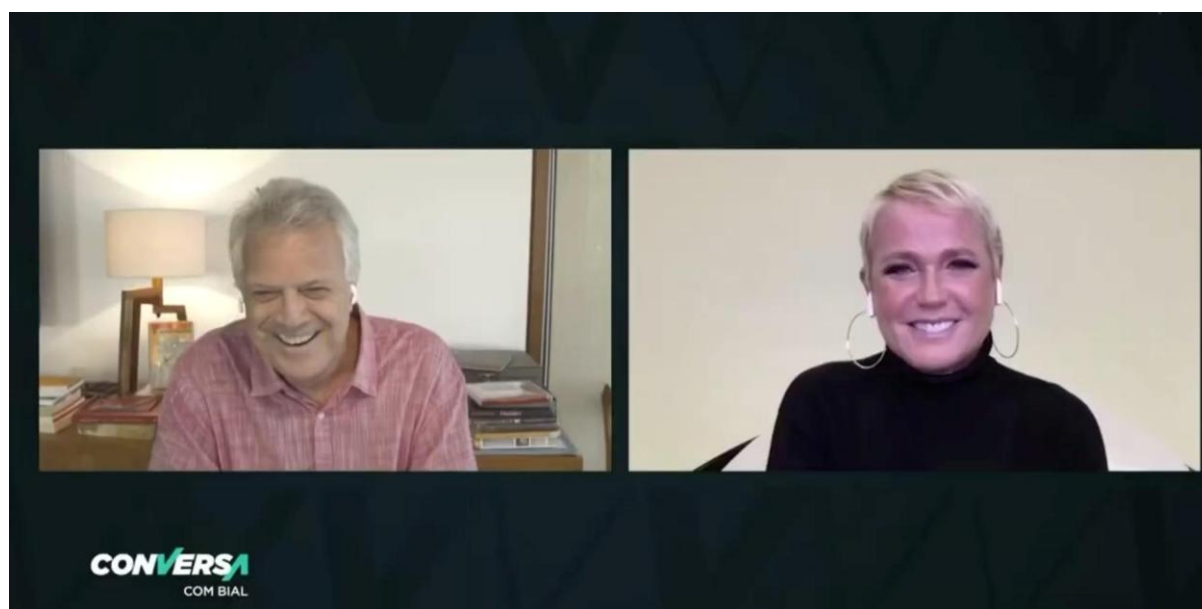
estudo e serviços. Já a população mais pobre, de maioria negra, continuou saindo para trabalhar e para ter acesso a alguns serviços básicos, enfrentando ônibus lotados e aumentando os riscos de contaminação e de morte. Há ainda aqueles, por negacionismo, que não cumpriram as medidas de isolamento e cuidado contra o coronavírus e que usavam, principalmente dos vídeos e *lives* nas ambiências digitais, para propagar suas ideologias reacionárias.

Partindo de Grossberg (2010), entendemos que essa história aqui deve ser “contada em termos que conectam o ponto de cristalização às contradições no trabalho nos diversos domínios da formação social: contradições sociais, econômicas, políticas e culturais – e as relações entre eles” (Grossberg, 2010, p.26, Tradução Nossa)⁵¹. Tomamos o cenário da pandemia de Covid-19 a fim de investigar as transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão, acionando sua programação alterada e as convenções rasuradas.

Em 22 de maio de 2020, ainda no início da pandemia, um dos momentos mais duros justamente pela imprevisibilidade do que poderia estar por vir, o programa *Conversa com Bial* recebeu a apresentadora Xuxa (figura 7). Logo nos primeiros minutos de programa, o apresentador, Pedro Bial, fala que está impressionado com o fato de que a televisão, no meio da crise pandêmica, ganhou um reforço na sua importância e presença, que as pessoas a tem como referência e que sem a televisão as coisas estariam muito piores e mais confusas. Na sua resposta, Xuxa relembra que, no passado, usar uma câmera portátil como a que eles estão usando para gravar o programa hoje seria impossível. E completa: “hoje, ou a gente faz assim, ou a gente não faz”, se referindo à estrutura diminuta, simples, caseira, que parte dos programas de televisão precisou adotar para seguir produzindo e serem veiculados. A entrevista acontece de forma remota, cada um nas suas casas. A tela é dividida nos momentos em que há diálogo e quando apenas um fala, por mais tempo, sua imagem - capturada a partir de uma videoconferência - ganha todo o espaço da tela.

⁵¹ Do original em inglês: “that story is told in terms that connect the point of crystallization to the contradictions at work in the various domains of the social formation: social, economic, political, and cultural contradictions—and the relations among them.”

Figura 7 – *Frames* da participação de Xuxa no Programa *Conversa com Bial* em 20 de maio de 2020



Fonte: Globoplay

As *lives*, como veremos a seguir, também ganharam grande notoriedade e audiência em 2020 e ajudam a colocar o audiovisual nesse lugar de centralidade na pandemia (Gutmann, 2021) no que tange às experiências, vivências e interações. Embora seja um produto das ambiências digitais já amplamente utilizadas, com a pandemia, as *lives* foram apropriadas pela televisão e transmitidas em canais abertos e fechados, em caráter exclusivo ou simultaneamente em outras plataformas. Dos mais variados formatos, durações e produções, o fenômeno das *lives* é um exemplo de como podemos enxergar como as diversas formas de fazer podem ser articuladas através de distintas técnicas: das materialidades do vídeo, às interações que permitem curtir, comentar e compartilhar os shows ao vivo, o fã que é convidado para participar da transmissão junto com seu artista favorito. Para Gutmann (2021), as técnicas nos fazem “pensar a tecnologia, suas competências de linguagem, novas textualidades e modos de uso e ação” (p.17) e se configuram como uma porta importante para que articulemos as rasuras e possível emergência de novas convenções a partir do audiovisual pandêmico.

Parte integrante de dois dos Mapas teóricos-metodológicos concebidos por Martín-Barbero – Mapa das Mediações (2003) e Mapa das Mutações Culturais (2009) – as técnicas articulam inovação discursiva e transformações de formas culturais. O autor afirma que, a partir desta mediação, “saímos da visão instrumental da técnica, saímos da visão ideologista da tecnologia. A técnica está no mesmo nível de identidade, coletividade” (Martín-Barbero, 2009, p.17). Logo, ela não deve ser entendida apenas na ordem da técnica, do aparato ou do

objeto, mas sim da constituição de práticas e modos de percepção social (Gutmann, 2021, p.50), a fim de mediar a relação entre lógicas de produção e formatos industriais (no Mapa das Mediações), bem como tempos e fluxos (no Mapa das Mutações), conformando “forma de acesso e construção de sentidos das coisas do mundo” (p.51). A autora pontua ainda que entender as materialidades audiovisuais enquanto tecnicidades, se mostra um campo importante de articulação entre artefatos, sujeitos, ritualidades, institucionalidades e sensibilidades.

Propomos aqui um olhar a partir das tecnicidades que conforma as materialidades audiovisuais presentes em programas de TV e demais produtos audiovisuais dos mais diversos meios, mas tendo como ponto de partida a televisão. É na TV que tais materialidades potencializam maior percepção de possíveis rasuras, adaptações ou reiterações de convenções. Defendemos aqui que esses usos passam a ser perceptíveis também em outros meios, tais como o *streaming*, as redes sociais e o cinema, configurando uma experiência que torna possível a emergência de formas mestiças de comunicação, tal qual defende Martín-Barbero (2009): um produto resultado da contaminação entre os meios, que já é concebida para transitar de forma transversal nos mais diversos meios.

Pensar em formas mestiças é não mais entender que um determinado produto seja destinado única e exclusivamente para um determinado meio, concebendo-o de forma ampla e complexa. Não se trata, portanto, de encaixar determinado programa ou produto audiovisual na forma específica de um meio, tornando os limites de sua especificação cada vez mais borrado. Nosso esforço analítico dos programas defende que tais materialidades audiovisuais que se tornam imperativas na pandemia, radicalizam esses embaralhamentos e rasuras e deixam pistas que nos dão a ver as transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão (dentro e fora da televisão), seja no que se refere às materialidades, às lógicas de produção ou ainda na reitação das convenções televisivas em vídeos produzidos e veiculados nas ambiências digitais.

Podemos aproximar a ideia de formas mestiças de Martín-Barbero do conceito de intermedialidade, uma noção que se origina na literatura, mas que não se limita a ela, sendo amplamente utilizada para descrever obras que integram em si elementos característicos de diversas mídias. Essas obras conformam um comportamento fronteiro, no qual se observa a interação e a interferência de diferentes sistemas midiáticos, ou, como bem define Rajewsky (2012, p. 52), referem-se “às relações entre mídias, às interações e interferências de cunho midiático”. Esse conceito nos conduz a refletir sobre as dinâmicas de troca e hibridização que

ocorrem entre diferentes linguagens e suportes, desafiando noções rígidas de pertencimento ou exclusividade de determinadas formas artísticas ou comunicacionais.

Embora o prefixo “inter” possa sugerir a existência de um limite claro, de uma delimitação entre as mídias que resguardaria suas características mais intangíveis, Rajewsky (2012) argumenta que o conceito de intermedialidade parte, essencialmente, da pressuposição de fronteiras tangíveis entre as mídias individuais, bem como de suas especificidades e diferenças. No entanto, é justamente no contato entre essas fronteiras que emergem as contaminações, as hibridizações que dão origem às formas mestiças. Tais formas são marcadas por uma plasticidade que reflete o amplo diálogo entre diferentes sistemas de produção e circulação de sentido.

Outro conceito que amplamente é utilizado para sintetizar essa relação entre aproximação entre meios e mídias é a noção de convergência midiática ou cultura da convergência, tal como formulada por Henry Jenkins (2009), que se articula a partir de três pilares principais: a inteligência coletiva, entendida como uma forma de consumo colaborativo, em que o público deixa assumir também o papel de produtor; a cultura participativa, que descreve o comportamento de uma audiência interessada em interagir com o conteúdo por meio de votações, comentários ou produções derivadas; e, por fim, a convergência midiática em si, compreendida como o fluxo de conteúdos que atravessam múltiplos suportes, estimulando um consumo oscilante, movido pela busca de novas experiências. No entanto, embora Jenkins reconheça que a convergência é um processo e não um ponto de chegada, sua abordagem tende a minimizar as relações de poder e os condicionantes estruturais que atravessam os modos de produção e recepção midiática. Concordamos com Martín-Barbero (2008), para quem os processos comunicacionais não podem ser reduzidos à dimensão tecnológica, pois operam nas tramas históricas, distintas temporalidades e modos de ver e sentir.

Daí a importância de reinscrever a discussão sobre a convergência nas dimensões históricas, políticas e culturais, atentando para os modos como as tecnologias são apropriadas, disputadas e vividas pelos sujeitos em diferentes contextos. Gomes e Antunes (2019), ao tomarem a noção de estrutura de sentimento, de Raymond Williams, como ferramenta fundamental para abordar a historicidade nas práticas comunicacionais, defendem que o processo analítico dos processos comunicacionais deve “sair das cronologias simples, das causalidades ou monocausalidades na interpretação das mídias, abandonar a percepção de inevitabilidades ou de convergências, da tecnologia ora neutra ora determinista” (p.14). Uma vez que a integração entre mídias não dissolve as desigualdades, mas as reinscreve em novos circuitos, aqui seguirei adotando os conceitos de formas mestiças e hiperconectividade

cognitiva quando me referir à essa questão, por entender que essas formulações oferecem um olhar mais crítico e que atravessam os processos midiáticos, situando a comunicação como um campo de disputas simbólicas e existenciais, e não apenas como circulação de conteúdos entre plataformas.

Nesse cenário contemporâneo, portanto, as formas mestiças da comunicação encontram um terreno fértil no diálogo cada vez mais intenso e multifacetado da televisão – e, por extensão, do cinema, da publicidade, dos videocliques, das *lives* e de outras linguagens audiovisuais – com as ambiências digitais da internet. A hiperconectividade cognitiva, impulsionada pelas tecnologias digitais, intensifica os processos de intermedialidade, permitindo que elementos de uma mídia contaminem e se integrem a outras, criando experiências híbridas que desestabilizam fronteiras tradicionais. Nesse cenário, a intermedialidade não apenas se torna um meio de análise produtivo, mas também um indicador das transformações culturais em curso, onde as formas mestiças assumem papel central na construção de novas narrativas e estéticas.

3.4. Convenções televisivas nas ambiências digitais

Produto que toma as telenovelas como matriz e que nos deixa ver a operação das convenções do gênero nas ambiências digitais e despontou durante a pandemia, as mininovelas, produzidas e disseminadas pelas redes sociais, ganharam grande destaque a partir de 2020. Com o isolamento social, a produção e o consumo de conteúdos digitais cresceram de forma exponencial, levando à criação de formatos de entretenimento adaptados às ambiências digitais. As mininovelas, em particular, tornaram-se um dos formatos que emergiram nesse contexto, por conta da interrupção de diversas produções de televisão, que impactou as indústrias de entretenimento tradicionais. Elas surgiram como uma adaptação das novelas para o ambiente digital, caracterizadas por episódios curtos, geralmente com duração de um a cinco minutos. Com histórias condensadas e tramas rápidas, a maioria delas com atuações engraçadas ou caricatas, elas utilizam formatos verticais, como o *reels* do Instagram, o TikTok, o Kwai e o YouTube Shorts.

O TikTok foi a rede onde as mininovelas mais se popularizaram, com usuários criando conteúdos curtos, frequentemente baseados em situações do cotidiano, romances e comédia. O formato "ponto de virada", com ganchos ao final de cada episódio, incentiva o retorno dos espectadores para acompanhar o desfecho, numa clara referência ao gênero televisivo. Nesses formatos, que são produzidos com poucos recursos, a criatividade dos criadores se destaca,

cativando um público mais jovem, em particular. Uma das características mais marcantes das mininovelas nas redes sociais é a interatividade. Diferentemente das novelas tradicionais da TV, esse formato possibilita um envolvimento instantâneo dos espectadores na trama, com muitos criadores pedindo sugestões sobre o rumo da história ou qual deveria ser o final, ou ainda cobrando por um novo episódio ou pela continuação da história.

As plataformas perceberam essa tendência e começaram a oferecer ferramentas específicas para ajudar criadores de conteúdo a produzir e promover essas narrativas curtas. No Instagram, muitos influenciadores e criadores de conteúdo passaram a experimentar o formato de narrativa curta nos *stories* e *reels*. Embora não seja a principal plataforma onde o formato se disseminou, muitos produtores republicavam suas produções de outras redes sociais em seus perfis nesta rede social, gerando ainda mais visualizações às histórias.

Em 31 de maio de 2020, ainda no início do período de isolamento social durante a pandemia, o ator Pedro Monteiro, conhecido por Pedroca nas redes sociais, começou a publicar em seu perfil no Instagram⁵² um conteúdo que ele também denominou de *Mini Novela*. Na série de vídeos publicados, o ator encarna diversos personagens para contar a história do casal Ivanildo e Letícia, que estão separados e criam os filhos com guarda compartilhada. Para interpretar cada um dos personagens, Pedro usa filtros da própria plataforma que altera as características do seu rosto e voz dando fisionomia distinta para cada um dos personagens que interpreta. De forma bem humorada, Pedroca dá vida ao casal, que vai discutindo a relação, ou melhor a “ex-relação”, com diálogos em forma de mensagens de vídeo que vão nos mostrando a rotina da criação dos filhos, os novos relacionamentos, e a aparente inconformidade de Evanildo com o fim do relacionamento. Ao passo que os episódios vão avançando, novos personagens vão aparecendo na trama, todos interpretados por Pedroca utilizando filtros do Instagram. A quantidade de partes por episódio, disponibilizados no formato de carrossel de imagens, também aumenta. Os primeiros três episódios são compostos por duas partes cada. Já o quarto episódio, com a aparição do personagem Ivan, irmão de Ivanildo, é composto por quatro partes e a partir do quinto episódio a quantidade de vídeos em cada postagem aumenta, passando a ter entre sete e dez blocos cada. Novos personagens também vão aparecendo na história, como Juju, a babá das crianças, Paulo, o atual namorado, Sabrina, a melhor amiga, Papi, o gato, dentre outros.

Aqui fica evidente que a *Mini Novela* de Pedroca segue um traço importante de uma convenção da programação televisiva comercial, que é a sua organização por blocos, embora

⁵² Disponível em <https://www.instagram.com/pedrocapedroca/>. Acesso em 06 de jun. 2025.

sem os anúncios de propaganda. A separação das falas de cada personagem nas partes publicadas no carrossel também dá a ver um uso pertinente dos recursos do Instagram na produção, que não tem intervenções de montagem audiovisual e se utiliza das funcionalidades possíveis da plataforma a seu favor, como a possibilidade de disponibilizar vários vídeos em uma mesma postagem, facilitando assim a identificação de cada capítulo. Há ainda os ganchos ao final de cada episódio, uma marca importante do gênero da teledramaturgia, para manter a relação de continuidade da história e o avançar da trama. A construção dos diálogos através de mensagens de vídeo também se aproxima do modo como, na pandemia, a maioria das nossas interações aconteciam.

Nos comentários de cada episódio, diversos usuários que compõem a audiência deixam suas impressões sobre a história, torcem pelos personagens, conversam entre si e relatam como cada episódio são momentos de alívio cômico durante a quarentena. A *Mini Novela* de Pedroca, portanto, criou uma trama audioverbovisual (Gutmann, 2021) que demonstra como as experiências em torno da teledramaturgia funcionam também nas relações com produções que emulam as convenções do gênero nas ambiências digitais. A experiência dos usuários com as mininovelas evidencia uma complexidade de relações que são construídas uma vez que interagimos e com esses conteúdos. Por isso, Gutmann afirma que “habitamos espaços constituídos por fluxos de textos, imagens e sons em rede. As formas audiovisuais que aqui circulam já não são mais da ordem estrita do registro, da escrita, da linguagem, do arquivo, mas dos trânsitos, das conexões e dos repertórios” (2021, p.16), ou seja, os usos e apropriações feitas pelos sujeitos são resultado do enredamento de referências e vivências, comunicacionais e históricas, que são articuladas em fluxo nessas ambiências. Isso fica quando observamos os comentários feitos na postagem de comemoração do episódio de número 100⁵³, onde é possível ver diversas mensagens de agradecimento pelo conteúdo, ressaltando o talento de Pedroca e sua resiliência em continuar produzindo os episódios mesmo em momentos tão difíceis.

Também percebemos nessas interações como os seguidores de Pedroca fazem a leitura de sua mininovela a partir do reconhecimento das convenções da teledramaturgia. Como vemos na figura 08, alguns comentários trazem comparação da *Mini novela* com títulos da TV de sucesso, identificam cenas clássicas de uma novela que foram utilizadas pelo ator, sinalizam que assistem aos vídeos postados todos os dias, dando a ver ritualidades e socialidades reconhecidamente televisivas operando nos modos de relacionamento e leitura feitos por esses

⁵³ Disponível em <https://www.instagram.com/p/CICN99apms0/>. Acesso em 06 de jun. 2025.

usuários. Isso se dá porque as marcas ali presentes funcionam como vetor para que os usuários acionem seus repertórios, que ali, são postas em diálogo.

Figura 8 – Comentário na postagem do episódio de nº100 da mini novela de Pedroca



Fonte: Instagram @pedropedroca

A produção tem 108 episódios numerados e sequenciais no feed do Instagram de Pedroca, sendo a última postagem em 17 de janeiro de 2021. No entanto, a *hashtag* #mininovela continuou a ser utilizada, funcionando “não como ferramenta organizadora de conteúdos, mas tecnicidade através da qual buscamos identificar alianças identitárias dispostas na forma audioverbovisual em rede” (Gutmann, 2021, p. 76-77). Através da *hashtag*, podemos ver o ator contar histórias de outros personagens, satirizar personagens políticos – como a série de postagens onde Pedroca aparece com o filtro do rosto do ex-presidente norte americano Donald Trump –, fazer publicidade para marcas ou ainda para “virar votos” na campanha eleitoral de 2022. A *hashtag* nos deixa ver, ainda, uma série de outros conteúdos postados por outros usuários da plataforma, compartilhando alguma história ou ainda propondo, assim como Pedroca, outras produções que tomam as convenções do gênero como matrizes.

Em seu perfil no TikTok⁵⁴, onde acumula mais de 6 milhões de seguidores, Renato Augusto se apresenta como “o menino das novelas”, mas antes de se enveredar na produção de mininovelas para as redes sociais, ele já vinha, desde 2021, experimentando produzir conteúdo usando as fórmulas dos diversos gêneros televisivos. Todos os vídeos são organizados em *playlists* para facilitar que os vídeos sejam consumidos em sequência. Em uma delas, intitulada *Você está assistindo*⁵⁵, vemos várias simulações de programas no estilo *talk show*, reportagem jornalística, *reality show* de confinamento, programas de auditório e cenas de novela, onde, assim como Pedroca, Renato interpreta a todos os personagens, usando figurino, perucas e vozes diferentes. Nesses primeiros vídeos, gravados em 2021 e 2022, Renato usa sempre os mesmos espaços de gravações, ambientes caseiros e poucas imagens externas, por conta da pandemia. Mas é a partir de 2023, com um cenário mais normalizado pós emergência sanitária, que Renato passa a gravar as suas novelas, que tem geralmente entre 10 e 20 episódios, cada um com uma média de cinco minutos, usando mais locações, com mais apuro técnico na captação de som e imagem e com participação de outras pessoas nas gravações, embora Renato siga interpretando todos os personagens principais.

Mesmo com a retomada das produções de TV e cinema, as mininovelas continuam a ser populares nas redes sociais. Algumas marcas também começaram a investir nesse tipo de formato em suas ações de marketing ou campanhas publicitárias. É o caso, por exemplo, da última mininovela produzida por Renato, *Quiosque 66*, realizada com apoio da empresa de telefonia Tim. Em seu perfil estão disponíveis outras seis produções que tomam o gênero como referência: *Série adolescente*, *Vingar a vida*, *Dois pedaços*, *Uma chance para o Natal*, *Era você* e *Quando é pra acontecer*. Percebe-se aqui que os enredos, como roubo de bebês, rivalidade entre pais e filhos, desencontros amorosos, dentre outros, se inspiram nas clássicas tramas da teledramaturgia brasileira. Destacam-se ainda algumas materialidades audiovisuais como o uso de imagens das cidades e das fachadas de casas e prédios, para indicar a localização e ambientação de onde a história acontece, efeito sonoros e trilhas sonoras que acompanham o clima de cada cena, ganchos ao final dos episódios, vinhetas e temas de abertura. Os episódios de cada uma das novelas de Renato Augusto estão disponíveis ainda em seu perfil no Instagram e em seu canal do YouTube.

⁵⁴ Disponível em https://www.tiktok.com/@reeh_augusto. Acesso em 10 jul. 2025.

⁵⁵ O compilado de vídeos pode ser acessado na playlist que está em destaque no perfil do criador. Disponível em https://www.tiktok.com/@reeh_augusto/playlist/%E2%9C%A8VOC%C3%8A%20EST%C3%81%20ASSISTINDO%E2%9C%A8-6975160585399225093. Acesso em 10 jul. 2025.

Pedroca e Renato encontraram no Instagram e no TikTok, respectivamente, ambiente propício para experimentar a teledramaturgia fora da televisão e nos deixa ver como operam as convenções das telenovelas, mesmo em um cenário onde o gênero não é hegemônico. Em outras plataformas, como o Kwai, as mininovelas de até dois minutos também se popularizaram, sobretudo entre o público mais jovem, que vem se distanciando da televisão aberta⁵⁶. Em abril de 2022 a plataforma lançou o TeleKwai, um formato híbrido que integra a lógica dos vídeos curtos com transmissões de televisão interativa, trazendo à centralidade a produção amadora e semiprofissional da teledramaturgia brasileira, com diferentes gêneros e histórias. O projeto se destaca enquanto exemplo de como as formas do audiovisual, especialmente aquelas baseadas em vídeos curtos, se integraram aos hábitos de consumo da população brasileira.

O Kwai é aplicativo de vídeos curtos de origem chinesa e já vinha crescendo em popularidade no Brasil, mas foi durante a pandemia que a plataforma experimentou um aumento exponencial de usuários. A popularização da plataforma se deve ainda ao fato de seus vídeos curtos demandarem menos dados móveis, algo fundamental no Brasil, onde o custo do acesso à internet ainda é uma barreira para muitas pessoas. De acordo o Relatório Kwai no Brasil 2024, da OpinionBox⁵⁷, boa parte do público da plataforma é composto pelas classes C e D, com um percentual grande de jovens da região norte e nordeste do país. Nesse cenário, o TeleKwai, encontrou um terreno fértil no país ao oferecer uma experiência que unia elementos familiares da televisão tradicional com as características próprias das ritualidade e técnicas das redes sociais. Um dos fatores centrais para a popularização do TeleKwai foi a oferta de recompensas financeiras aos usuários, uma estratégia que a plataforma utilizou para gerar interesse e atrair novos participantes.

Em um cenário de crise econômica gerada pela pandemia, esse modelo de monetização capturou a atenção de uma vasta gama de usuários, oferecendo uma motivação tangível para a adesão ao aplicativo. É o caso de Markelly Oliveira⁵⁸, ex-baiarina do Domingão do Faustão que passou a investir na produção de mininovelas no TeleKwai. A pandemia fez com que sua carreira de dançarina desse uma pausa e ela ficou sem perspectivas. Em entrevista ao UOL em

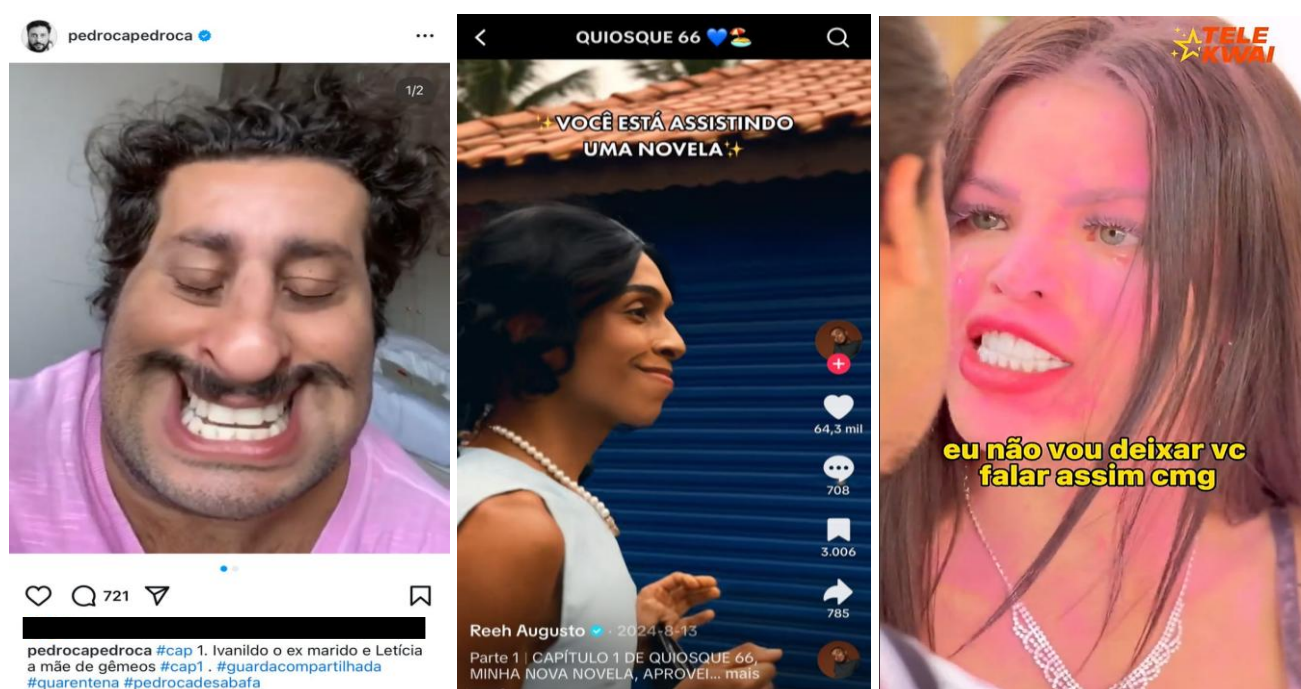
⁵⁶ Jovens de até 24 anos veem 7 vezes menos TV aberta que idosos. Disponível em <https://agenciabrasil.abc.com.br/radioagencia-nacional/geral/audio/2023-02/jovens-de-ate-24-anos-veem-7-vezes-menos-tv-aberta-do-que-idosos>. Acesso em 10 jul. 2025.

⁵⁷ Disponível em <https://materiais.opinionbox.com/pesquisa-kwai>. Acesso em 10 jul. 2025.

⁵⁸ Disponível em <https://www.kwai.com/@markellyemacao?lang=pt-BR>. Acesso em 10 jul. 2025.

abril de 2022⁵⁹, a produtora de conteúdo afirmou que começou a produzir as mininovelas em dezembro de 2021 e se interessou pelo formato. Entre os meses de janeiro e março de 2022 ela atingiu o primeiro lugar com os capítulos mais acessados na plataforma no Brasil. Em junho de 2025, Markelly já acumulava mais de 13 milhões seguidores e 232 milhões de curtidas em seus vídeos postados, sendo considerada uma das principais estrelas e referências do Kwai no Brasil⁶⁰.

Figura 9 – *Prints* das mininovelas de Pedroca, Renato Augusto e Markelly Oliveira no Instagram, Tik Tok e Kwai, respectivamente



Fonte: Instagram, TikTok e Kwai, respectivamente

Além disso, as campanhas de marketing, que incluíram tanto mídias tradicionais quanto digitais, ampliaram o alcance da plataforma, tornando-a conhecida pelo grande público. Em 2022, no Youtube, a campanha *Vale a pena ver no Kwai* faz alusão ao *Vale a pena ver de novo*, tradicional faixa de reprises da TV Globo, para promover a plataforma como um espaço emergente para o consumo de novelas em formato curto. Dois vídeos foram produzidos para a campanha, fazendo referências, tanto no figurino, cenografia e fotografia, quanto ao enredo de

⁵⁹ TeleKawai: mininovelas caseiras são a nova aposta da plataforma. Disponível em <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/04/23/telekawai-mininovelas-caseiras-sao-a-nova-aposta-da-plataforma.htm>. Acesso em 10 jul. 2025.

⁶⁰ Kwaiers: quem são os criadores de sucesso na atualidade. Disponível em <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2023/10/17/kwaiers-quem-sao-os-criadores-de-sucesso-na-atualidade.ghtml>. Acesso em 10 jul. 2025.

novelas clássicas como *Terra Nostra*⁶¹ e *Chocolate com pimenta*⁶², ambas da TV Globo. A plataforma passou a anunciar em intervalos comerciais na televisão e fazer ações de merchandising em programas. Em janeiro de 2024, foi anunciado como um dos patrocinadores oficiais do *Big Brother Brasil*, aparecendo diariamente na programação da Globo, com ações dentro do programa, como provas e festas que levavam a assinatura da marca. Além das interações dentro do programa, no Kwai a audiência podia acessar clipes exclusivos, bastidores e momentos selecionados do *BBB 24*, ampliando o universo da atração para fora dos canais institucionais do grupo Globo, estratégia que a emissora já havia feito com o TikTok em 2023.

A ascensão do TeleKwai no Brasil pode ser entendida pela noção de formas mestiças da comunicação, uma vez que deixa ver como, no entorno tecnocomunicativo, a articulação de fatores econômicos, culturais e tecnológicos, potencializados pelas condições excepcionais da pandemia, conformam transformações e apropriações das materialidades, gêneros e convenções televisivas nas ambiências digitais. A plataforma não só conseguiu responder às necessidades de entretenimento durante o confinamento, se popularizando, mas também se consolidou como um formato audiovisual próprio deste tempo e que indica caminhos possíveis para a televisão e o audiovisual contemporâneos, uma vez que essas mininovelas estão “imersão numa ambiência fortemente conectada, envolta por imagens, dados, áudios, conteúdos diversos, trânsitos populacionais, identidades em disputa, tempos e espaços” (Gutmann, 2021, p.25). Isso fica mais evidente quando observamos o surgimento de mais redes sociais específicas para o consumo desses conteúdos.

É o Caso do ReelShort, uma plataforma norte americana voltada para a distribuição de microdramas gravados em formato vertical, com episódios que variam entre 30 e 90 segundos. Lançado em 2022 e com foco nas produções de baixo orçamento para serem assistidas pelo celular, as histórias apresentam cenários simples e elencos compostos por estrutura similar ao que se vê em outras redes como o TikTok e o Kwai, inclusive no sistema de monetização, que combina acesso gratuito aos usuários nos primeiros episódios de cada obra e um modelo baseado em moedas virtuais que podem ser adquiridas por meio de assinaturas ou visualização de anúncios.

A plataforma vem se popularizando nos últimos meses e já aparecia, no início de julho de 2025, como primeiro e segundo lugar entre os mais baixados da categoria de entretenimento da Apple Store e do Google Play, respectivamente. No Brasil, o primeiro episódio da produção

⁶¹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Vlea3N9kq0M>. Acesso em 10 jul. 2025.

⁶² Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=mV9oJ5_eG-Y. Acesso em 10 jul. 2025.

*A vida secreta do meu marido bilionário*⁶³ já foi favoritada na plataforma mais de 19 milhões de vezes. Divulgada como “a primeira novela vertical brasileira”, uma reportagem do jornal O Povo⁶⁴ afirma que a obra, que é composta por 68 episódios, já havia acumulado mais de 300 milhões de visualizações desde a estreia em 17 de maio e que a repercussão a respeito da plataforma cresceu quando trechos de seus episódios começaram a circular em outras redes sociais como o TikTok e Instagram.

Há ainda exemplos de iniciativas que tomam as convenções das telenovelas para propor narrativas em texto, mas usando o audiovisual como suporte para manter os traços de reconhecibilidade. É o caso do Canal GS Novelas⁶⁵, que mantém perfis ativos no Instagram, Threads e Youtube, que vem produzindo desde 2020 inúmeras *web* novelas que tomam como inspiração e referências as produções globais, inclusive na recriação dos vídeos de aberturas e dos encerramentos, que são feitos a partir de bancos de imagem. As *web* novelas, que são postadas em formatos de texto na página de Comunidades, são divididas em episódios e usam os nomes e fotos de atores e atrizes globais como forma de criar formas de reconhecimento e familiaridade para os leitores/assistintes. Cada episódio é precedido de um vídeo com a abertura e é seguido de um vídeo de encerramento da Web novelas, que segue o mesmo padrão de montagem e inserção de créditos, tipografia, e trilha sonora de uma telenovela. Os títulos também são inspirados nas tramas televisivas, a exemplos de *Um só lugar* e *Amazônia*, cujas identidades visual e audiovisual fazem referências às novelas *Um lugar ao Sol* e *Pantanal*, respectivamente.

Outros fenômenos recentes evidenciam como as convenções televisivas são constantemente colocadas em disputa nas ambiências digitais, ao mesmo tempo em que revelam a televisão como matriz para a cultura do meme, da paródia e da viralização. A forma como produtos televisivos são reinterpretados, remixados e redistribuídos em plataformas digitais mostra que suas marcas de reconhecimento operam como referência. É o que se pode observar no caso das sátiras de reportagens e apresentações telejornalísticas disponibilizadas nas ambiências digitais. Com viés cômico, esses vídeos tomam as fórmulas narrativas e expressivas do jornalismo televisivo a partir da chave do humor, o que evidencia as reiteraões

⁶³ Disponível em https://www.reelshort.com/pt/episodes/episode-1-a-vida-secreta-do-meu-marido-bilion%C3%A1rio-68196320acae6784260a959a-5hd7kn3u17?play_time=1. Acesso em 10 jul. 2025.

⁶⁴ A Vida Secreta do Meu Marido Bilionário: conheça a 1ª novela vertical brasileira. Disponível em <https://www.opovo.com.br/divirtase/2025/06/22/a-vida-secreta-do-meu-marido-bilionario-conheca-a-1-novela-vertical-brasileira.html>. Acesso em 10 jul. 2025.

⁶⁵ Disponível em: <https://youtube.com/@gsnovelas?si=52q8H82JGJE6klXd>. Acesso em 10 jul. 2025.

de um certo modo textual e performático dessas estratégias de comunicação próprias do gênero telejornalismo.

A linguagem do texto telejornalístico carrega marcas próprias, entre as quais se destaca a necessidade de clareza e, frequentemente, de certa repetição: o que se ouve no *off* do repórter aparece nas imagens captadas. Isso reflete uma convenção do telejornalismo que aposta na reiteração como estratégia de reforço da mensagem. O objetivo é garantir que o conteúdo seja plenamente compreendido pela audiência, independentemente de sua complexidade. Esse estilo, que privilegia a objetividade, é amplamente reconhecível nos mais diversos conteúdos jornalísticos, sobretudo na televisão. Em muitos casos, a repetição e a simplificação são mecanismos para tornar temas mais densos ou técnicos acessíveis ao público mais amplo, funcionando como formas de "tradução" mediada pelo telejornalismo.

Para Valéria Vilas Boas (2023), no entanto, embora a objetividade tenha se consolidado como um dos elementos centrais na forma como o jornalismo é amplamente compreendido, “moldando um texto a partir do qual a impessoalidade e o relato com a voz dos acontecimentos é a regra, a presença autoral dos sujeitos produtores de notícias faz parte da história dessa atividade” (p.31). Por isso, segundo a autora, “no corpo do repórter se inscrevem marcas de recorrência das convenções de performance contida que caracterizam o telejornalismo hegemônico” (ibidem). Observa-se, portanto, que a gestualidade, a postura, a projeção vocal “pode deixar ver marcas de novas possibilidades de inscrição do sujeito/jornalista na notícia e no mundo” (ibidem). É esse modo de se comunicar, com sua textualidade e performances específicas e seus recursos imagéticos característicos, tem sido reapropriado por criadores de conteúdo nas ambiências digitais. Um exemplo disso é Matheus MoriMura⁶⁶, que produz vídeos nas redes sociais parodiando as performances típicas de apresentadores de telejornais.

Em um vídeo publicado em 18 de dezembro de 2024⁶⁷, Mori aparece de vestido e uma peruca de cor preta com corte Chanel andando em uma sala de estar. No centro do vídeo, o texto “Apresentadores de jornal depois da reportagem” intitula a performance: uma parodia dos momentos de interação ao vivo entre repórter e apresentador, especialmente nos trechos em que a fala é devolvida ao estúdio após uma entrada ao vivo. Essa dinâmica, recorrente nos telejornais, é reinterpretada com humor e expõe a estrutura do gênero: a alternância de tons e registros exigida por um formato generalista que transita entre notícias graves, quadros leves e temas diversos.

⁶⁶ Disponível em <https://www.instagram.com/morimura/>. Acesso em 10 jul. 2025.

⁶⁷ Disponível em https://www.instagram.com/p/DDvWwE8O_vS/. Acesso em 10 jul. 2025.

O influenciador destaca, por exemplo, a mudança abrupta de tom, do comentário descontraído com o repórter para a seriedade de uma notícia mais impactante que entra em seguida, algo muito comum nos telejornais, que precisam lidar com a pluralidade de assuntos dentro de um mesmo bloco. De acordo com Fernanda Maurício da Silva (2023), isso se explica por que “o campo de produção do jornalismo recorre a estratégias diversas, desde o uso de formas visuais e sonoras (...) até adaptações textuais e discursivas, como o uso da informalidade e da conversação entre os jornalistas no estúdio (p.98). Ainda para a autora. “o clima de conversação entre os participantes contribui para a construção de uma informação fora da que foi convencionada pelo telejornalismo (ibidem, p.105).

Outro criador de conteúdo que toma as materialidades televisivas como matriz para as criações de Enzo Baracho⁶⁸. Em seu perfil, as sátiras não se limitam às produções televisivas, mas são justamente os gêneros oriundos do meio que são mais recorrentes em seus vídeos. O criador de conteúdo realiza recriações humorísticas de diversas situações vinculadas ao universo televisivo, transitando por paródias de discursos de eliminação do *Big Brother Brasil*, simulações de narrações esportivas, encenações de pegadinhas inspiradas no programa de Silvio Santos e imitações de intromissões em entradas ao vivo de repórteres.

Ainda assim, o segmento mais presente em seu perfil são as sátiras a reportagens telejornalísticas. Nesses vídeos, Enzo recria passagens dos repórteres, utiliza narração em *off* para contextualizar as cenas, intercala imagens de cobertura para ilustrar os fatos mencionados, insere “sonoras” com entrevistados e reproduz os cortes típicos de edição utilizados nas reportagens. Além disso, ao final da encenação, incorpora também o comentário do apresentador-âncora, retomando a fala diretamente do “estúdio”, que é sempre um ambiente caseiro. O interessante é que todas essas funções são desempenhadas por ele próprio: Enzo é ao mesmo tempo o repórter, o entrevistado e o apresentador. Um exemplo claro dessa abordagem está na postagem de 12 de outubro de 2024, em que ele satiriza uma reportagem sobre o Dia das Crianças. Aqui também, em tela, o texto demarca que aquele vídeo é uma “reportagem”, reforçando as referências e o repertório que a audiência deve acionar como chave de leitura.

⁶⁸ Disponível em <https://www.instagram.com/oenzobaracho/>. Acesso em 10 jul. 2025.

Figura 10 – Frames dos vídeos de Enzo Baracho e Matheus MoriMura



Fonte: Instagram

Essa lógica se evidencia também em fenômenos como a novela fake *Pé de Chinesa*, uma narrativa fictícia que circulou nas redes sociais como se fosse uma telenovela real. Originada em um fórum da internet⁶⁹ onde usuários se reúnem para discutir sobre novelas, a brincadeira reapareceu em perfis do Instagram que passaram a gerar, a partir de inteligência artificial, imagens de divulgação de uma suposta novela que seria da autora Glória Perez: elenco, vinheta, trilha sonora e cenas fictícias rapidamente se alastraram entre os usuários. Aqui observamos que, embora usando de narrativas muito próprias da cultura do meme – como por exemplo a composição do elenco, que misturaria subcelebridades, participantes de *reality show*, influencers e nomes tradicionais da teledramaturgia nacional – toda a produção gerada e compartilhada pelos diversos perfis, seguem uma linha convencional que nos é familiar quando se trata de uma telenovela, o que faz o meme parecer crível, embora claramente absurdo.

A abertura da novela traz o mesmo modelo adotado por títulos que já foram originalmente exibidos, como imagens e nomes dos atores, trilha sonora condizente ao tema,

⁶⁹ Disponível em <https://pandlr.com/forum/pan/topic/pe-de-chinesa-nova-novela-de-gloria-perez-se-passara-na-china-e-tera-pratica-como-tema/680695/page/1>. Acesso em 10 jul. 2025.

os créditos de autoria e direção, a logo com o nome da novela e a logo da própria emissora. A alusão a uma cultura estrangeira – embora evoque nos memes uma abordagem evidentemente xenofóbica – remete a uma tradição da teledramaturgia nacional, especialmente da Globo, de trazer em suas novelas tramas que se passam em outros países, como *Negócio da China*, de Miguel Falabella e *Caminho das Índias*, *O Clone* e *Salve Jorge*, as três de autoria de Glória Perez.

Numa trama audioverbovisual (Gutmann, 2021), nas ambiências digitais podemos ver os mais diversos conteúdos gerados a partir da novela *fake*. Destaco o vídeo produzido pelo influenciador Darlisson Florentino⁷⁰, gravando a reação de sua família que, reunida no sofá da sala, acompanham na TV a chamada de *Pé de Chinesa* para a qual ele havia sido escalado. Ou ainda a influenciadora Jade Picon, que seria a protagonista da novela, que aparece em vídeo em uma locação com motivos orientais, dando a entender que estaria gravando cenas da novela. Ou as montagens usando cenas de novelas antigas que mostram atores que fariam parte do elenco, como a divulgada pelo perfil Joy Fanfics, onde vemos Giovanna Antonelli e Bruno Gagliasso contracenando.

Soma-se a esses, inúmeros vídeos de reações ao meme, com danças ao som da trilha sonora, simulação de performance da trilha no jogo *Guitar Hero* e entrevistas – como a realizada pela influencer Blogueirinha em seu programa no Canal DiaTV com a apresentadora Angélica que é perguntada se ela participaria da novela⁷¹. Toda essa brincadeira em torno de *Pé de Chinesa* nos dá a ver que nossa relação com produtos que são próprios do entorno tecnocomunicativo, da cultura do meme e do cenário de hiperconectividade cognitiva que articula distintas ambiências tomam a televisão como matriz midiática e articulam reconhecimento a partir de suas convenções e dos modos como os gêneros televisivos operam em nossos cotidianos, acionam nossas memórias e nos deixam ver as transformações pelas quais a cultura televisiva vem passando.

Outro fenômeno recente viralizou em maio de 2025, na ocasião do lançamento da plataforma de inteligência artificial do Google, a Veo 3, que transforma comandos de texto ou imagens em vídeos realistas e de alta resolução, incluindo áudio nativo e sincronização labial precisa. Criado pelo ator e ilustrador Raony Phillips, o programa *Marisa Maiô* foi feito usando as versões 2 e 3 da Veo e viralizou nas redes sociais ao recriar uma sátira aos programas de auditórios da televisão brasileira, se valendo de uma mistura que une os códigos mais

⁷⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=xC-Rfr6IHvk>. Acesso em 10 jul. 2025.

⁷¹ Disponível em <https://www.tiktok.com/@novelapedechinesa/video/7411020290198605061>. Acesso em 10 jul. 2025.

reconhecíveis do gênero a um tom humorístico e debates com temas e abordagens absurdas. A apresentadora, sempre vestida com um maiô preto, conduz o programa, que é composto por quadros tomam como matriz atrações do gênero. Há uma plateia, que reage sempre às investidas e comandos da apresentadora, entrevistas com especialistas, links ao vivo com repórteres em externas, depoimentos melodramáticos, disputas familiares e momentos de emoção.

Tudo parece estranhamente familiar, até que o *nonsense* toma conta da cena. No primeiro vídeo⁷² postado por Raoni com a provocação “assistiriam esse programa? Kkkk”, os quadros têm duração exata de oito segundos, uma limitação imposta pelo próprio *software* de inteligência artificial utilizado na produção. Dentro desse curto intervalo, surgem situações que tensionam o realismo televisivo e mergulham no absurdo: uma médica entrevistada afirma que o segredo para parar de ter espinhas é “só parar de ter”; mães competem entre si para descobrir qual delas será obrigada a entregar um bebê para adoção contra a própria vontade; uma repórter, supostamente em um link ao vivo, responde à pergunta “onde você está?” com a genérica e cômica frase “estou nas ruas”. Nos outros vídeos, mais trechos de cenas sugerem mais situações engraçadas e absurdas envolvendo os participantes do programa. O cenário, a edição e a performance da apresentadora também traz traços de similaridade com o gênero: o palco bem iluminado, o mobiliário, a bancada, os quadros culinários, os cortes, a trilha sonora, juntamente à simpatia da personagem/apresentadora, o trato com os convidados e com a plateia, a movimentação no palco e a interação com a câmera e com a audiência, apresentam referências claras ao universo dos programas de auditório, especialmente aqueles exibidos nas tardes dos dias úteis, como *Alô Cristina* e *Casos de Família*, ambos do SBT.

O sucesso do programa nas redes é significativo. Os seis vídeos postados no perfil oficial do criador Raoni Phillips⁷³ somam, juntos, mais de catorze milhões de visualizações, levando a personagem a protagonizar uma ação publicitária feita pela Magazine Luiza⁷⁴ para o Dia dos Namorados em 2025, onde a apresentadora faz *merchandising* para a marca no palco do programa. Uma matéria exibida no *Fantástico* do dia 08 de junho de 2025⁷⁵ falando do lançamento do Veo 3 e problematizando a criação de imagens hiper-realistas pela inteligência artificial, fala que “a Marisa Maiô deixou muita gente em dúvida se o programa dela existe mesmo” e entrevistou Raoni, que disse que toda a parte do texto usado – tanto para dar os

⁷² Disponível em <https://www.instagram.com/p/DKctOy8Or2E/>. Acesso em 10 jul. 2025.

⁷³ Disponível em <https://www.instagram.com/raonyp/>. Acesso em 10 jul. 2025.

⁷⁴ Disponível em <https://www.instagram.com/p/DKmsnfKR5N0/>. Acesso em 10 jul. 2025.

⁷⁵ Disponível em <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2025/06/11/criador-de-marisa-maio-fala-sobre-a-repercussao-de-programa-criado-com-ia-nas-redes-estou-muito-surpreso.ghtml>. Acesso em 10 jul. 2025.

comandos ao software, quanto o texto que a apresentadora fala – traz uma dimensão humana que, segundo ele, é o que explica o sucesso. A Band também repercutiu *Marisa Maiô* no *Melhor da noite*⁷⁶, programa de auditório que vai ar diariamente na faixa noturna da emissora. A produção convidou uma atriz para representar Marisa no palco, que trajando um maiô preto e um corte de cabelo (ou peruca) similares ao da personagem, reivindicou um lugar para si na TV aberta, reproduzindo a mesma dinâmica do meme, ao criar interações cômicas com os próprios apresentadores, a repórter e a plateia do programa.

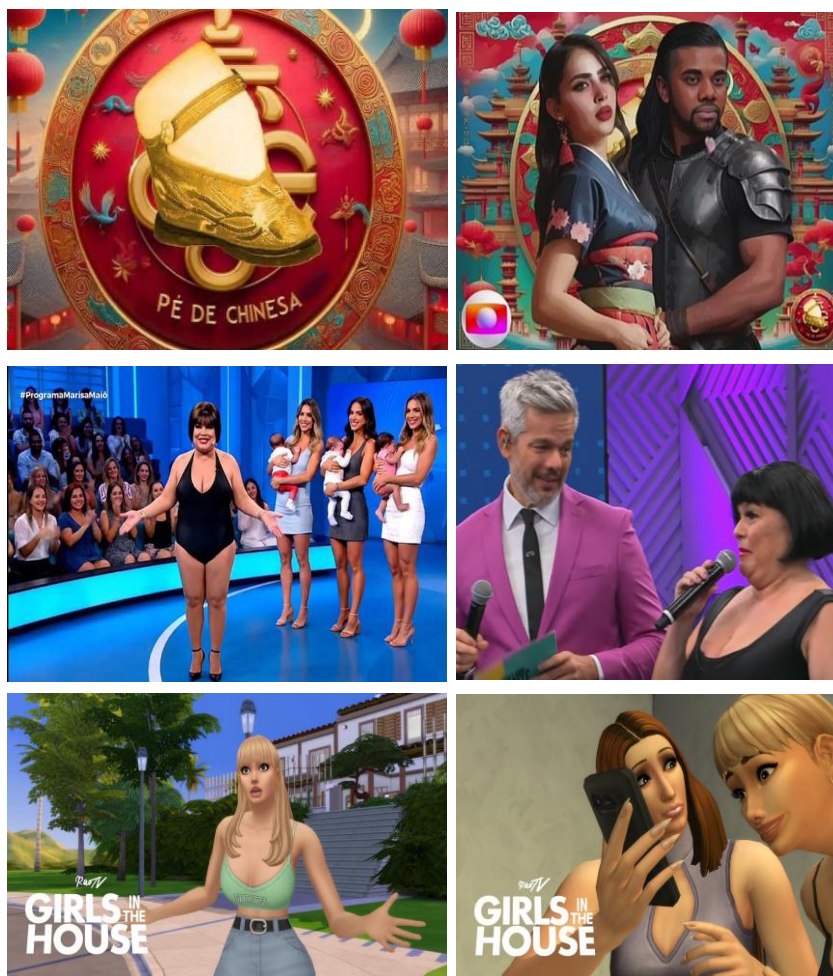
Em matéria publicada no site da Revista Exame⁷⁷, Raoni é apresentado como “encantado pela rainha dos baixinhos, desenhos animados e televisão – paixões que moldaram seus dois maiores projetos criativos”, e diz que sonhava com os programas de auditório e por isso “cresceu com o desejo de um dia criar esses conteúdos que fazem as pessoas rirem”. *Marisa Maiô*, no entanto, não é a primeira aproximação do criador com referências e matrizes televisivas. Também criada por Raoni, *Girls in the House* é uma websérie animada produzida desde 2016 e lançada em seu canal do YouTube, intitulado RaoTV. A série traz marcas do melodrama e do *sitcom*, ao acompanhar três protagonistas femininas, Duny, Alex e Honey, que trabalham em uma pensão. A estrutura episódica, os ganchos narrativos, a recorrência de personagens secundários e a incorporação de temas como traição, vingança, fama e amizade dão a ver o quanto *Girls in the House* dialoga com matrizes muito enraizadas no imaginário televisivo, sobretudo no que se refere às novelas e series com tramas adolescentes, como *Malhação* e a série estadunidense *Gossip Girl*. A websérie também nos aponta a apropriação de técnicas próprias do ambiente dos games sendo articulada na criação de um conteúdo audiovisual com marcas televisivas.

A reportagem da Exame ressalta que ela é inteiramente realizada a partir do jogo *The Sims 4*, utilizando a técnica de “machinima”, em que personagens digitais são manipulados dentro do ambiente do jogo com o auxílio de modificações criadas por usuários. No entanto, o roteiro e a direção dos personagens são feitos por Raony e a estética utilizada também dialoga com a TV: embora os gráficos do *The Sims* sejam simples e padronizados, Raoni explora recursos como enquadramentos, trilhas sonoras dramáticas e edições que conformam materialidades televisivas e reforçam a ativação desse reconhecimento junto ao público.

⁷⁶ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=-IC6vTs0glc>. Acesso em 10 jul. 2025.

⁷⁷ Quem está por trás de Marisa Maiô? Os bastidores do vídeo viral que virou negócio. Disponível em <https://exame.com/negocios/marisa-maio-raony-phillips-quem-e-como-foi-feito/>. Acesso em 10 jul. 2025.

Figura 11 – *Frames* da vinheta de abertura criada para a novela fictícia *Pé de Chinesa* e dos atores que supostamente seriam escalados; do programa *Marisa Maiô* e da representação da personagem feita pelo *Melhor da Noite* na Band; e da websérie *Girls in the house*



Fonte: Google Imagens

Essas adaptações dos gêneros televisivos nas ambiências digitais que discutimos aqui não são os únicos exemplos que nos deixam ver como o telejornalismo, a teledramaturgia e outros gêneros tem sido consumidos no entorno tecnocomunicativo. Assim como vimos no TikTok, Kwai e ReelShort, a Globo também começou a investir no formato de microdramas⁷⁸. Com o final da novela *Garota do Momento* e por conta do seu sucesso com o público mais jovem, a emissora resolveu por disponibilizar em seu Instagram novas cenas da novela no mesmo período em que iriam ao ar os últimos capítulos da trama. Além disso, atenta a esses deslocamentos e aos efeitos de visibilidade e monetização gerados pelas produções

⁷⁸ Globo aposta em 'microdramas' para aproveitar sucesso de 'Garota do Momento' na internet. Disponível em <https://www.diariodecuiaba.com.br/ilustrado/globo-aposta-em-microdramas-para-aproveitar-sucesso-de-garota-do-momento-na-internet/711135>. Acesso em 10 jul. 2025.

independentes e pelos criadores de conteúdo nas redes, a Globo anunciou, em setembro de 2025⁷⁹, seu ingresso nesse formato, com o lançamento de mininovelas desenvolvidas especificamente para dispositivos móveis. Essas produções foram apresentadas sob o rótulo de “novelas verticais”, pensadas para o consumo prioritário em telas de celular. O anúncio ganhou ampla repercussão na imprensa e, no mês seguinte, foi um dos destaques da cerimônia Upfront Globo, realizada em São Paulo, em outubro. Nessa ocasião, o formato foi apresentado como uma das principais apostas de dramaturgia da emissora ainda para 2025. Entre os nomes divulgados, destacou-se Jade Picon, atriz que se tornou conhecida nas redes sociais, participou de uma das edições do *Big Brother Brasil* e estreou a novela *Travessia* em 2022. Ela foi anunciada como protagonista da primeira novela vertical da emissora, intitulada *Tudo Por Uma Segunda Chance*. A expectativa é que o novo título siga a tendência das mininovelas já presentes em outras ambiências digitais, com episódios curtos, de até cinco minutos, reafirmando a adaptação da teledramaturgia às novas lógicas de atenção e consumo no ambiente multiplataforma.

O caso da novela *Vai na fé*, de autoria de Rosane Svartman e exibida na faixa das sete na TV Globo no ano de 2023, também nos mostra que a o ato de assistir novelas tem se conformado às ritualidades e tecnicidades próprias das distintas ambiências digitais. *Vai na fé* teve um impacto interessante nas redes sociais, especialmente no TikTok, onde os usuários encontraram maneiras de se relacionar com o conteúdo da trama, favorecendo uma interação imediata com elementos da novela, tornando-se um canal onde memes, vídeos de dança, recriações de cenas e comentários humorísticos ganharam grande popularidade, dando a ver como a trama audioverbovisual amplia o alcance das obras e o interesse de seu público. Cenas emocionantes, momentos cômicos e trechos musicais de *Vai na Fé* foram recortados e adaptados pelos usuários do TikTok para criar vídeos virais, o que acabou servindo como uma forma de divulgação orgânica da novela.

A *hashtag* #VaiNaFé foi um dos principais motores desse sucesso da novela no TikTok e em outras redes sociais. Esse fenômeno de “memificação” da novela ajudou a manter o interesse dos espectadores entre os episódios e incentivou uma forma mais interativa de assistir à trama, já que o público não apenas consumia, mas também criava conteúdo inspirado pela novela. A *hashtag* funcionou ainda como um ponto de encontro, onde fãs da trama, criadores de conteúdo e até o próprio elenco da novela se conectaram, permitindo que vídeos

⁷⁹ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/globo-oficializa-producao-de-novelas-verticais-saiba-o-que-e-o-microdrama/>. Acessado em 12 nov. 2025.

relacionados à novela fossem facilmente localizados, o que facilitou a criação de uma comunidade virtual em torno da trama. Os momentos musicais dos capítulos, que envolviam tanto a protagonista Sol (interpretada por Sheron Menezes) quanto outros personagens, foram particularmente populares, já que canções eram um elemento central da trama. Vídeos com essas músicas eram repostados, remixados ou até reinterpretados, ajudando a transformar momentos da novela em micro cenas ou cortes – mantendo as institucionalidades das plataformas operando no limite de tempo que o conteúdo deve ser disponibilizado – oferecendo visibilidade a trechos que talvez não recebessem tanta atenção apenas na exibição convencional da programação televisiva.

Estima-se que os cortes das cenas de *Vai na Fé* postadas com a *hashtag* oficial da novela geraram mais de 3,4 bilhões de visualizações apenas no TikTok, conforme aponta matéria do portal Terra⁸⁰. Esse número expressivo revela não apenas a penetração da novela nas ambiências digitais, mas também o quanto o conteúdo televisivo segue significativo nos modos contemporâneos de consumo audiovisual. A matéria em questão, contudo, ao sugerir uma leitura em que a circulação desse conteúdo pelas redes sociais digitais seria evidência de um deslocamento da televisão para o passado e da centralidade da tecnologia digital como o futuro, expressa uma visão determinista que ignora os entrelaçamentos complexos entre os meios e vai contra às noções de formas mestiças e entorno tecnocomunicativo que são centrais para esta tese.

Desde o título – “Da Globo ao Kwai: novela ‘Vai na Fé’ viraliza nas redes e mostra nova forma de consumir TV” – percebe-se uma certa linearidade que posiciona a televisão como etapa superada e as plataformas digitais como ápice da inovação, uma lógica que sugere que o Kwai ou qualquer outra plataforma de consumo de vídeos seria a evolução do papel que a televisão outrora havia representado. Essa lógica aparece reforçada na frase que encerra o texto: “a plataforma de hoje fala sobre o passado, o presente e o futuro da novela brasileira”, formulação que denota que a televisão estivesse sendo absorvida ou substituída por essas ambiências digitais.

Essa leitura contradiz o que Williams postula ao entender a televisão enquanto forma cultural, em constante transformação. Mais do que indicar uma transição do “velho” para o “novo”, essa circulação mostra como os conteúdos televisivos seguem alimentando práticas que atravessam temporalidades, ativando memórias ao mesmo tempo em que dialogam e dão

⁸⁰ Da Globo ao Kwai: novela brasileira evolui com novos formatos e maneiras de assistir. Disponível em <https://www.terra.com.br/noticias/checamos/da-globo-ao-kwai-novela-brasileira-evolui-com-novos-formatos-e-maneiras-de-assistir,af59893e03b76f330bdaaac4a07f9720su40o1y7.html>. Acesso em 13 abr. 2025.

a ver as disputas de gênero e convenções presentes nas apropriações que acionamos aqui. O que vemos, portanto, não é uma migração do conteúdo televisivo para as plataformas, mas a reiteração de um ecossistema em que os produtos da televisão se tornam matrizes para as tramas audioverbovisuais (Gutmann, 2021) que enredam vídeos, remixes, compartilhamentos e comentários nas ambiências digitais. O caso de *Vai na Fé* no TikTok evidencia a centralidade da TV no entorno tecnocomunicativo, onde suas convenções continuam operando de forma eficaz, como vimos nos exemplos das mininovelas e das sátiras ao telejornalismo.

Esse resultado expressivo da novela nos deixa ver, ainda, uma estratégia da emissora em investir nesse cenário onde o consumo e produção para multitelas se mostra como articulação tecnológica. A campanha *Do plim ao play*, lançada em 2021 pela Rede Globo insere-se em uma realidade sociocultural profundamente impactado pela pandemia, em que a emissora e as demais empresas de comunicação enfrentavam os desafios relacionados à mudança nos hábitos de consumo de mídia, sobretudo o aumento no consumo de conteúdo online. Nesse cenário, a Globo buscou reafirmar sua relevância, não apenas como um canal de televisão, mas como uma plataforma integrada de entretenimento e informação, abrangendo a programação linear e digital.

Fazendo alusão à vinheta sonora "plim plim", emblemático da abertura dos programas da emissora – que transcende a mera identificação auditiva, funcionando como um símbolo da conexão emocional que a Globo mobiliza com seu público – e o “play”, em referência ao comando de dar início a um conteúdo que é consumido na internet, a campanha visava conectar a experiência tradicional de assistir televisão ao consumo digital, destacando a interatividade e a acessibilidade do conteúdo e representa o movimento da emissora em reconhecer a mudança nos hábitos de consumo da audiência, que cada vez mais busca interagir com as produções nas ambiências digitais. A campanha utilizou diversas plataformas de comunicação, incluindo anúncios na televisão, nas redes sociais e ações de marketing digital, para promover essa nova abordagem.

O sucesso de *Vai na Fé* no TikTok, a presença multiplataforma do *Big Brother*, o lançamento de novelas e séries exclusivas e originais no Globoplay e o mais recente anúncio da produção de novelas verticais, são exemplos de como a campanha “Do plim ao play” posiciona a emissora na relação com o entorno tecnocomunicativo e com as ritualidades próprias dos ambientes digitais, o que está em consonância com um movimento observado por Rosane Svartman (2023), quando afirma que,

Atualmente os produtores e distribuidores da indústria do audiovisual planejam conteúdo para diversas telas, possivelmente em diferentes formatos, com o objetivo de maior retorno financeiro. A estratégia de deslizar entre as telas não só aumenta o acesso às obras, mas também atende à crescente demanda do público multiplataforma. Esse deslizamento nem sempre obedece à ordem tradicional das janelas de exibição para o conteúdo (p.138)

Como parte desse posicionamento que articula sua presença nas ambiências digitais, a Globo disponibilizou em seu canal oficial no YouTube uma série de oito vídeos produzidos como desdobramento da campanha *Do plim ao play*. Intitulada *Do plim ao play: memes*⁸¹, a série evidencia a tentativa da emissora de se reposicionar diante da lógica típica das redes sociais, ao reconhecer e incorporar a cultura do meme como parte integrante de sua identidade. Ao assumir os memes como expressão legítima de comunicação, a Globo não apenas responde às dinâmicas contemporâneas da comunicação, como reinscreve sua programação e seu *star system* dentro dessa dinâmica de socialidade no entorno tecnocomunicativo.

A série convida jornalistas, atrizes e apresentadoras da emissora, como Maria Beltrão, Sandra Annenberg e Sophie Charlotte a comentarem como suas falas, expressões ou cenas exibidas na programação repercutiram de forma viral na internet, tornando-se memes amplamente disseminados. No episódio cinco, a apresentadora Ana Maria Braga afirma ser “um meme ambulante” e observa que muitos de seus momentos inusitados no programa Mais Você já viralizavam “muito antes do meme existir”. Essa afirmação reforça o vínculo da apresentadora e do programa com o público, ao reconhecer a dimensão de espontaneidade que vem sendo construída ao longo dos muitos anos que a atração compõe a grade de programação da emissora e revela uma tentativa institucional de legitimar a Globo, e a televisão por extensão, como origem de práticas que hoje se consagram nas ambiências digitais.

No canal da TV Globo no YouTube também é possível acessar uma série de iniciativas como o *Festival Negritudes*, o *Movimento LED* e o *Menos é Mais*, que representam um posicionamento estratégico da emissora como uma organização multiplataforma. Essas iniciativas são inseridas no escopo do projeto “#SomosGlobo”, que visa reforçar a imagem institucional do grupo como uma rede integrada e que integra a diversidade da qual é feita o Brasil. No site⁸² criado para apresentar essa nova identidade, fica evidente o esforço da Globo em se colocar como um ambiente de pertencimento e que valoriza a diferença regional que conforma o país, ao afirmar que “nos preocupamos em mostrar, ouvir e falar com todos,

⁸¹ Disponível em: https://www.youtube.com/playlist?list=PL_R32xbKCzgHkoS419etRWU7MUtmhxaAc. Acesso em 13 abr. 2025.

⁸² Disponível em <https://somos.globo.com/>. Acesso em 13 abr. 2025.

representando e respeitando as diferenças. Procuramos trazer pontos de vista diferentes, incentivando a liberdade de opinião.”

A autodefinição como “Feitos de todos os Brasis” que está em destaque no site, denota a tentativa de posicionar a Globo como lugar de espelho social. Mais do que informar, entreter e educar, a empresa se propõe, segundo sua missão institucional, a “tornar a vida melhor”. Assim, ao apostar em iniciativas como o *Festival Negritudes*, que valoriza a diversidade racial, ou o *Movimento LED*, voltado à inovação na educação, a emissora não apenas amplia sua atuação social, como também investe na construção de uma imagem atualizada e responsiva às pautas que estão em disputa no debate público.

Há também uma ênfase na relação da emissora com cada um dos telespectadores. No vídeo disponibilizado para sintetizar o projeto #SomosGlobo, o apresentador Paulo Vieira é a voz e a imagem dessa “nova Globo” que se apresenta como diversa na relação com sua audiência. Enquanto vemos uma série de imagens que remontam o rico acervo da emissora e de seus outros canais, a locução em off diz que “hoje a gente é muito mais do que uma empresa de conteúdo, a gente não é uma, mas várias marcas que juntam emoção com tecnologia”. Há também uma ênfase à mudança: os trechos “porque a gente mudou e continua mudando, piscou mudou, mudou de novo” e “quando a gente se encontrar de novo, não estranha não porque a gente já vai ser uma Globo totalmente diferente” deixam ver como, do ponto de vista institucional, há um posicionamento de se querer manter sempre diferente, nova.

E essa discussão do novo, no vídeo, está muito ligada à relação com a conectividade e com as ambiências digitais: os conteúdos da Globo “rendem conversa, vídeo, áudio, meme. Isso começa aqui e vai parar não sei lá onde. Do plim ao play, do play ao display e do display ao nem sei”. Essa conexão aqui, no entendo, não é apresentada por um viés puramente tecnicista, mas justificada na relação de proximidade construída pela Globo com sua audiência ao longo dos anos. Isso se revela quando a locução diz que

(....) tudo isso (será feito) de um jeito cada vez mais próximo, mais forte, mais nosso, pra gente ficar pertinho. Porque o que faz a gente ser assunto, na esquina e nas mídias sociais é você. A gente se conecta tanto porque coloca você no meio de tudo que a gente faz. Porque cada história que a gente conta tem um pouquinho de você.

Essa abordagem evidencia como a presença institucional da emissora nas ambiências digitais está intrinsecamente ligada às formas de conexão e pertencimento construídas, e ressignificadas reiteradamente, com sua audiência. A Globo, ao destacar esse vínculo, constrói uma estratégia comunicacional que se ancora em uma lógica relacional, sustentada por anos de interação com o público. Dessa forma, como observa Gutmann (2021), as práticas comunicacionais contemporâneas transbordam o tempo-espço do “ao vivo”, ressignificando-

se em performances contínuas, mediada por algoritmos e disputas simbólicas em uma ambiência midiática multifacetada e constantemente em transformação. É nesse cenário que se inscrevem as *lives*, enquanto expressão dessa ecologia conectiva, em que presença, circulação e reconfiguração constante tornam-se elementos estruturantes da experiência audiovisual, sobretudo em tempos do isolamento social.

3.5. O(s) fenômeno(s) das *lives*

No período de pandemia, sobretudo ao longo dos anos de 2020 e 2021, grande parte da população vivenciava uma rotina extenuante de trabalho ou estudo realizada majoritariamente de dentro de casa, mediada por telas de computador, mensagens de celular e inúmeras videoconferências com colegas de trabalho, chefias ou instituições de ensino. Falando da minha experiência de professor, especificamente, eram horas e horas sentado à frente do notebook, usando fones de ouvido, conectado ao Microsoft Teams e com dezenas e mais dezenas de alunos, a maioria com câmeras desligadas, outros tantos interagindo pelo microfone ou pelo chat da plataforma. Já nos primeiros meses de emergência sanitária, o Brasil vinha numa crescente dos números de mortes em decorrência da COVID-19 e ao final do mês de maio de 2020 já havíamos chegado a mais de 29 mil mortes⁸³. Dentre as perdas, a atriz e radialista Daisy Lúci e o cantor, compositor e escritor Aldir Blanc.

Enquanto uma pesquisa⁸⁴ feita pela Associação Brasileira de Psiquiatria (ABP) mostrava o agravamento de quadros psiquiátricos, naquele maio de 2020 já éramos o quarto país com o maior número de casos no mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, Reino Unido e Itália. Na TV, os programas jornalísticos tomavam conta da programação das principais emissoras, assim como as reprises de novelas e demais programas. O tempo voava e não demorava, mais uma sexta-feira dava as caras. Na ausência de shows, cinema, barzinhos, viagens e outras formas de divertimento para o final de semana, nos restavam algumas poucas opções: conversar com os amigos e familiares por videochamada, maratona séries em algumas plataformas de *streaming* ou assistir alguma *live* - em especial aquelas produzidas pelos cantores, cantoras e bandas. Essa última, que eu considero a principal forma de entretenimento

⁸³ Casos de Coronavírus e número de mortes no Brasil em 31 de maio. Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/05/31/casos-de-coronavirus-e-numero-de-mortes-no-brasil-em-31-de-maio.ghtml>. Acesso em 03 maio 2025.

⁸⁴ Psiquiatras veem agravamento de doenças mentais durante pandemia. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-05/psiquiatras-veem-agravamento-de-doencas-mentais-durante-pandemia>. Acesso em 03 maio 2025.

durante os primeiros meses da pandemia, e já havia se popularizado naquele maio de 2020, vale nossa atenção aqui.

Ressalto, desde já, que não estamos falando de uma novidade que surge com a pandemia. As *lives* nas redes sociais já tinham se estabelecido como uma ferramenta popular, mas é bem verdade que ainda não eram tão difundidas quanto viriam a ser a partir de 2020. O conceito de “ao vivo”, que é uma das principais convenções e valores da televisão, começou a ganhar força na internet no início dos anos 2010, impulsionado pela democratização de acesso à banda larga, sobretudo no Brasil, ao avanço da tecnologia de *streaming* e pela popularização de plataformas como YouTube e, posteriormente, o Periscope, o Facebook e o Instagram. O YouTube foi o primeiro a oferecer, ainda em 2011, a opção de transmissões ao vivo usadas para cobrir shows, conferências e demais eventos. O Periscope, lançado em 2015 e adquirido pelo X (antigo Twitter), foi uma das primeiras plataformas voltadas exclusivamente para transmissões ao vivo. Ele permitia que qualquer pessoa transmitisse e interagisse com os espectadores em tempo real, atraindo um público de usuários interessados em compartilhar e assistir eventos ao vivo, inclusive grandes coberturas jornalísticas. O sucesso do Periscope ajudou a impulsionar a adoção de *lives* por outras redes sociais, e sua integração ao X (antigo Twitter) foi um marco para transmissões de grande alcance no ambiente das redes.

Em 2016, o Facebook lançou o Facebook *Live*, ferramenta que ampliou ainda mais o formato de transmissões ao vivo na internet. Empresas, influenciadores e demais usuários puderam começar a usar o recurso para fazer *lives* que iam desde webinars, entrevistas e coberturas de eventos. Neste mesmo ano o Instagram lançou sua função *Live*, cuja popularidade se deu principalmente entre influenciadores, celebridades e marcas, que começaram a usar o recurso para interações mais informais, como os formatos Q&As (perguntas e respostas). A natureza visual e instantânea do Instagram fez com que as *lives* na plataforma fossem, geralmente, mais curtas e voltadas para momentos mais espontâneos, requerendo menos estrutura técnica, diferente das *lives* produzidas no Facebook e no YouTube, que inclusive passaram a ser utilizadas por emissoras de televisão para retransmissão do seu sinal na internet.

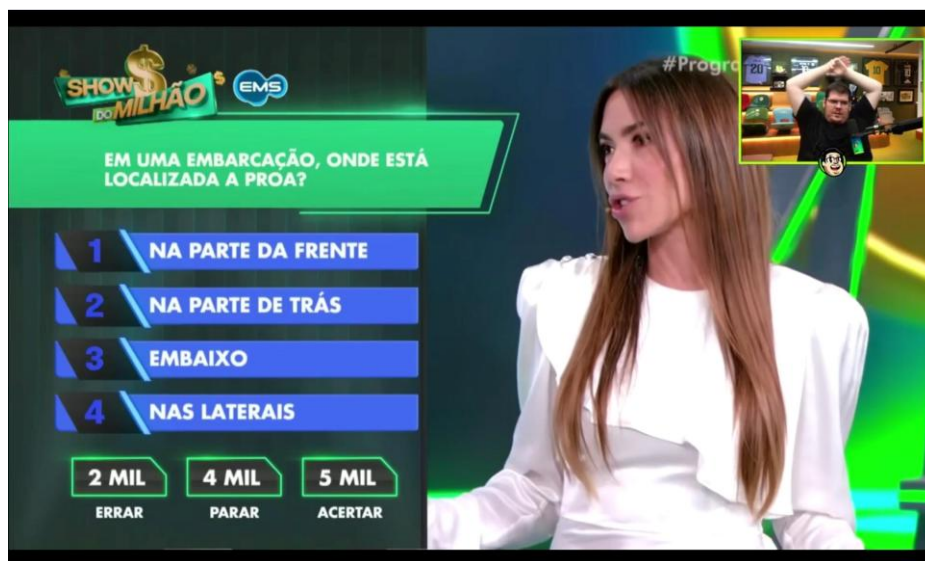
A TV Brasil, emissora pública da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), mantém uma atuação contínua no YouTube⁸⁵, transmitindo ao vivo sua programação. Da mesma forma, a TVE Bahia⁸⁶ disponibiliza parte de sua grade em *live streaming* na mesma plataforma, com

⁸⁵ O canal da TV Brasil no YouTube está disponível em <https://www.youtube.com/live/nrhUt8Hz538?si=xpX-8qm3Puj5fqVC>. Acesso em 03 maio 2025.

⁸⁶ A TVE Bahia no Youtube pode ser acessada em https://youtube.com/@tvebahia?si=i_PI6AqtNOjPDQfr. Acesso em 03 maio 2025.

destaque para as transmissões dos programas *TVE Revista*, *TVE Notícias* e *Giro Nordeste*, além de jogos e shows. A CNN Brasil está no YouTube⁸⁷ e no seu site oficial transmitindo em tempo real sua programação. Já a Band TV⁸⁸ também realiza transmissões simultâneas dos principais programas jornalísticos no YouTube, a exemplos de *Bora Brasil*, *Jornal da Band* e *Jornal da Noite*. Além disso, plataformas como a Twitch, inicialmente voltada para jogos, começaram a diversificar suas categorias, atraindo criadores de conteúdos variados das áreas das artes, da música e do esporte, possibilitando a ascensão de grandes nomes, como é o caso de Casemiro Miguel, que ganhou fama e milhões de seguidores com seus vídeos de *react* a diversos conteúdos e *streaming* de partida de jogos na plataforma.

Figura 12 – Live de Casemiro reagindo ao programa Show do Milhão do SBT



Fonte: Canal Casemito na Twitch

A ascensão de Casimiro como um dos fenômenos do formato *lives* no Brasil aconteceu durante a pandemia de COVID-19. Jornalista de formação e com trajetória anterior na televisão – especialmente no extinto canal Esporte Interativo e, depois, na TNT Sports Brasil –, foi a partir de 2020, em meio ao isolamento social, que ele passou a se destacar com as transmissões ao vivo pela plataforma Twitch em seu canal intitulado *Casemito*⁸⁹. Durante esse período,

⁸⁷ Canal da CNN no YouTube. Disponível em <https://www.youtube.com/live/MSLTwxBULM0?si=0c371vdDBSBbmF-F>. Acesso em 03 maio 2025.

⁸⁸ As afiliadas da Band também mantêm canais ativos no Youtube onde os programas locais são transmitidos. A Band TV utiliza o canal “Band Jornalismo” para retransmitir ao vivo os seus principais telejornais na plataforma. Disponível em: <https://youtube.com/@bandjornalismo?si=71p-j7sc27xQa7-X>. Acesso em 03 maio 2025.

⁸⁹ O canal “Casemito” na Twitch conta com 3,9 milhões de assinantes. Disponível em: https://m.twitch.tv/casimito/home?tt_content=channel&tt_medium=mobile_web_share. Acesso em 03 maio 2025.

Casimiro construiu um modelo de *live* noturna centrado em *streaming* de jogos, reações a vídeos da internet e programas de TV, interações com o público e transmissões de partidas de futebol. Com o crescimento de sua audiência e vendo seu sucesso chamar a atenção do mercado publicitário, Casimiro fundou a Cazé TV⁹⁰, canal presente em diversas plataformas como o Youtube, Instagram e TikTok que se tornou referência em cobertura esportiva digital e que ganhou destaque ao transmitir eventos como a Copa do Mundo do Catar em 2022, em parceria com a FIFA, e posteriormente campeonatos nacionais e internacionais, incluindo os Jogos Olímpicos de Paris 2024.

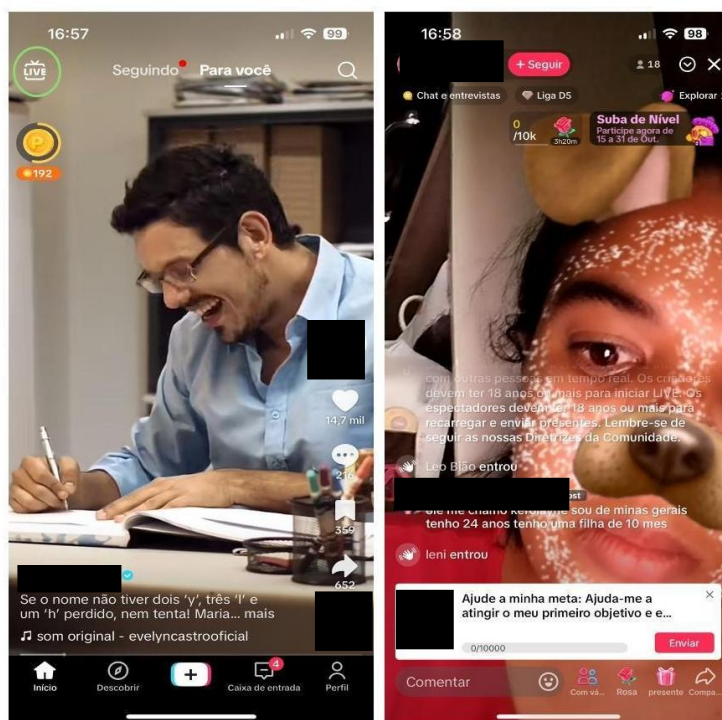
Nas *lives*, Casemiro sempre aparece em tela menor que é posicionada em algum canto da tela e vai comentando o que é exibido, alternando com longos períodos de silêncio ou de reações silenciosas de espanto ou surpresa. O sucesso de Casemiro foi amplificado pela divulgação dos “cortes do Casimiro” no YouTube, vídeos curtos editados a partir de trechos das *lives* que são compartilhados de forma viral. Os cortes editados desempenham função central na amplificação do alcance das *lives* e de quem as produz ou participa, uma vez que sua capacidade viral extrapola o conteúdo produzida para as mais distintas ambiências digitais, encontrando outros públicos que originalmente não estariam ali na transmissão síncrona. Essa mesma lógica de fragmentação e compartilhamento de conteúdo editado tem sido instrumentalizada por políticos e influenciadores, que utilizam cortes de forma a editar discursos, descontextualizar falas e influenciar a opinião pública. A prática se tornou comum também na divulgação de *podcasts* e *videocasts* de maior fôlego, a exemplo do PodPah, que mantém um canal exclusivo para divulgação desse formato. Nas redes sociais, distintas emissoras de TV utilizam cortes de cenas de novelas, entrevistas ou de matérias telejornalísticas para divulgar suas programações. Ressalta-se ainda que a prática de editar cortes não se restringe aos produtores originais de um determinado conteúdo, sendo amplamente realizado também pela audiência ou fãs, como os *edits* que se popularizaram no TikTok.

Consumir conteúdo ao vivo é parte indissociável da nossa experiência com a televisão. Segundo Arlindo Machado (2000), “A transmissão ao vivo talvez seja, dentre todas as possibilidades de televisão, aquela que marca mais profundamente a experiência desse meio” (p.125). O autor reforça ainda “a televisão nasceu ao vivo (...) e esse continua sendo o seu traço distintivo mais importante dentro do universo audiovisual” (ibidem). Viera e Costa (2021), a partir de Yvana Fechine (2014), ressaltam que a programação ao vivo da televisão oferece um

⁹⁰ Disponível em: https://youtube.com/@cazetv?si=a7eXcEPdWuog_bfu. Acesso em 03 maio 2025.

"acesso instantâneo" às pessoas e ao mundo, garantindo-lhe, no panorama da crescente multiplicação de telas e conteúdos, um papel importante como "agente organizador" da vida social. E esse hábito foi assimilado pelas plataformas digitais, a exemplo dos canais de *lives* no TikTok e no Kwai, redes sociais de origem chinesa que rapidamente se popularizam mundo à fora, se tornaram uma parte central da experiência do usuário em ambas as plataformas, especialmente durante a pandemia de COVID-19. Essas *lives* possibilitam aos criadores de conteúdo interagirem com o público.

Figura 13 – Interface do TikTok com o link para o canal de live destacado e interface de uma live do canal



Fonte: Tik Tok

No TikTok, as transmissões ao vivo são ferramentas essenciais para o contato com os seguidores, que podem enviar comentários, presentes virtuais e participar da transmissão, seja através de perguntas ou duelos de *lives*, uma espécie de competição entre usuários que é popular na plataforma. A plataforma promove esse tipo de conteúdo de forma destacada no feed, o que permite que novos usuários descubram facilmente transmissões ao vivo, em um simples deslizar de dedo na tela, um novo conteúdo ao vivo é revelado – dar um “*scroll*” ou “*scrollar*” a tela é o equivalente a mudar de canal televisão usando um controle remoto. A monetização através dos presentes virtuais é uma das principais estratégias dos criadores para

gerar renda, uma vez que eles podem converter esses presentes recebidos em dinheiro⁹¹. No Kwai, as *lives* têm uma forte integração com o sistema de recompensas, onde tanto os criadores quanto os espectadores podem ganhar dinheiro por meio de interações⁹².

O avanço da tecnologia móvel e o aumento da qualidade da internet possibilitaram que as *lives* fossem se popularizando. No entanto, o que vimos até 2019 foi o seu uso como um complemento a outros tipos de conteúdo próprios de cada plataforma e não como forma de comunicação dominante entre os criadores de conteúdo e os usuários das redes sociais. Foi só com a chegada da pandemia de COVID-19 que as *lives* se tornaram um dos principais formatos de interação social, que se relaciona significativamente à forma como consumimos e produzimos conteúdo online. Mas não só isso: as *lives* “tornaram-se o centro de disputas por efeitos de presença e de autenticidade enquanto forma comunicacional do mundo em isolamento social” (Gutmann, 2021, p.72), um “layout de humanos e não humanos que se relacionam e ocupam lugares em relação uns aos outros e se associam uns aos outros” (Silva, Lima e Couto, 2021, p.1507).

Na primeira metade de 2020, nos primeiros meses de pandemia, a quantidade de *lives* começou a aumentar consideravelmente em todas as plataformas. Sem a possibilidade de realizar eventos presenciais, shows, conferências ou até encontros sociais, artistas, empresas e pessoas comuns passaram a usar as transmissões ao vivo como uma maneira de se conectar com o público e manter uma sensação de proximidade, mesmo à distância. Um marco importante foi o aumento das *lives* musicais, que se tornaram extremamente populares a partir de março de 2020.

Identifiquei que aqui no Brasil, a primeira *live* realizada na pandemia foi feita pela cantora Zélia Duncan em 19 de março⁹³. Intitulada de *O lado bom da solidão (em quarentena)* – Zélia Duncan #eu fico em casa, a artista aparece sozinha tocando violão, cantando seus sucessos e tecendo breves comentários e curiosidades nos intervalos entre as músicas. A apresentação teve duração de 52 minutos e soma mais de 51 mil visualizações. Onze dias depois, o cantor Gustavo Lima fez a sua primeira *live* com transmissão no Youtube. O evento repercutiu na imprensa pelos números: foram mais de cinco horas de duração, 100 músicas

⁹¹ Para fazer uma live no TikTok, os criadores precisam ter pelo menos 1.000 seguidores e, no caso de menores de idade, é necessário ter mais de 16 anos para ter acesso à ferramenta de live, com restrições adicionais de monetização para menores de 18 anos.

⁹² Na plataforma, as recompensas funcionam através da distribuição das “Kwai Golds”, uma moeda virtual que os usuários podem ganhar ao completar tarefas diárias dentro do aplicativo, como assistir a vídeos, compartilhar conteúdo, convidar amigos para se inscreverem na plataforma e interagir com outros usuários.

⁹³ Disponível em <https://youtu.be/KSHaEXDeZG4?si=6rc5k8CS6uQgipLr>. Acesso em 03 maio 2025.

executadas e 10 milhões de visualizações⁹⁴. Na sequência dessas duas primeiras apresentações, uma série de outros artistas passou a investir no formato, apontando para o mercado da música um modo possível de se manterem relevantes e presentes para o seu público, que aderiu ao fenômeno.

Olhar de forma historicizada para as apresentações musicais ao vivo na televisão nos ajuda a entender o fenômeno das *lives* na pandemia. A transmissão de shows ao vivo começou ainda nas primeiras décadas após a chegada da TV no país. Segundo Zuza Homem de Mello (2003), embora os Festivais da Música Popular Brasileira dos anos 1960 sejam frequentemente tratados como um fenômeno original da televisão nacional, sua origem remonta à era de ouro do rádio. De acordo com o autor, o conceito de festival de canção já existia no Brasil desde os concursos de músicas carnavalescas promovidos no Rio de Janeiro na década de 1930, que eram organizados pelas emissoras de rádio e por jornais da época. Embora não levassem o nome de “festival”, esses eventos já traziam os ingredientes fundamentais do modelo que, mais tarde, a televisão consolidaria: a competição artística, a performance ao vivo e a forte mobilização do gosto popular. Com o surgimento da televisão e a sua progressiva popularização nos anos 1950 e 1960, o que antes se restringia ao rádio e aos auditórios passou a ser veiculado em larga escala pelas emissoras de TV, principalmente a TV Excelsior, TV Record e, mais tarde, a TV Globo. Mello (2003) afirma que a televisão foi essencial para ampliar o alcance desses eventos, transformando-os em referência na formação do gosto musical brasileiro e em um espaço de visibilidade e crítica em tempos de repressão política.

Na década de 1960, o Festival da Música Popular Brasileira na TV Excelsior e posteriormente na TV Record revelou grandes artistas da MPB além de serem extremamente populares, fazendo lotar os ginásios de onde eram gravados e alavancar o número de telespectadores que acompanhavam cada edição do programa. Destaca-se ainda o Jovem Guarda, que segundo Mello (2003) era um dos programas de maior sucesso da Record, atraindo grandes audiências, sobretudo dos jovens. Já na década de 1970, festivais de música como o Festival Internacional da Canção (FIC) e shows especiais, principalmente na TV Globo, estreitavam mais o laço entre música e televisão. Na década seguinte, surge o Rock in Rio, que passa a ser transmitido desde a sua primeira edição em 1985 pela Rede Globo, que era detentora dos direitos (Encarnação, 2011) – uma parceria que dura até hoje: todas as edições realizadas

⁹⁴ Uma matéria do G1 Goiás deu destaque à apresentação do cantor. Uma curiosidade: no texto, a palavra *live* não é utilizada. Ao invés, a apresentação é chamada de “show na web”. Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2020/03/29/gusttavo-lima-faz-show-pela-web-por-causa-da-quarentena-e-tem-mais-de-10-milhoes-de-visualizacoes.ghtml>. Acesso em 03 maio 2025.

até hoje foram transmitidas, as últimas pelos canais Multishow e Bis, ambos pertencentes ao grupo Globo.

A MTV Brasil, lançada em 1990, trouxe uma nova abordagem para a música ao vivo, contribuindo para a popularidade de programas, videoclipes e premiações. Segundo Felipe Muanis (2014), a versão brasileira do canal foi a primeira de sinal aberto em todo o mundo e “sua demanda por videoclipes de qualidade no mercado nacional, teve um efeito fundamental não apenas para a emissora, mas para o desenvolvimento do audiovisual no país” (p.61). Já para Ariane Holzbach (2012), “a MTV se aproveitou da dinâmica da TV a cabo para consolidar o videoclipe e, simultaneamente, ajudou a reformatar esse serviço, incentivando o surgimento de diferentes conteúdos para além dos formatos já estabelecidos na televisão *broadcasting*” (p.276), a exemplo dos shows ao vivo: a emissora promoveu junto ao mercado fonográfico um movimento de gravações de álbuns de diversos artistas com os selos “Ao vivo MTV” e “Acústicos MTV”.

Gutmann e Cardoso Filho (2022) apontam que a MTV Brasil pode ser compreendida como um espaço privilegiado para refletir sobre a história da televisão no país, especialmente por ter sido a primeira emissora a consolidar práticas de segmentação de audiência, além de contribuir para a compreensão das dinâmicas do universo musical no país. Dessa forma, “A atuação da emissora no país também influenciou o aumento da produção de videoclipes, fomentou o mercado audiovisual e contribuiu para a ampliação do público consumidor de música pop” (2022, p.75)

Em paralelo aos grandes eventos, festivais e gravações, é importante destacar a centralidade que as apresentações ao vivo de musicais sempre tiveram nos programas de auditório, desde a era de ouro do rádio. Grandes emissoras promoviam programas ao vivo que traziam artistas para se apresentar em estúdios, transmitindo suas performances para os ouvintes, a exemplos dos programas de César de Alencar e Ary Barroso. Na TV, essa tendência continuou, com os números musicais icônicos do *Cassino do Chacrinha*, os calouros do Silvio Santos e, posteriormente, em programas como *Sabadão* e *Domingo Legal*, com Gugu Liberato, *Domingão do Faustão*, com Fausto Silva, *H* e *Caldeirão do Huck* com Luciano Huck, *Programa Livre* e *Altas Horas* com Serginho Groisman, *Planeta Xuxa*, com Xuxa, dentre outros, consolidando uma cultura televisiva de consumo de música ao vivo, sobretudo nos finais de semana. Nos anos 2000, com o surgimento dos realities show na televisão brasileira, vemos outros formatos tomarem a música ao vivo como força motriz de agregação de audiência e popularidades, em programas como *Fama* e *The Voice Brasil* na TV Globo e *Ídolos*, no SBT.

Na década de 2010, o diálogo entre TV e ambiências digitais passou a ser um ponto crucial no modo como essas apresentações ao vivo eram exibidas. O caso do canal Multishow chama atenção, uma vez que investiu na transmissão de diversos festivais de música, como o Lollapalooza, Rock in Rio, Festival de Verão, dentre outros, sempre com uma estratégia multiplataforma, levando os shows e as experiências musicais em distintas telas simultaneamente. Durante a pandemia de COVID-19 em 2020, as transmissões de *lives* musicais nas redes sociais ganharam força e grandes emissoras, como a Globo, passaram a exibir essas apresentações ao vivo, adaptando-se às formas de consumo de shows musicais em tempos de isolamento social.

Segundo Jeder Janotti Junior e Tobias Queiroz (2021), em um texto que analisa as *lives* realizadas pela cantora Teresa Cristina – sobre as quais trataremos com mais profundidade adiante –, colocam que “além das mudanças nos modos de produzir, acessar e consumir música, as dinâmicas da presença de artistas musicais nas redes alteraram a própria escuta musical” (p. 2). Os autores chamam atenção para o fato de que, diante das restrições impostas pela pandemia, as *lives* musicais online não apenas se popularizaram como alternativa emergencial, mas também passaram a ocupar parte significativa do espaço que antes pertencia ao consumo presencial de música ao vivo, instaurando outras formas de mediação entre artista e público, baseadas na simultaneidade e na interação mediada pelas ambiências digitais, já que, através das *lives* na pandemia, “sociabilizamos, dialogamos e encontramos uma forma adicional de ter a sensação de coletividade, de pertencimento” (p.07).

A adaptação do show *Boteco* do Gustavo Lima teve mais de 750 mil acessos simultâneos⁹⁵ ao longo das mais de 5 horas de duração da *live*. No vídeo, apenas Gustavo Lima está em cena, acompanhado de uma guitarra. A base instrumental das músicas e as vozes dos *backing vocals* foram gravadas e tocadas em formato *playback*, acompanhando a performance do cantor. Gravada da sala da casa do cantor, além dele, apenas um diretor e outros três cinegrafistas estavam presentes. A cenografia é composta pelos móveis da sala, luzes de composição para dar apoio às gravações e sobre uma mesa que estava posicionada atrás do banco de onde o artista passou sentado a maior parte do tempo, um balde com garrafas de cerveja da marca Bohemia, de onde ele se serviu inúmeras vezes ao longo da *live*. Aqui já vemos como o mercado publicitário passaria a se fazer presente, no patrocínio de parte significativa das apresentações dos grandes artistas, seja na exposição de produtos das marcas

⁹⁵ Gustavo Lima faz show pela web por causa da quarentena e tem mais de 10 milhões de visualizações. Disponível em <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2020/03/29/gusttavo-lima-faz-show-pela-web-por-causa-da-quarentena-e-tem-mais-de-10-milhoes-de-visualizacoes.ghtml>. Acesso em 03 maio 2025.

anunciantes, seja através das imagens criadas por computação gráfica e inseridas no espaço da tela, sobretudo com *QR Codes* que davam acesso à possibilidade de compra durante as transmissões.

As *lives* começaram a ser anunciadas dentro de agendas culturais de programas televisivos e sites especializados e se transformaram no principal divertimento de muitas pessoas durante a pandemia. Com o avançar dos meses, e ao passo que as *lives* foram ficando com maiores estruturas e orçamentos, algumas delas passaram a ter intervalos comerciais, outra norma que demarca a aproximação desse formato com os valores da cultura televisiva. Cada artista foi descobrindo formas de fazer as suas transmissões, buscando manter aquecido o relacionamento com seu público, ampliando o simulacro de presença que já tão amplamente é notado nos diversos modos de interação que encontramos nas redes sociais e que também é notado em como nos relacionamos com a TV.

Os efeitos de presença televisiva (FECHINE, 2008) são atualizados, com as *lives*, pela ideia de conectividade. Botões de curtir, descurtir, comentários e uma série de outras audioverbovisualidades articuladas à transmissão, como paródias, *reactions*, memes, prints e vídeos feitos por fãs, atuaram como dimensões expressivas dessas formulações de tempo--espaço simultâneo. Assim, as *lives*, pensadas nos termos das tecnicidades, apontam para novas geografias e temporalidades, sensorialidades, identidades, narrativas, interações e atuações sociais que caracterizam o consumo cultural sempre posto em contexto (Gutmann, 2021, p. 72)

Mesmo sendo um produto anterior à pandemia e que segue sendo utilizada depois dela, entendo as *lives* como uma das formas audiovisuais que articulam tecnicidades, sobretudo pelo seu caráter caseiro, que dão a ver certas lógicas de produção que são características daquele período, daquele contexto, mas que também desvelam transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão e o audiovisual no entorno tecnocomunicativo. Nessa esteira, Gutmann (2021, p.73) chama atenção para como as *lives* podem ser entendidas também como vetor de uma trama audiovisual viral, que enreda “paródias, *reactions* e memes com diversas ressignificações e incorporações de performance” e que não se limita mais apenas pela sua característica de transmissão, mas sim por disparar e mobilizar fluxos. E aqui vale voltarmos ao Gustavo Lima, mais especificamente à sua segunda *live*, realizada em 11 de abril de 2020, exemplo que também é trazido pela autora.

Como na primeira transmissão, a cerveja Bohemia era a patrocinadora e o cantor, enquanto performava, consumia e promovia o produto, o que acabou motivando uma reação do Conselho Nacional Autorregulamentação Publicitária (CONAR). Em reportagem do portal

G1⁹⁶, o conselho afirmou que "a representação foi aberta a partir de denúncias recebidas de dezenas de consumidores, que consideraram que as ações publicitárias carecem de cuidados recomendados pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária para a publicidade de bebidas alcoólicas". Outro ponto de crítica e que reforça a representação ética do conselho contra o cantor e a AMBEV – que é dona da marca Bohemia – foi o fato de que as *lives* são eventos transmitidos pela internet e, portanto, facilmente acessíveis por pessoas de todas as idades, inclusive menores de 18 anos.

No texto divulgado e repercutido na reportagem do G1 e em outros veículos de comunicação, o CONAR argumentou que, mesmo sendo uma transmissão *on line*, o evento não respeitou as normas que restringem a publicidade de bebidas alcoólicas. Segundo as normas estabelecidas pelo conselho, toda publicidade desse tipo de produto deve evitar estimular o consumo excessivo ou irresponsável, sendo também vedada a apresentação de imagens que retratem ou sugiram a ingestão dessas bebidas, conforme consta no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária em seu anexo P⁹⁷.

Para além de lançar luz sobre a necessidade de atenção às normas de publicidade em formatos considerados “novos” que não estavam previstos na autorregulamentação tradicional da mídia, a *live* atua como vetor que coloca em evidência a trama audioverbovisual alimentada pela série de memes e reações produzidos e disseminados de forma viral nas diversas ambiências repercutindo tanto o comportamento do cantor quanto com a ação do conselho, tais como o apelido de "embaixador do álcool", em uma brincadeira com o título de "Embaixador" que o cantor já usava no mundo sertanejo, o meme “o CONAR está entre nós” que satirizava o conselho como uma entidade vigilante, sempre de olho no que as pessoas estavam consumindo ou promovendo nas redes e as diversas montagens que foram feitas com fotos de Gustavo Lima – e de outros artistas como Bruno e Marrone e Jorge e Matheus que adotaram comportamento semelhantes em suas *lives* – bebendo exageradamente durante apresentação. Segundo Gutmann (2021, p.73),

Esse vetor provocou o acionamento de memes a partir do Twitter associados ao uso da tag #ButecoemCasa, de vídeos de reactions no YouTube em canais relacionados à comunidade sertaneja (Kokinho Notícias, Sertanejeiro, TV Meu Sertanejo etc.). No Instagram, ganhou visibilidade o fã @auerodeni, com paródias do cantor que transbordaram para as demais plataformas. No TikTok, onde o cantor tem produção atuante, foram diversas manifestações em forma de dancinhas feitas pelos seus seguidores.

⁹⁶ Conar abre representação contra live de Gustavo Lima por propaganda irregular de bebida. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/04/15/conar-abre-representacao-contralive-de-gusttavo-lima-por-propaganda-irregular-de-bebida.ghtml>. Acesso em 03 maio 2025.

⁹⁷ Disponível em <http://www.conar.org.br/>. Acesso em 03 maio 2025.

A autora evidencia, portanto, que essa trama configura a *live* como “constituidora de um tecido expressivo conectado, heterogêneo e múltiplo” (ibidem), em que se entrelaçam performances, memes, reações, paródias e outras manifestações audioverbovisuais. Essa expressividade, no entanto, não está circunscrita a uma única mídia, pois, como afirma a autora, a *live* “não é difundida apenas por um meio específico, mas se espalha pelas ambiências digitais e é constituída de modo enredado por variadas expressões” (ibidem). Assim, a *live* se inscreve nas lógicas comunicacionais contemporâneas ao se desdobrar por diferentes plataformas e formatos, mobilizando linguagens que contribuem para a construção de uma experiência coletiva e compartilhada, marcada pela multiplicidade e pela conectividade.

Essa conformação nos deixa ver outro movimento que as *lives* fizeram no período da pandemia: além de se fazerem dominantes nas diversas redes sociais, elas passaram a fazer parte da programação de emissoras de televisão. Em 17 de abril de 2020, a Band exibiu a *live* do cantor Léo Santana dentro da sua programação noturna, na faixa das 22:45. Intitulado como *Música na Band*, o programa teve a apresentação de Mônica Simões que conduziu a exibição, chamando videoclipes que antecederam a transmissão da *live*. Anunciada como a primeira vez que uma *live* fora exibida em TV aberta⁹⁸, a apresentação, fruto de uma parceria entre a emissora e a Universal Music, foi retransmitida simultaneamente pelo Youtube da Band FM⁹⁹. O programa continuou na grade da Band, alternando entre reprises de shows gravados e exibição de *lives*. Isso nos deixa ver que, mesmo inseridas e mais comumente produzidas para as ambiências digitais, as *lives* frequentemente mantêm estruturas, convenções televisivas e a lógica do *broadcasting*. Como apontam Janotti Junior e Queiroz (2021)

É importante assinalar que, apesar da modalidade de audiência em conectividade que caracteriza as *lives* musicais na plataforma YouTube, elas seguem em sua maioria o padrão que já havia sido estabelecido pela TV *broadcasting*, ou seja, são transmissões *ao vivo* de apresentações musicais em formato tradicional, nas quais artistas performam sob a perspectiva de um palco italiano, diante de uma audiência virtual. Apesar da ausência física de público, muito das angulações, da distribuição de músicos em cena, iluminação, mixagem sonora e dinâmica cênica segue os padrões esperados de uma transmissão da apresentação ao vivo de música na TV, só que agora ao vivo, *on-line*, na dinâmica da ecologia de mídias de conectividade. (Janotti Junior e Queiroz, 2021, p.-7-08)

Ainda em abril, no dia 25, a Globo levou ao ar a *live* da cantora Ivete Sangalo, numa estratégia multiplataforma. Apresentada como *Ivete em casa*, a *live* foi amplamente divulgada na programação da emissora e retransmitida em diversos canais: na TV Globo, que levou ao ar

⁹⁸ Música na Band exibe live de Leo Santana com exclusividade nesta sexta-feira. Disponível em <https://oplanetatv.clickgratis.com.br/noticias/bastidores/musica-na-band-exibe-live-de-leo-santana-com-exclusividade-nesta-sexta-feira.html>. Acesso em 03 maio 2025.

⁹⁹ Disponível em <https://www.youtube.com/live/nIth-KIOJ48?si=ne8C6hdPZ0t2rkGS>. Acesso em 03 maio 2025.

a parte iniciação da apresentação, no *streaming* pelo Globoplay, no Multishow, que exibiu o show na íntegra, além dos perfis das redes sociais do canal e no Youtube da artista, que se apresentou de pijama, ao lado do marido e do filho, da cozinha de sua casa. Ao ocupar as ambiências digitais, sendo mediadas e acessadas pelas telas, seja da TV, do computador, *tablets* ou *smartphones*, construindo presença em tempos de distanciamento, independente do meio onde aconteça a interação, as *lives* são tomadas por Gutmann (2021) enquanto formas audiovisuais em performance.

Concordo com a autora quando afirma que o sentido não está nas transmissões de um conteúdo ao vivo, mas sim na sua articulação enquanto “performances de presença e de copresença, de intimidade, de simultaneidade, permanentemente atualizadas e ressignificadas” e nos ajudam a “entender práticas de consumo, dinâmicas interativas, pessoais e profissionais, agenciamentos temporais e espaciais” (p.90). Inseridas em um entorno tecnocomunicativo, as *lives* evidenciam um modo relacional característico da cultura audiovisual contemporânea, que, embora tenha se intensificado no contexto pandêmico, não se restringe a ele. Elas reativam e ressignificam temporalidades já presentes na experiência midiática, ao mesmo tempo em que mobilizam técnicas ligadas às plataformas digitais, dispositivos móveis e redes de transmissão. Além disso, convocam ritualidades de consumo, reorganizando formas de sociabilidade e interação e revelam como distintas institucionalidades disputam espaço e visibilidade

Figura 14 – *Frames* das primeiras lives de Gustavo Lima, Ivete Sangalo, Marília Mendonça e Léo Santana



Fonte: Google Imagens

As *lives*, em geral, não eram periódicas, aconteciam eventualmente. As que traziam apresentações musicais foram as mais assistidas e além das já citadas anteriormente, destaco ainda a apresentação da cantora Marília Mendonça, que em sua primeira apresentação on line realizada em 08 de abril de 2020 teve mais de três milhões de acessos simultâneos, um recorde mundial na plataforma até então¹⁰⁰. Durante os principais festejos brasileiros, na impossibilidade de realizar os eventos, eram as *lives* que preenchiam esses espaços, como ocorreu no São João de 2020 e 2021, com inúmeros shows de artistas de forró e sertanejo transmitidos ao vivo ou no Carnaval de 2021 e 2022, com *lives* que foram desde apresentações de escolas de samba aos artistas do axé, a exemplo do cantor Bell Marques, que fez uma apresentação dentro de uma embarcação no meio da baía de todos os santos – que foi acompanhada também presencialmente por inúmeras lanchas cheias de gente. Internacionalmente, uma série de artistas como John Legend, Chris Martin e Lady Gaga também fizeram apresentações on line.

O formato se tornou tão popular que alguns artistas eram cobrados para se apresentarem, a exemplo de Caetano Veloso¹⁰¹, que realizou a sua *live* no dia do seu aniversário de 78 anos em 7 de agosto de 2020, com transmissão da Globoplay. Houve ainda algumas *lives* que se tornaram periódicas durante a pandemia, gostaria aqui de destacar duas delas: as realizadas pelas cantoras Simone e Tereza Cristina, ambas com estilo mais intimistas, diferente das produções que marcaram as apresentações de alguns artistas como os que já citei anteriormente.

Semanalmente, aos domingos, a cantora Simone fazia pelo seu perfil do Instagram encontros que traziam uma seleção de músicas que marcou sua carreira e outras canções que fizeram parte de sua trajetória na música popular brasileira, além de conversar com o público, responder a perguntas e dedicar músicas aos fãs. Em entrevista ao programa “É de casa” em 23 de maio de 2020¹⁰², a cantora revelou que, para além de manter o contato com o seu público, realizar as *lives* eram o seu principal foco durante os dias de isolamento social. O modo de produção das apresentações envolvia apenas um *tablet* e um celular conectados à internet.

¹⁰⁰ Marília Mendonça tem a live mais vista da história do Youtube. Disponível em <https://olhardigital.com.br/2021/11/05/internet-e-redes-sociais/marilia-mendonca-tem-a-live-mais-vista-da-historia-do-youtube/>. Acesso em 03 maio 2025.

¹⁰¹ Vai ter *live*: Caetano Veloso cede aos apelos dos fãs e decide fazer show: Disponível em <https://oglobo.globo.com/cultura/vai-ter-live-caetano-veloso-cede-aos-apelos-dos-fas-decide-fazer-show-24558117>. Acesso em 03 maio 2025.

¹⁰² Simone fala dos shows em casa no período da quarentena. Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/8574586/>. Acesso em 03 maio 2025.

A estrutura é semelhante ao que era utilizado por Tereza Cristina para realizar as suas *lives* diárias, também no Instagram, que lhe renderam o apelido de "Rainha das *Lives*". Suas apresentações se caracterizavam por uma atmosfera descontraída, onde ela cantava sambas clássicos, fazia homenagens a grandes nomes da música brasileira, como Cartola, Paulinho da Viola e Clara Nunes. Janotti Junior e Queiroz (2021) apontam que “ela acabou se valendo da precariedade da imagem e som ao vivo captados pelo telefone celular, característica técnica das transmissões ao vivo do Instagram (...) a partir do canto à capela, sem acompanhamento de outros músicos e instrumentos” (p.08-09). Ao incorporar as tecnicidades e institucionalidades inerentes à plataforma, a configuração das apresentações de Tereza Cristina aponta para uma outra possibilidade de produção, distinta daquelas que se aproximam das convenções e valores televisivos e que eram mais frequentes nas transmissões realizadas em outras ambiências, como o Youtube. Para os autores,

Essa particularidade acabou por se desdobrar também nas características imagéticas das *lives* da cantora no Instagram, já que os enquadramentos pelas câmeras de celulares, otimizadas para o registro de selfies, tendem a privilegiar o primeiro plano, com enquadramentos mais fechados e foco na face da usuária/usuário. Os jogos com essas mediações imagéticas são bem diferentes da emulação das transmissões televisas *broadcastings* operadas pela qualidade sonora e diversidade de enquadramentos das *lives* musicais exibidas nos canais de artistas, redes televisivas e cervejarias no YouTube (idem, p.09)

A cantora também dedicava parte significativa de suas transmissões a interagir com seus seguidores, lendo comentários em tempo real, respondendo perguntas, compartilhando histórias pessoais e, por vezes, comentando acontecimentos cotidianos e políticos. Esse diálogo constante com o público imprimia um tom de espontaneidade e intimidade que ia além da apresentação musical. Esses encontros com os “cristiners”, como ficaram conhecidos os fãs que acompanhavam as *lives* com mais frequência, eram iniciadas “religiosamente após a cantora assistir ao *Big Brother Brasil* como aponta uma reportagem de O Globo¹⁰³, onde a cantora falou ainda que gosta de falar também sobre “temas muitas vezes desprezados pela intelectualidade, como o *BBB*. É uma forma de ter contato com pessoas que eu jamais conheceria (...) a melhor parte do meu dia era essa, é um lugar de acolhimento e afago, onde esqueço da Covid e dos desmandos políticos do país”. A frequência diária com que essas transmissões ocorriam fortalecia vínculos entre a cantora, os participantes e os eventuais convidados das *lives* e estabelecia uma rede de contato em meio ao cenário incerto da pandemia.

¹⁰³ 'Cristiners': Lives de Teresa Cristina reúnem anônimos e famosos na madrugada. Disponível em <https://oglobo.globo.com/cultura/musica/cristiners-lives-de-teresa-cristina-reunem-anonimos-famosos-na-madrugada-1-24381889>. Acesso em 03 maio 2025.

Os autores, a partir das *lives* de Tereza Cristina, propõem a noção de escuta conexa como uma forma de compreender a escuta musical contemporânea, no qual as *lives* se inserem, considerando as mediações estéticas, socioculturais e tecnológicas que constituem o consumo musical e se articulam por meio de territorialidades narrativas, enquanto “senso de pertencimento que acionam os fluxos musicais através de complexas mediações culturais” (p.05) e dinâmicas de conectividade. Ao se constituir como um ambiente de música, bate-papo e trocas, que articulam questões de raça, gênero, classe e território, as *lives* de Teresa Cristina evidenciam como a escuta conexa pode ser entendida como uma forma de perceber as experiências de audição e audiovisualidade mobilizadas a partir do universo musical, que “desdobram-se em tessituras dos processos de escuta que recortam o mundo não só pelas ambientações tecnológicas, bem como pela materialidade dos corpos e territórios acionados nesse ecossistema” (p.06).

As *lives* da cantora eram imprevisíveis, não eram guiadas por roteiro, mas eventualmente outros artistas eram incluídos na conversa – se valendo aqui de um recurso do Instagram que permite adicionar o vídeo de outras pessoas, como em uma videochamada. Os exemplos de Simone e Tereza Cristina deixam ainda mais evidente que as *lives*,

Transbordam aquele tempo espaço do “ao vivo” e se ressignificam em outras performances, materializadas por algoritmos e suas controvérsias, por mapas de pertencimento e uma infinidade de outras audioverbovisualidades, que formam uma ambiência altamente complexa. O sentido de presença e de presente é deflagrado materialmente em telas e temporalidades múltiplas, e permanentemente atualizado pelo efeito de conectividade. Portanto, as *lives* só são possíveis de serem apreendidas analiticamente quando vistas enquanto performances, incorporações, “lente” para a análise do audiovisual em rede, dimensão tangível das mediações culturais, ou seja, das relações que constituem nossa experiência mundana (Gutmann, 2021, p.90-91).

Embora muitas apresentações que foram acionadas aqui operem dentro de uma lógica de produção mais comercial – como é o caso das apresentações televisionadas – as *lives*, enquanto mecanismos de presença no entorno tecnocomunicativo, fazem parte do conjunto de produções pandêmicas que deslocam o uso de altos orçamentos para uma condição não obrigatória, como os casos de Tereza Cristina e Simone nos deixam ver. Saliento ainda que a quantidade de artistas iniciantes, ou cujas carreiras ainda não estavam consolidadas, lançaram mão do formato para serem vistos e disputarem espaço. Segundo Patrícia Silva, Danilo Lima e Edvaldo Couto (2020) “as *lives* são alternativas para essa dificuldade, fortalecem a economia solidária e contribuem com campanhas que valorizam e incentivam o consumo da arte local” (p.1508).

Nessa mesma esteira, Mayra Araujo e Alberto Cipiniuk (2020) lançam luz sobre as apresentações de menor orçamento e afirmam que, nesses casos, para “os artistas de pouco

alcance, sem intermediários e produtores, com carreiras administradas pelos próprios artistas, notamos que a estrutura das apresentações é reduzida e obedecem a interesses próprios” (p.199), ou seja, independem de interesses comerciais mais arraigados ou de cláusulas de contrato com anunciantes, parceiros ou emissoras de TV, por exemplo. Nesses casos, a produção audiovisual com soluções caseiras se mostra imperativa, já que,

Suas apresentações online, também administradas de forma autônoma, em geral são distribuídas através de perfis pessoais em redes sociais e com uma estrutura de produção muito reduzida. Uma câmera de celular, um computador plugado ao microfone e ao instrumento, às vezes outros músicos e uma pequena equipe de apoio (se assim podemos chamar, pois em certos casos, quem exerce essas funções são sujeitos comuns não ligados aos mundos da arte, como amigos e familiares). A circulação deste material também acaba ficando reduzida ao círculo social que o artista está inserido. Sem as exigências de um público grande e um sistema de agenciamento por trás, essas apresentações podem ser administradas integralmente pelo próprio artista (Araujo e Cipiunik, 2020, p.200).

Os autores ressaltam que muitos desses artistas precisaram recorrer ao auxílio emergencial oriundo da Lei Aldir Blanc, que previu o pagamento mensal de R\$600 para trabalhadores do setor cultural que foi duramente afetado pela pandemia. E embora a internet seja um espaço que possibilita a todos o acesso e disputa de visibilidade, é também sabido que os abismos dentro do setor cultural, em especial na indústria da música, são muito evidentes. Em entrevista¹⁰⁴ ao Jornal Correio Braziliense em julho de 2020, na ocasião da popularização de suas *lives*, Tereza Cristina deixa clara a dificuldade de conseguir apoios e investimentos para conseguir alavancar sua carreira, quando afirma que “essa coisa de patrocínio, às vezes, é muito ingrata. A gente fica invisível. Eu sou invisível desde 1998. Isso fala muito de como é o Brasil”. E completa: “as pessoas gostam de dar dinheiro a quem já tem, não sei explicar como isso acontece, mas acontece (...) a pandemia jogou uma lente de aumento em várias situações”. Janotti Junior e Queiroz (2021) apontam que, em 22 anos de carreira, a primeira ação patrocinada realizada pela cantora foi em maio de 2020, fruto da visibilidade alcançada por suas *lives*.

¹⁰⁴ Teresa Cristina, rainha das lives: "O que tem segurado a gente é a arte". Disponível em <https://bit.ly/3BK91ca>. Acesso em 03 maio 2025.

Figura 15 – *Frames* das lives das cantoras Simone e Tereza Cristina



Fonte: Google Imagens

Para além das dificuldades estruturais enfrentadas por artistas de menor expressão comercial, como a ausência de patrocínios, apoios institucionais ou anunciantes que possam ampliar o alcance de suas transmissões, existem também barreiras impostas pelas próprias plataformas, que acabam por aprofundar desigualdades já existentes no campo musical. No YouTube, por exemplo, canais com menos de mil inscritos sofre com limitações técnicas da plataforma, como a limitação do número de espectadores, o que prejudica a possibilidade de alcance de artistas iniciantes e independentes¹⁰⁵. Essa exigência técnica e quantitativa, que opera sob a lógica algorítmica de visibilidade, nos deixa ver, de saída, quem pode e quem não pode realizar *lives* naquele espaço

Esse tipo de barreira técnica tem implicações na circulação e no consumo de música ao vivo durante a pandemia. A limitação imposta pelo YouTube acabou por deslocar parte significativa dessas performances para outras plataformas, como o Instagram, que, apesar de ter seus próprios filtros algorítmicos, permite que qualquer usuário transmita ao vivo, independentemente do número de seguidores, como vimos nos casos de Simone e Tereza Cristina.

¹⁰⁵ O site de suporte do Google apresenta todos os requisitos e limitações para a realização de transmissões ao vivo no Youtube. Disponível em <https://support.google.com/youtube/answer/9228390?hl=pt-BR&co=GENIE.Platform%3DAndroid>. Acesso em 03 maio 2025.

Há ainda casos que articulam presença em outras ambiências fora da lógica das redes sociais, mas ainda dentro da experiência audiovisual: os games. O cantor Emicida, que também se apresentou em *lives* em seu formato mais tradicional, realizou um show virtual no jogo *Fortnite*¹⁰⁶, da Epic Games, em abril de 2022, durante o festival Encontro das Tribos, dentro do projeto "Onda Sonora", que foi uma série de eventos musicais iniciada em 2021 e organizados dentro do referido jogo, com o objetivo de oferecer shows virtuais de artistas de diferentes partes do mundo. O show de Emicida trouxe elementos visuais que remetiam à cultura brasileira e à sua própria trajetória, como a cidade de São Paulo e referências à favela. Durante a apresentação, os jogadores puderam interagir no espaço virtual, explorando o cenário enquanto acompanhavam a performance, que pôde ser compartilhada pelos jogadores em outras plataformas, como o Youtube. A realização desses shows ou *lives* dentro de plataformas digitais nos deixa ver um ecossistema midiático que articula tecnicidades, ritualidades, institucionalidades e socialidades na conformação de um certo modo de vida possível na pandemia a partir da nossa relação com o audiovisual.

Aqui podemos ver ainda como os conceitos de entorno tecnocomunicativo de Jesús Martín-Barbero (2009) e bios midiático de Muniz Sodré (2013) nos ajudam a compreender o fenômeno das *lives* enquanto representação de uma transformação na forma como o público experimenta eventos musicais e culturais, especialmente em um panorama em que a televisão e outras mídias se adaptaram para manter a conexão com suas audiências. Segundo Gutmann (2021), Sodré discute, a partir do conceito de bios midiático, uma dimensão que se aplica à experiência cotidiana, que é real e histórica, na qual estamos imersos. Essa dimensão é marcada pela fusão entre a tela e a realidade, destacando a intensificação da tecnologia audiovisual em conjunto com a percepção sensível e as dinâmicas do capital.

¹⁰⁶ Emicida: como foi feito o primeiro show de um brasileiro no Fortnite. Disponível em <https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/05/emicida-como-foi-feito-o-primeiro-show-de-um-brasileiro-no-fortnite/>. Acesso em 03 maio 2025.

Figura 16 – *Frame* da live de Emicida no “Onda Sonora” do jogo Fortnite



Fonte: Divulgação Epic Games

Essa indistinção entre os ambientes físico e virtual reflete como a tecnologia se articula às nossas interações e percepções do mundo ao nosso redor, influenciando a maneira como vivenciamos o cotidiano. O autor aponta que esse conceito representa “uma espécie de “ação estética” industrial, extensiva à vida social como um todo” (p.109) onde a espetacularização da vida contemporânea é fruto de uma sobredeterminação histórica da imagem. Isso implica, para Sodré, uma transformação da realidade em entretenimento e sensação, sustentada por uma poderosa economia que abrange a produção e o consumo de filmes, programas de televisão, música popular, parques, jogos eletrônicos e, por extensão, *lives*, memes, redes sociais, *streaming*, *reacts*. Assim, a est tica assume um papel dominante, eclipsando antigos valores  ticos que antes guiavam as interações sociais e culturais.

Uma vez que sabemos que, para Martín-Barbero, o entorno tecnocomunicativo é o ambiente no qual as tecnologias de comunicação reconfiguram o tecido cultural e social, o caso do show de Emicida no *Fortnite* nos aponta para uma reconfiguração que ocorre ao transformar o espaço do videogame em um ambiente de interação musical e social, onde os jogadores-espectadores não apenas assistem ao espetáculo, mas interagem com ele e entre si, produzem e são alvos de uma visibilidade multicêntrica. O conceito de bios midiático, por sua vez, oferece uma perspectiva sobre como o digital não é apenas um canal de transmissão, mas um ambiente onde a própria vida midiática   experienciada e habitada. O *Fortnite*, ao acolher o show de

Emicida e de outros artistas, se torna um espaço no qual a performance e a identidade do artista estão integradas com a linguagem e estética do jogo.

Embora tenham sido as apresentações de cantores, cantoras e bandas as que tiveram maior repercussão e adesão do público, o formato das *lives*, ao nos deixar ver a operação das noções de entorno tecnocomunicativo e bios midiático, também aponta para outras possibilidades de presença mediadas pelas telas e pelo audiovisual que não se limita à música. Influenciadores digitais também intensificaram o uso das *lives* durante o período de isolamento social, explorando o formato para interagir com seu público. Criadores de conteúdo das áreas de fitness, beleza e humor realizaram transmissões ao vivo para continuar engajando sua audiência, se mantendo relevantes e presentes. Na área da educação, além da rotina do ensino remoto que foi adotado por instituições de ensino públicas e privadas para dar continuidade às aulas, palestrantes e profissionais de diversos setores, como marketing digital, negócios e desenvolvimento pessoal, passaram a utilizar o formato para oferecer webinars, cursos e workshops. Empresas e marcas também aderiram ao formato, realizando lançamentos de produtos e campanhas publicitárias ao vivo. Congressos e outros encontros acadêmicos, bem como festivais de cinemas também aderiram ao formato e muitos deles, mesmo após o fim da emergência sanitária, mantiveram em suas realizações modalidades híbridas.

No teatro, espetáculos foram realizados diante das câmeras e transmitidos ao vivo para plateias virtuais. Em matéria publicada pelo Jornal da USP¹⁰⁷ em setembro de 2021, Danusa de Oliveira Jeremim relata que o Serviço Social do Comércio (SESC) desenvolveu, durante a pandemia, a programação especial intitulada #EmCasaComSesc, que incluiu o projeto “Teatro em Casa”. Nesse formato, os espetáculos eram adaptados à linguagem das transmissões ao vivo, com encenações realizadas das residências dos atores, utilizando uma câmera fixa que transmitia pelo canal de YouTube de alguma unidade do Sesc. Segundo a autora, em função dessas condições técnicas e de isolamento social, as apresentações assumiam majoritariamente a forma de monólogos, gravados em um único plano, sem cortes ou movimentações de câmera, valorizando a intimidade e a simplicidade da encenação. Aqui na Bahia, a Companhia Baiana

¹⁰⁷ O teatro do agora: como a pandemia de covid-19 transformou a performance teatral. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/o-teatro-do-agora-como-a-pandemia-do-covid-19-transformou-a-performance-teatral/>. Acesso em 03 maio 2025.

de Patifaria também realizou “versões digitais” *on line* de alguns de seus espetáculos, como *Fora de Ordem*¹⁰⁸ e *A bofetada*¹⁰⁹.

Governantes e figuras políticas também adotaram as transmissões ao vivo como meio de comunicação com a população. O ex-presidente Jair Bolsonaro, por exemplo, começou a fazer *lives* regulares no Facebook ainda em 2019, pouco depois de assumir a presidência. Suas transmissões ao vivo ocorriam semanalmente, geralmente às quintas-feiras, e se tornaram um canal de contato com seus apoiadores. A estratégia de comunicação de Bolsonaro com o uso de *lives* foi uma extensão de sua abordagem durante a campanha presidencial de 2018, quando ele usou intensamente as redes sociais para mobilizar sua base de eleitores. Ao longo de seu governo, as *lives* também foram utilizadas para críticas e ataques a adversários políticos e à imprensa. Na pandemia, as transmissões ganharam ainda mais destaque, uma vez que Bolsonaro passou a usá-las para expressar opiniões negacionistas sobre a crise sanitária¹¹⁰, difundir *fake news*, criticar medidas de isolamento social, defender o uso de medicamentos como a cloroquina e atacar instituições científicas e a Organização Mundial da Saúde (OMS).

Em artigo que analisa o uso de atenuadores na retórica anticrise adotada pelo ex-presidente, Alexandre Santos Moraes e Daniel Pina (2021) apontam que as *Lives* da Semana, como eram conhecidas essas transmissões *on line* do ex-presidente, se configuravam como “espaço do encontro, da palavra solta, de uma conversa entre amigos, que são também seguidores à espera de um influencer capaz de comentar a realidade e compartilhar visões de mundo” (p.745). Embora fosse veiculada oficialmente pelo Canal do YouTube de Bolsonaro, “veículos de imprensa alinhados ao governo também replicam, ao vivo ou posteriormente, o conteúdo na íntegra ou editado” (p.748). Destaca-se ainda o caráter institucional e oficial que era conferido às *lives*, uma vez que “diversas afirmações que [Bolsonaro] faz nessas *lives* reverberam na grande imprensa e, sobretudo, nas redes sociais, impulsionadas tanto por ações organizadas no meio digital como pela adesão espontânea dos usuários” (ibidem).

Por terem ocupado espaço de protagonismo enquanto produto midiático, forma de interação e visibilidade na pandemia, o fenômeno das *lives* foi muito estudado nos últimos

¹⁰⁸ A transmissão ao vivo do espetáculo foi realizada pela plataforma Zoom. Disponível em: https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=167728258208492&id=114739926840659&rdr. Acesso em 03 maio 2025.

¹⁰⁹ No caso de “A bofetada” se tratou da reexibição do espetáculo gravado no Teatro das Artes, no Rio de Janeiro. Disponível em: <https://sitenossajanela.com.br/2020/12/a-bofetada-digital-ultima-semana.html>. Acesso em 03 maio 2025.

¹¹⁰ Na fase mais letal da covid, Bolsonaro repetia desinformação em *lives*. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2021/07/01/live-bolsonaro-desinformacao-3-meses.htm>. Acesso em 03 maio 2025.

anos, servindo como objeto para diversos artigos publicados desde 2020. Em pesquisa¹¹¹ no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), a busca pelos termos “Live + pandemia” gera um total de 648 publicações, a exemplo dos trabalhos de Araujo e Cipiunik (2020), Silva, Lima e Couto (2020) e Moraes e Pina (2021), os quais convoquei anteriormente. A maioria dos trabalhos se debruça sobre o desafio da educação, nos seus diversos níveis, na sua adaptação para manter as aulas e demais atividades acadêmicas e escolares funcionando. São, portanto, mobilizadoras de interesses e presença no entorno tecnocomunicativo, que, articuladas em distintas tecnicidades e ambiências, nos ajuda a tensionar a noção de meio ou mídia (Gutmann, 2021) e nos deixa ver uma indissociabilidade que é característica das formas mestiças da comunicação.

Não queremos incorrer no erro de afirmar que as *lives* ou os programas televisivos e audiovisuais produzidos durante a pandemia inauguraram o rompimento de barreiras entre os meios. Esse processo de integração já vinha sendo observado com o avanço das tecnologias digitais, a convergência midiática e a multiplicidade de telas acessíveis ao público. Contudo, é inegável que a pandemia intensificou essa dinâmica, tornando-a mais evidente e central na forma como consumimos conteúdo. Como destaca Williams (2016), assistir à televisão já oferece uma experiência específica em fluxo. Essa experiência, marcada por uma continuidade que une programas divididos em blocos, intercalados por anúncios e seguidos por outros programas sem interrupção do sinal, ganha uma nova dimensão no contexto pandêmico. A televisão, então, transborda para outras telas, ampliando o fluxo televisivo para os meios digitais, onde as fronteiras entre os formatos se tornam cada vez mais porosas.

Durante a pandemia, essa experiência fluida foi potencializada não apenas pelas mudanças no comportamento da audiência, mas também pelas necessidades e adaptações das próprias produções audiovisuais. *Lives* transmitidas simultaneamente na TV e em plataformas digitais, como YouTube ou Instagram, exemplificam esse movimento. Além disso, programas incorporaram elementos próprios das redes sociais, como interatividade em tempo real, formatos verticais e a presença de *hashtags* para dialogar com o público em múltiplos espaços. Esse transbordamento para outras telas não é apenas perceptível no consumo, mas também na produção. As ritualidades televisivas passaram a dialogar mais intensamente com as especificidades das plataformas digitais, adaptando linguagens, tempos e estéticas. Assim, as lógicas de produção televisiva durante a pandemia buscaram atender tanto às características do

¹¹¹ A busca pelos termos foi realizada no Portal de Periódicos da Capes está disponível em <https://www.periodicos.capes.gov.br/index.php/acervo/buscaador.html?q=all%3Acontains%28Live+%2B+pandemia%29&mode=advanced&source=all>. Acesso em 03 maio 2025.

fluxo televisivo quanto aos anseios de um público cada vez mais acostumado à dinâmica mais fragmentada e multidirecional das mídias digitais. Isso se refletiu em uma reconfiguração dos programas, tanto na forma como são concebidos quanto nas experiências que proporcionam, como veremos a seguir.

4. TECNICIDADES E MATERIALIDADES AUDIOVISUAIS: UM OLHAR SOBRE A PRODUÇÃO TELEVISIVA EM TEMPOS PANDÊMICOS

Ainda era dezembro de 2019 quando começaram a chegar as primeiras notícias sobre uma nova doença que preocupava a comunidade internacional. Um novo coronavírus surgia em Wuhan, na China, e, embora despertasse atenção, parecia algo distante, um problema localizado em outro país, em outro continente, do outro lado do mundo. Por que, afinal, deveríamos nos alarmar? Mas a inquietação cresceu. Meses depois, o que parecia restrito a uma única cidade se espalhou pelo planeta, até alcançar o Brasil. Quando a Organização Mundial da Saúde decretou a pandemia, em março de 2020, tudo começou a entrar em suspensão. Inicialmente, a percepção geral era de que se tratava de uma situação pontual, que se resolveria rapidamente. As medidas de controle implementadas por estados e municípios, como o isolamento social, adotado como estratégia principal para conter a propagação do vírus, foram encaradas como temporárias, algo que duraria, no máximo, 15 dias. No entanto, com o agravamento do cenário epidemiológico, o aumento dos casos e o crescimento do número de vítimas, esse confinamento foi sendo sucessivamente prorrogado, até se tornar uma rotina sem prazo definido para terminar.

Foi preciso reaprender a viver. A rotina como conhecíamos deixou de existir, ao menos por um tempo, e diante desse colapso do cotidiano, passamos a negociar constantemente com o risco. A principal preocupação era evitar a contaminação, tanto nossa quanto dos outros. Tratava-se de não morrer e de não deixar morrer. Judith Butler (2022) propõe uma indagação central nesse cenário: como é possível viver sob tais condições? E, de forma mais ampla, quais são as condições que tornam uma vida vivível em tempos de pandemia? Vivíamos sob restrições – não sair, não aglomerar, não tocar, não se aproximar –, sob o imperativo de respeitar medidas de contenção da doença e zelar pela vida, uma vez que “a pandemia põe questões que são especificamente éticas, pois as restrições sob as quais sou solicitada a viver são aquelas que protegem não somente a minha própria vida, mas também a vida dos outros” (p. 73). Reaprendemos medidas básicas de higiene, a exemplos de como lavar bem as mãos, como higienizar os sapatos ou como lavar os alimentos que chegam dos mercados, manter o álcool gel por perto e, sobretudo, usar máscaras. Butler aponta que, nesse processo,

Perdemos os tipos de proximidade que valorizávamos; perdemos o contato, a tatilidade enquanto sentido e conexão. Retrocedemos pra dentro das fronteiras (...) da pessoalidade, das fronteiras espaciais e da esfera doméstica, da órbita da vizinhança, ao mesmo tempo que o valor da intimidade extradoméstica e da socialidade é perdido, que perdemos o contato pelas distâncias que nos são impostas (Butler, 2022, p.58)

Uma parte da população pôde permanecer em casa. Um levantamento¹¹² feito pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) apontou que, em 2020, 11% dos trabalhadores adaptaram-se à modalidade remota dos seus ofícios. O perfil médio desses trabalhadores era composto da seguinte forma: “56,1% eram mulheres, 65,6% eram brancos, 74,6% possuíam escolaridade de nível superior completo, 31,8% estavam na faixa de 30 a 39 anos, e 63,9% estavam empregados no setor privado” (IPEA, 2021). Mas muitos precisaram sair. Ou melhor: foram obrigados a sair. Quem podia se proteger? Quem estava exposto? Quem merecia viver e quem estava condenado a correr riscos? Os corpos confinados não eram os mesmos corpos que estavam em circulação. As desigualdades se tornaram ainda mais visíveis, já que “existe sempre uma população dispensável quantificada em tais equações. Sempre existem pessoas que podem ser sacrificadas para fazer com que tais equações funcionem (Butler, 2022, p.60).

Os corpos que seguiam se expondo ao transporte público diariamente, em postos de trabalho entendidos como essenciais à sociedade, como os de serviço sobretudo, eram os corpos negros, periféricos e pobres. Para Butler, isso acontece por que embora estivéssemos todos vivendo a mesma pandemia, isso não acontecia em um “um mundo comum” a todos e as desigualdades, nesse quesito, se acentuam, uma vez que “há muitos e sobrepostos mundos, pois a maioria dos recursos não é igualmente partilhada” (ibidem, p.26) e por isso, “não podemos registrar um fenômeno global como a pandemia sem, ao menos, registrar essas desigualdades e, no caso presente, ver sua intensificação” (ibidem, p.26-27).

Também fomos atravessados por um medo constante. Medo do ar, do toque, da presença do outro. Como bem colocou Gomes (2021) em relato para o livro *Imagens e Imaginários da pandemia: relatos de um grupo em pesquisa* organizado por Bruno Leal, o que sentíamos naquele momento era o medo de um inimigo invisível, que só se tornava visível em sua forma mais brutal:

O medo da morte, para início de conversa. Medo da doença, da dor, do luto. Medo do vírus. Medo da pandemia. O medo do isolamento. O medo de não conseguir ficar tanto tempo sozinhos. Medo do embrutecimento. O medo de gente. O medo de gente na rua. O medo de gente que parece não ter medo. Medo de transmitir o vírus para nossas famílias. O medo de perder autonomia. O medo de não conseguir voltar a ver (e sentir, e tocar, e abraçar) as pessoas queridas, mas também o medo de abraçar as pessoas queridas. O meu abraço agora é risco de vida, será? (Gomes, 2021, p. 306)

As imagens passaram a representar o vírus que os olhos não conseguiam ver, através de ilustrações, gráficos, mapas, boletins e curvas. Imagens de cidades vazias, praias desertas,

¹¹² 11% dos trabalhadores estiveram em trabalho remoto em 2020 no Brasil. Disponível em https://portalantigo.ipea.gov.br/agencia/index.php?option=com_content&view=article&id=38263. Acesso em 01 jun. 2025.

cemitérios abrindo novas covas, profissionais de saúde à beira do colapso: tudo isso compôs o imaginário daquele tempo. De acordo com Butler, essas imagens funcionam “como formas gráficas abreviadas que removem o vírus do tempo veloz e invisível de sua ação e circulação, borrifando cores e refinando espículas para mostrar uma coroa, dando força a um sentido grosseiro de soberania” (Butler, 2022, p. 47). Essas imagens da pandemia, em sua insistente repetição, ajudaram a construir o que foi instituído como o “novo normal”. Mas o que era, afinal, esse novo normal? Um discurso que buscava normalizar o anormal, adaptando as restrições à lógica de funcionamento do capital e do mercado. A propaganda incorporou rapidamente essa narrativa, convertendo a crise em oportunidade: era preciso criar uma rotina, para que as pessoas continuassem consumindo, mesmo em estado de exceção.

Nossas vidas passaram a ser ainda mais atravessadas e mediadas pelas telas. Foi por elas que seguimos trabalhando, ao menos aqueles que puderam aderir ao regime remoto ou ao teletrabalho. Também pelas telas demos e/ou assistimos aulas, como foi o meu caso. E foi por elas, ainda, que encontramos amigos, tentando mitigar, mesmo que minimamente, a distância física que se impôs como regra. As telas também se tornaram o elo com a família. Em alguns momentos, quando a saudade era maior do que a cautela, reuníamos-nos na casa da minha mãe, todos de máscara, cada um em um cômodo diferente, apenas para nos vermos. Quando nem isso era possível, restavam os encontros breves no corredor do prédio. Bastava abrir a porta: ver o outro, constatar que estava bem, já era o suficiente naquele momento.

Entre a saudade e a ansiedade, havia também a esperança: a vacina. A televisão nos mostrava as imagens das primeiras imunizações, que começaram no Reino Unido¹¹³. Mas antes disso, vivemos a angústia da espera: os testes, os prazos indefinidos, o não saber se a vacina realmente chegaria até nós. Esse temor era agravado pelo contexto político, marcado por uma gestão federal desastrosa. Sob a tutela de um desgoverno, liderado por Jair Bolsonaro e sustentado por um séquito de figuras ineptas, a pandemia foi sistematicamente minimizada. O presidente multiplicava impropérios em cadeia nacional¹¹⁴: dizia que a Covid-19 era uma “gripezinha”, sugeria que o ideal seria deixar todos se contaminarem, apostando na chamada “imunidade de rebanho”, que, segundo ele, era mais eficaz que a compra de vacinas.

Nesse processo, as diversas ambiências digitais também desempenharam uma função crucial. Tornaram-se espaço de disputa simbólica e política, tensionando pronunciamentos

¹¹³ Imunização no Reino Unido: Mulher de 90 anos é 1ª vacinada contra Covid-19. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/britanica-de-90-anos-e-primeira-a-receber-a-vacina-da-pfizer-fora-dos-testes/>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹¹⁴ Relembre frases de Bolsonaro sobre a covid-19. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-53327880>. Acesso em 01 jun. 2025.

oficiais, viralizando denúncias e pressionando por ações mais eficientes. Um exemplo marcante foi o vídeo¹¹⁵ produzido por Rafa Chalub, naquele momento conhecido como “Esse menino”, que denunciava as reiteradas tentativas da farmacêutica Pfizer de negociar vacinas com o governo brasileiro, tentativas que foram sistematicamente ignoradas. Enquanto isso, o presidente fazia campanha por medicamentos ineficazes, como a cloroquina, e zombava da vacinação, sugerindo que quem tomasse a vacina “viraria jacaré”. As imagens da tragédia se acumulavam: mais covas sendo abertas às pressas em cemitérios de todo o país, hospitais em colapso, a escassez de oxigênio em Manaus. Frente a tudo isso, o presidente recusava empatia. Disse que não era coveiro, imitou pacientes agonizando por falta de ar e continuou zombando da gravidade da situação. Ao mesmo tempo, o Ministério da Saúde passava por sucessivas trocas de comando. O general Eduardo Pazuello, que assumiu interinamente por mais tempo e no pior momento da pandemia, mostrou-se tão despreparado quanto o próprio chefe de Estado.

Esse desmonte institucional contribuiu para consolidar uma postura semelhante entre parte significativa da população. Alimentados por discursos oficiais, muitos passaram a desacreditar da imprensa e a rejeitar qualquer veículo que não seguisse uma linha editorial alinhada ao extremismo do governo. Enquanto a televisão transmitia imagens de centros urbanos desertos, ruas silenciosas e praias vazias, também veiculava notícias de festas clandestinas e aglomerações, algumas delas, inclusive, causada ou motivada pela presença do presidente¹¹⁶. Dessa forma, a quarentena era constantemente violada, respaldada, em muitos casos, pela permissividade do próprio discurso oficial. O uso da máscara ultrapassou o campo da saúde pública e se inscreveu em disputas políticas. Usar ou não a máscara tornou-se um marcador político. Usá-la passou a significar oposição ao governo; recusá-la, um gesto de alinhamento com o negacionismo respaldado pelo pronunciamento e postura oficial da presidência da república.

As informações sobre os números de infectados e mortos pela Covid-19 deixaram de ser repassadas de forma transparente à imprensa pelo governo federal. Diante desse apagão informativo, foi criado, em 8 de junho de 2020, um consórcio¹¹⁷ entre o G1, O Globo, Extra, O Estado de São Paulo, Folha de São Paulo e UOL, com o objetivo de apurar e divulgar os dados com mais celeridade e precisão, “uma resposta à decisão do governo Jair Bolsonaro de

¹¹⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=rWj9meqOQrM>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹¹⁶ Bolsonaro participou de pelo menos 84 aglomerações desde o início da pandemia de Covid-19. Disponível em <https://oglobo.globo.com/politica/bolsonaro-participou-de-pelo-menos-84-aglomeracoes-desde-inicio-da-pandemia-de-covid-19-25048811>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹¹⁷ Veículos de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19. Disponível em <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/08/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.ghtml>. Acesso em 01 jun. 2025.

restringir o acesso a dados sobre a pandemia de Covid-19” (G1, 2020). A partir dessa iniciativa, os números oficiais passaram a ser coletados pela imprensa, uma decisão que evidenciou o protagonismo do jornalismo em um momento em que o governo negligenciava não apenas os dados, mas também as ações fundamentais diante de uma emergência sanitária sem precedentes. Como resultado, a média de mortes diárias passou a figurar como um quadro fixo nos principais telejornais do país. Em certos dias, no momento mais difícil da pandemia, essa média superava as 4 mil vidas perdidas¹¹⁸. O Brasil terminou o período pandêmico como o segundo país com maior número de mortes¹¹⁹, atrás apenas dos Estados Unidos. É revelador que ambos fossem liderados, naquele momento, por chefes de Estado marcados pela negligência, pela insensibilidade e pela recusa em assumir uma postura humana diante da crise. Para contrabalançar a frieza dos números, surgiram projetos como o *Memorial Inumeráveis*¹²⁰, que buscava nomear os mortos, contar suas histórias e humanizar a dor coletiva. A iniciativa foi também um gesto de resistência à lógica de despersonalização: registrar para não esquecer.

Outro evento que ganhou visibilidade pelas telas foi a CPI da Covid-19. Acompanhada em tempo real por transmissões da TV Senado – que viu sua audiência e o interesse por seus perfis nas ambiências digitais crescerem¹²¹ – e amplamente repercutida pelos telejornais diariamente, a CPI transformou-se em um espetáculo de denúncia e exposição pública dos desmandos e omissões do governo federal. Ainda assim, apesar da ampla documentação, ninguém foi efetivamente responsabilizado pelas ações – ou inações – que contribuíram para o agravamento da pandemia no país. Enquanto isso, o povo passava fome e reportagens¹²² mostravam pessoas comprando ossos para alimentar a família. A precarização da vida levou milhares às ruas, mesmo sob risco, em manifestações contra o governo¹²³ e a favor da vacina¹²⁴.

¹¹⁸ Brasil bate marca de 4 mil mortes por Covid registradas em um dia pela 1ª vez e soma 337,6 mil na pandemia. Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/04/06/brasil-bate-marca-de-4-mil-mortes-por-covid-registrados-em-um-dia-e-soma-3376-mil-na-pandemia.ghtml>. Acesso em 14 de julho de 2025.

¹¹⁹ Casos de coronavírus pelo mundo. Disponível em <https://especiais.gazetadopovo.com.br/coronavirus/casos-no-mundo/>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹²⁰ Disponível em <https://inumeraveis.com.br/>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹²¹ CPI da Pandemia amplifica alcance da TV Senado. Disponível em <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/06/11/cpi-da-pandemia-amplifica-alcance-da-tv-senado>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹²² Fila para conseguir doação de ossos é flagrante da luta de famílias brasileiras contra a fome. Disponível em <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2021/07/25/fila-para-conseguir-doacao-de-ossos-e-flagrante-da-luta-de-familias-brasileiras-contr-a-fome.ghtml>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹²³ Manifestantes fazem ato contra Bolsonaro, contra o racismo e a favor da democracia em São Paulo. Disponível em <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2020/06/07/manifestantes-fazem-protesto-contr-a-bolsonaro-no-largo-da-batata-zona-oeste-de-sao-paulo.ghtml>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹²⁴ Manifestantes fazem atos contra Bolsonaro e a favor da vacina: veja fotos dos protestos pelo Brasil. Disponível em <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/05/29/manifestantes-fazem-atos-contr-a-bolsonaro-e-a-favor-da-vacina-veja-fotos-dos-protestos-pelo-brasil.ghtml>. Acesso em 01 jun. 2025.

Foi também durante a pandemia que, nos Estados Unidos, George Floyd, um homem negro de 46 anos, foi estrangulado por um policial branco que manteve o joelho pressionado em seu pescoço durante uma abordagem motivada pela suspeita de uso de uma nota falsificada de vinte dólares em um supermercado. O caso gerou revolta global e impulsionou o movimento *Black Lives Matter*, que rapidamente se espalhou pelo mundo, trazendo à tona o debate sobre o racismo estrutural e a violência contra corpos negros. No Brasil, a cobertura do caso também teve repercussões na mídia. Na GloboNews, o programa *Em Pauta* discutiu o episódio com uma bancada composta exclusivamente por jornalistas brancos, o que gerou fortes críticas nas redes sociais. No dia seguinte, em resposta às críticas¹²⁵, a emissora voltou ao tema com uma nova escalação: apenas jornalistas negros foram convidados para debater o caso e compartilhar suas próprias experiências atravessadas pelo racismo. Essa edição foi posteriormente reprisada na TV Globo, no horário do *Globo Repórter*.

Uma vez instalada a pandemia, sem a previsão para suspensão das medidas emergenciais de regulação e controle da contaminação estabelecidas pelas instituições, tal como a recomendação de ficarmos confinados em casa, a programação televisiva seguiu ditando o ritmo desses tempos marcados pelo desconhecido e inesperado, se reafirmando como elemento estruturante do cotidiano, marcando nossas experiências em meio à suspensão da normalidade. Ainda que o cenário seja excepcional, essa função não é nova: ela já aparece na primeira formulação das mediações, especialmente quando se trata da cotidianidade familiar, proposta por Jesús Martín-Barbero e que foi foco da nossa atenção no primeiro capítulo. A televisão é aqui compreendida como parte das tramas que organizam o tempo social e doméstico na pandemia e como mediadora das tensões e rupturas aqui rememoradas.

Vimos todas as emissoras suspenderem sua programação de entretenimento, mantendo no ar – e ampliando o tempo de tela – da sua programação telejornalística, que dava conta das especulações, dos medos, ansiedades, rumores e expectativas do que ainda não sabíamos exatamente do que se tratava. Ao passo que o período de indicação de confinamento foi se ampliando, aqueles que podiam estar em casa mantiveram-se atentos à tela da televisão e viam, dia a dia, o número de mortes aumentando, as investidas de negacionismo por parte do governo federal e seus apoiadores. Em meio a uma avalanche de desinformações e versões conflitantes que circulavam por múltiplos meios, intensificada pelos constantes ataques ao jornalismo e pela tentativa de deslegitimar profissionais e instituições de imprensa – vindas, em grande

¹²⁵ Após polêmica, GloboNews escala profissionais negros para debater racismo no Em Pauta. Disponível em <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2020/06/apos-polemica-globonews-escala-profissionais-negros-para-debater-racismo-no-em-pauta.shtml>. Acesso em 01 jun. 2025.

parte, do próprio governo federal, seus ministérios e apoiadores – os telejornais reafirmaram seu papel como referência. Apesar das investidas que buscavam enfraquecer sua credibilidade, seguiram operando como instâncias de verificação, demarcando fronteiras entre fato e invenção, uma espécie de termômetro que indicava o quão próximo o vírus estava de cada um de nós.

A recomendação da OMS para que ficássemos em casa foi tomada institucionalmente por diversos canais de televisão, redes sociais, plataforma de *streaming* e de compartilhamento de vídeos a partir da hashtag #FiqueEmCasa. Em texto que escrevi junto com os colegas Elisa Araújo, Isabela Furtado, Pedro Souza e Vinícius Micheletto, a fim de articular a *hashtag* e o uso de múltiplas telas durante a pandemia, apontamos que a #fiqueemcasa foi utilizada enquanto mecanismo de indexação que, ao ocupar espaço nas telas de inúmeros conteúdos audiovisuais – dos programas de TV aos vídeos do Youtube – aumentavam a circulação da necessidade de isolamento ao mesmo tempo em que mobilizava “diversos conteúdos e produtos, de música nos serviços de *streaming* a cursos em plataformas online de ensino, anúncio de sites de turismo, de cartão de crédito, até playlist de vídeos para assistir durante o isolamento social” (Almeida et.al, 2023, p. 64). Sua ampla utilização nas redes sociais, nos faz ver, portanto, que ela foi utilizada para comunicar e mobilizar diversos conteúdos e ações de propaganda e marketing – nas lives, sobretudo, onde diversas marcas atrelaram a comercialização de seus produtos à doações a partir da *hashtag* –, mas também uma infinidade de fotos, memes, vídeos, *reactions* que foram produzidas na pandemia.

Outra observação que nos faz ver o protagonismo que a televisão ganha com a pandemia é a forma como o espaço da tela passa a ser preenchido com imagens produzidas de uma maneira distinta às aquelas mais convencionais: nos telejornais, repórteres gravando entrevistas por videoconferências, pelo computador ou pelo celular; nos programas de auditório que aos poucos foram voltando para a grade, os auditórios foram substituídos por plateias virtuais e seus apresentadores, convidados e artistas performavam cada um de suas casas; as agendas culturais, que noticiavam semanalmente os shows, espetáculos teatrais e exposições museológicas, passavam a divulgar uma série de *lives* que os artistas passaram a fazer nas mais diversas ambiências digitais e também na televisão. Além das *lives*, notamos aqui, por conta da suspensão da programação voltada à categoria de entretenimento¹²⁶, a aposta nas ambiências digitais e plataformas de *streaming* como o lugar das experimentações dos formatos

¹²⁶ Pelo menos de março a junho de 2020, com exceção do reality show Big Brother Brasil da TV Globo que continuou no ar, novelas inéditas, programas de variedade, de auditório, transmissão de jogos, dentre outros, ficaram de fora da programação

que traziam a produção remota, feita em casa pelos realizadores, como uma possibilidade de criação frente às limitações impostas pelas instâncias de poder na pandemia.

Percebe-se também nesse período a intensificação das reprises. Reexibir e rever programas sempre foi parte integrante da cultura televisiva. As grandes emissoras de televisão do país têm suas grades compostas por horários dedicados às reprises. Os mais emblemáticos exemplos são os das séries *Chaves*, que é reprisado no SBT há décadas, ou *Todo mundo odeia o Cris*, que compõe há anos a programação da Record TV e a faixa *Vale a pena ver de novo* da TV Globo, presença cativa das tardes de segunda a sexta com a representação de novelas, mas os exemplos não se encerram aqui. Desenhos animados e filmes são constantemente reprisados. Nos canais fechados, é muito comum que as faixas da manhã e da tarde sejam quase que inteiramente ocupadas por reprises da faixa noturna. Durante os dois primeiros anos de pandemia, o que vimos foram as reprises ocupando espaços nas grades do horário nobre.

A TV Globo, por exemplo, com a impossibilidade de gravações de novos episódios de suas novelas, escalou títulos já exibidos para compor a programação dos horários das 18h, 19h e 21h, de abril de 2020 a novembro de 2021 – com um breve intervalo entre os meses de janeiro e março de 2021 quando foram exibidos os 20 capítulos inéditos restantes de *Amor de Mãe*. Os programas de auditório das mais diversas emissoras passaram a reprisar números musicais e entrevistas. Shows e competições esportivas antigas também passaram a ser exibidos, sobretudo nos finais de semana e nas emissoras de TV fechada.

De acordo com Gomes (2011a), “uma determinada obra, um determinado programa televisivo, no processo analítico, convoca nosso olhar para o processo cultural do qual participa” (p.127). Presentes nas grades de programação das mais diversas emissoras de televisão abertas e fechadas e no catálogo de algumas plataformas de *streaming*, os programas de auditório, de entrevistas, telejornais e *gameshows*, são marcas importantes da cultura televisiva. Com a pandemia, muitos programas sofreram adaptações ou interrupções. A presença e interação da plateia, os números musicais de diversos artistas, a proximidade entre entrevistador e entrevistado, ou entre atores em uma cena de novela, a dança das diversas câmeras no estúdio, convenções que conformam as marcas pelas quais identificamos os diversos gêneros televisivos, precisaram ser substituídas por outras formas culturais que, partindo de tecnicidades que conformam materialidades audiovisuais em cenário pandêmico, passaram a forjar rasuras nessas convenções tradicionais: ao lugar do estúdio de TV, a casa do apresentador e dos entrevistados; a plateia, agora virtual, dá conta de um traço de manutenção dessa convenção que é definidora do gênero; no lugar das câmeras de TV, as chamadas de vídeo e os compartilhamentos de telas.

Para Jesús Martín-Barbero (1997), é essencial entender as condições específicas de produção que deixam marcas nos formatos midiáticos, ou seja, os traços da estrutura produtiva que se manifestam nos produtos finais, refletindo a forma como a indústria televisiva recicla e adapta as demandas e usos dos diversos públicos. Essa noção de gramática, enquanto modos de fazer e produzir conteúdo, encontra raízes nas tradições narrativas, culturais e estilísticas, compondo uma espécie de diálogo com essas tradições. Complementando, Gomes (2011a) argumenta que a interação entre matrizes culturais e formatos industriais demanda a articulação de modos de uso que não apenas respondem às dinâmicas do capital, mas também se ajustam aos avanços tecnológicos, configurando um processo de constante adaptação e ressignificação na produção audiovisual.

O Mapa das Mediações (2008) e o Mapa das Mutações Culturais (2009), ambos de Martín-Barbero, nos fornecem os subsídios teórico-metodológicos basilares para compreender e analisar o fenômeno aqui estudado. No primeiro mapa, o eixo sincrônico, que tensiona as lógicas de produção e as competências de recepção, e diacrônico, que relaciona as Matrizes Culturais e os Formatos Industriais, são acionados para nos fazer ver a pandemia atuando como mediação de institucionalidades e as articulações das tecnicidades na conformação de materialidades audiovisuais pandêmicas. Articulado à estrutura de sentimento (Williams, 1979), o eixo diacrônico nos ajuda, ainda, a olhar para as distintas temporalidades que são evocadas pelas produções analisadas e que nos fazem ver, de forma historizada, as produções audiovisuais realizadas em contexto de pandemia.

Já o segundo também nos ajuda a entender e ampliar a noção de entorno tecnocomunicativo (Martín-Barbero, 2009), que nos é essencial para analisar o fenômeno aqui proposto, uma vez que há uma maior preocupação em entender a interface entre televisão e internet, intersecção que dá origem à ideia de formas mestiças de comunicação (Martín-Barbero, 2009). Para Gomes et.al (2017), essas formas “atuam ‘transversalmente’ em todos os meios” e problematizar as transformações tecnológicas “faz pensar as mediações na articulação com tempo e espaço, e é aí que se inserem as mutações culturais” (p.140). A fim de melhor entender as mudanças e pensar de que modo há diálogos entre os modos de fazer, ver e reconhecer a televisão em cenário pandêmico, tomando como ponto de tensionamento e articulação a noção de estrutura de sentimento e os mapas das mediações e das mutações culturais, lançaremos mão, a seguir, de uma análise de distintos produtos articulados em fluxo a partir da minha experiência com eles em um contexto pandêmico de isolamento.

4.1. As primeiras adaptações

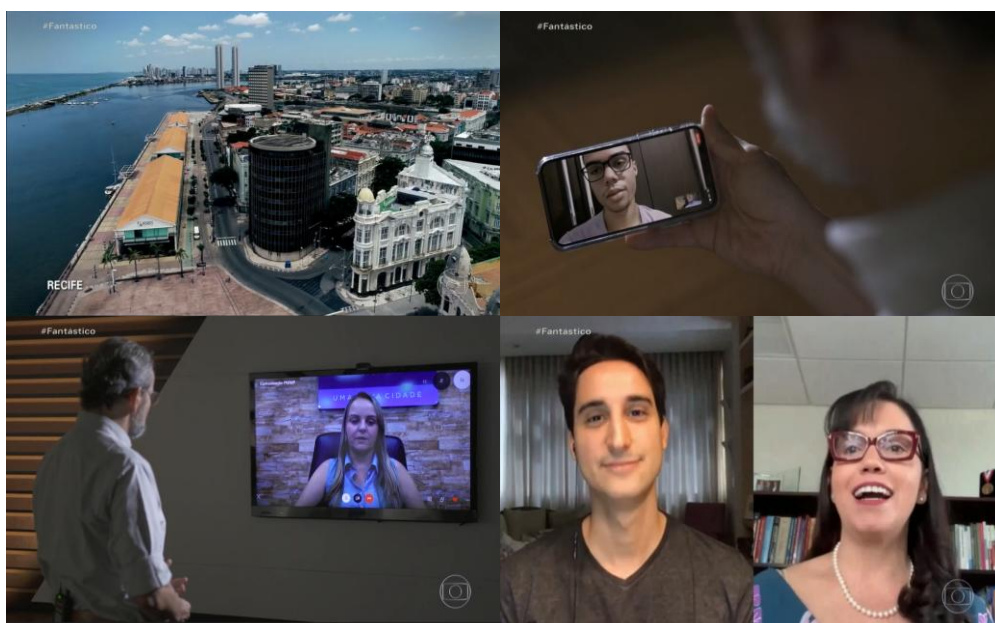
Ainda era a primeira semana da adoção das medidas de distanciamento e isolamento social. Quem pôde, foi instruído a ficar em casa, evitar as ruas e o contato físico com as demais pessoas. Muitos começaram, já naquela semana, a adotar o *home office*, as aulas por videoconferência. Outros muitos, sem essa possibilidade, seguiram suas rotinas sob o risco da contaminação. Dentre as muitas informações desconstruídas e os sentimentos de medo e incerteza, a revista eletrônica *Fantástico* que foi ao ar no dia 22 de março de 2020 nos dá pistas de como os demais programas televisivos passariam a se comportar a partir daquele momento, cujas características são apontadas por Vieira e Costa (2021) a partir de análise da grade de programação da Rede Globo em 2020. Para continuar as transmissões dos programas que continuariam sendo exibidos, via de regra aqueles do gênero telejornalísticos, “foi adotado o modelo não presencial de produção, com participantes em diferentes espaços físicos, com poucos equipamentos e profissionais”, resultando em programas “com poucas variações de planos e enquadramentos, com predomínio de planos estáticos, em contraste com as imagens de programas realizados em estúdio, onde há total controle de luz, de som e de movimentos de câmera (óticos e mecânicos)” (p. 309)

O semanário começa mostrando imagens aéreas, feitas por drone, de diversas cidades do país, com ruas, praças, praias e pontos turísticos vazios. Cobrindo essas imagens, o texto lido em *off* por Poliana Abritta e Tadeu Schmidt, reforça o impacto das imagens: “ruas vazias e famílias dentro de casa. É assim que o Brasil vai se proteger da pandemia de COVID-19”. O programa segue e os apresentadores, ainda nos primeiros minutos, informam que aquele é um programa especial sobre o vírus, sobre as medidas de isolamento e o estado de pandemia. Naquele dia, o país somava 1546 casos da doença e 10 óbitos. Tadeu Schmidt, então, faz uma ressalva: “você vai reparar que o programa está diferente, fizemos muitas entrevistas pela internet e tomamos todos os cuidados para proteger nossas equipes e os entrevistados”. E Poliana Abritta complementa: “O Fantástico está se adaptando às circunstâncias extraordinárias que a gente tá vivendo, mantendo o compromisso jornalístico com você”.

O programa segue e as diferenças na produção vão se apresentando. Já na primeira matéria, o repórter Ernesto Paglia aparece interagindo com um entrevistado diretamente de um celular e na sequência conversa com outra entrevistada por webcam acoplada a uma tela maior. As entrevistas foram gravadas por videoconferência. O plano de filmagem é feito para mostrar a interação do repórter com as telas e em alguns momentos a imagem da videoconferência ganha todo o espaço do enquadramento da tela. Em outro momento do programa, o repórter

Murilo Salviano aparece em tela dividida com a entrevistada. Ambos estão em suas casas e a entrevista também foi gravada remotamente, via internet.

Figura 17 – Frames do programa *Fantástico* do dia 22/03/2020



Fonte: Globoplay

O caráter remoto é inerente à produção televisiva desde o surgimento das transmissões via satélite. Seu marco iniciático se deu em 1962, entre a Europa e os Estados Unidos¹²⁷. No Brasil, segundo Willians Balan (2012), em agosto de 1982, foi lançado o Brasilsat-1, o primeiro satélite brasileiro de comunicações, marcando o início de uma nova etapa na transmissão televisiva nacional. A partir de então, as emissoras passaram a contar com um recurso tecnológico capaz de distribuir programação em tempo real por todo o território brasileiro. Segundo o autor, a TV Globo se dedicou a estruturar rotinas operacionais e estratégias de geração de programação em rede, buscando maior eficiência nessa nova configuração. Já a TV Bandeirantes se adiantou e optou por uma abordagem mais direta, transmitindo via satélite o mesmo sinal exibido em São Paulo, fazendo com que suas afiliadas se adequassem à grade paulistana para manter a uniformidade da programação.

A televisão produzida "de longe", então, passa a configurar a cara das transmissões que compunham a programação. Mas, mesmo antes disso, através do videoteipe, já era possível ter

¹²⁷ Em 10 de julho de 1962, a NASA lançou o Telstar I, satélite responsável por viabilizar a primeira transmissão de imagens de televisão ao vivo entre os Estados Unidos e a Europa. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/1962-nasa-lan%C3%A7a-o-primeiro-sat%C3%A9lite-de-comunica%C3%A7%C3%B5es/a-589757>. Acesso em 01 jun. 2025.

acesso a programas gravados "fora" dos estúdios. Se tomarmos o telejornalismo, a gravação de matérias também são exemplos de como o remoto se mostrava consolidado. Com a internet, o processo de produzir televisão remotamente se simplifica. Já é comum ver links ao vivo serem estabelecidos usando a conexão da internet e não mais a transmissão via satélite. A partir da década de 2010, passa a se observar no telejornalismo brasileiro uma tendência, sobretudo dos canais fechados de notícias, tais como Globo News e CNN, de fazer a entrada de repórteres via videoconferência, sobretudo quando se tratava de noticiário internacional.

Aqui, já se apontava para essa possibilidade do remoto via internet como modo possível de fazer televisão. Nota-se que essas entradas ao vivo dos repórteres internacionais articulavam tecnicidades que agora, durante o período pandêmico e pós-pandêmico apontam para uma possível consolidação de convenção: imagens com baixa resolução, captadas por um celular ou pela webcam do computador, áudios captados diretamente dos microfones internos dos dispositivos ou pelos microfones dos fones de ouvido. Ou ainda a utilização, também nos telejornais, das imagens registradas por câmera de segurança, pelo cidadão comum utilizando celulares, câmeras portáteis ou aquelas cedidas por instituições oficiais, como a polícia. Segundo Gutmann (2014), esses materiais audiovisuais produzidos por terceiros, quando são acionados, convocam uma poética do registro amador e passam a atuar estrategicamente na produção de sentido de ampliação do mundo.

Pensando através dessa miríade de exemplos e partindo da compreensão comum de que tudo que foi gravado ou transmitido fora dos estúdios televisivos pode ser considerado remoto, de qual remoto falamos aqui? O que a pandemia nos deixa ver nesse tensionamento do remoto é o caráter caseiro: a produção televisiva feita em casa, sem grandes estruturas técnicas. O remoto caseiro passou a fazer parte de grande parte da programação televisiva, do telejornal ao *talk show*, do programa de auditório ao de variedades. O material audiovisual caseiro já nos era familiar desde a cultura *vlogger*, que se popularizou com o Youtube e ganhou ainda mais espaço com as redes sociais, em especial o Instagram. Influenciadores e *vloggers* tomam a casa como sua base de produção. O quarto, a sala, a varanda, esses espaços sempre aparecem em grande parte desses vídeos.

Na televisão, a casa esteve limitada aos estúdios montados ou às cidades cenográficas ou ainda ao uso de casas como locações, devidamente produzidas e estruturadas para as gravações de telenovelas ou séries, por exemplo. Ou ainda quando equipes de reportagem vão até as casas de seus personagens para realizarem gravações e transmissões ao vivo. O caráter caseiro do remoto que estamos tratando aqui, se dá não somente pelo fato de ser a casa a locação, mas também pela estrutura utilizada para a produção. Enquanto éramos instruídos a

ficar em casa, eram também de casa que parte da programação televisiva era produzida. Essa relação com a pandemia instabilizou o fazer, o assistir e o espaço/modo caseiro.

Os programas jornalísticos policiais e os links ao vivo realizados nos mais diversos programas televisivos também nos apresentavam uma das materialidades que durante a pandemia se tornou bastante presente: a tela dividida. A utilização dessa gravação remota, caseira e via internet, configurada não só nos telejornais, mas também em programas de variedades ou de auditório, nos possibilita ver um modo de fazer que já estava acionado. Era muito frequente ver apresentadores chamando seus correspondentes, repórteres, e o espaço da tela ser dividido em dois ou mais enquadramentos ou ainda quando a câmera do estúdio enquadra, em um plano conjunto, o âncora e uma tela onde aparecem os correspondentes.

Figura 18 – Frames dos programas *Em Pauta* da Globo News e *Entrevista CNN* da CNN Brasil



Fonte: Google Imagens

Tais características se apresentam também em outros gêneros televisivos, como o programa de auditório. O *Altas Horas*, por exemplo, teve suas edições inéditas interrompidas em março de 2020. No seu lugar, “edições especiais” do programa, composta por reprises, foram escaladas para ocupar o espaço da grade. No início dessas edições reprisadas, o apresentador Serginho Groisman aparecia de sua casa, usando fones de ouvido, numa gravação feita por videoconferência, saudando e convidando a audiência a assistir a reprise. Em junho daquele ano, o programa já passa a ser exibido com mesclas de reprise e entrevistas por videoconferência com alguns convidados. O programa volta às edições inéditas a partir de 11 de julho de 2020, já com outras adaptações ao formato, com novos quadros, mais participações de entrevistados. O cenário da casa do apresentador é produzido com elementos de direção de arte e cenografia, como letreiros luminosos, aparelhos de televisão de tubo – que fazem referência à cenografia presentes no estúdio original – que aparecem no segundo plano do

enquadramento, para manter a familiaridade com o visual do programa, como uma tentativa de mascarar o aspecto caseiro da produção.

O programa se manteve com esse formato até 12 de dezembro de 2020, quando voltou a ser gravado em estúdio, com apresentações musicais que mesclavam números presenciais e remotos gravados das casas dos artistas convidados. É interessante observar como se dá a interação dos participantes dessa edição de retorno¹²⁸: o programa começa com imagens de Serginho Groisman testando se a plateia virtual estava ouvindo e vendo tudo, abraçando a tela onde a atriz Paola Oliveira estava sendo exibida e cumprimentando com o cotovelo o cantor Daniel e a cantora Paola Oliveira. Nota-se ali um estranhamento, não só pela interação híbrida, mas principalmente pelo contato presencial. No dia em que o programa foi ao ar, o Brasil acabara de passar a marca de 180 mil vítimas da COVID-19 e naquela semana, em 08 de dezembro, havíamos acompanhado o início da vacinação no Reino Unido. Um dia antes, o então governador de São Paulo, João Dória, havia prometido iniciar a vacinação do estado no final de janeiro de 2021¹²⁹.

Figura 19 – Frames do programa Altas Horas



Fonte: Google Imagens

¹²⁸ Disponível em <https://globoplay.globo.com/altas-horas/t/F2vsNtmNSQ/data/12-12-2020/>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹²⁹ Dória anuncia plano de vacinação antes de aprovação da CoronaVac no Brasil. Disponível em <https://www.jota.info/saude/doria-coronavac>. Acesso em 01 jun. 2025.

Para compor a plateia, manequins vestidos com roupas variadas foram dispostos nas arquibancadas do estúdio, substituindo o público presencial. No lugar das cabeças, telas exibem os rostos dos participantes remotos, conectados virtualmente e apresentados em formato vertical, permitindo que interajam ao vivo com o apresentador e os convidados. No caso do *Altas Horas*, essa solução visual e técnica revela mais do que uma simples adaptação às exigências sanitárias: evidencia um esforço de manter a que é dominante nas convenções do gênero programa de auditório. Mesmo diante de um cenário de ruptura, o programa buscou preservar sua forma reconhecível, sustentando elementos que garantem sua identificação junto ao público. Vemos aqui a resiliência dos gêneros televisivos, que, ao sofrerem rasuras, se valem de uma certa gramática de ação, de um esforço para não descaracterizar as formas pelas quais o programa é reconhecido pelo público. Ao manter o diálogo do apresentar com convidados e plateia, mesmo que por telas ou por encenar a presença do público no estúdio com manequins trajando figurinos, o *Altas Horas* reitera aquilo que o torna legível, familiar e significativo para os espectadores.

Outros programas de auditório assumiram, até mesmo antes do *Altas Horas*, reconfigurações de linguagens similares. O *Domingão do Faustão*, à época pertencente à grade da Rede Globo, tem na presença da plateia sua força impulsionadora dos números musicais, entrevistas e quadros especiais. O programa do dia 15 de março de 2020, no início da pandemia, foi ao ar direto dos estúdios e com a plateia vazia. Após a adoção da plateia virtual, tal como na modalidade tradicional do programa, os participantes são indicados pela produção a vestirem uma cor definida de camisa, num movimento de manter a identificação das caravanas. Cada participante ocupa um quadro no grande telão que é colocado no mesmo lugar do estúdio onde antes ficava a arquibancada onde o público assistia ao programa ao vivo.

O que se percebe nas versões remotas e caseiras de um programa de auditório é que a presença de uma plateia virtual e de números musicais, embora sejam marcas importantes do gênero, não são o suficiente para que o programa mantenha uma linha de identificação convencional. Com menos possibilidades de produção, a ausência dos jogos de câmera nos estúdios, e sem a dinâmica dos cortes de imagem de uma câmera para outra, esses programas ficam mais próximos do gênero *talk show*, por conta da centralidade que as entrevistas ocupam. Essas aproximações entre programas de diferentes gêneros durante a pandemia nos ajudam a perceber o quanto as formas televisivas não operam dentro de limites estanques. As materialidades audiovisuais pandêmicas expõem de forma ainda mais potente a atuação da estabilidade em fluxo e um entrelugar em que os gêneros se misturam e se reformulam. O que

aparece na tela nos mostra que as convenções de gênero não são estruturas rígidas, mas instâncias em disputa e dadas às transformações.

Sobre essa questão, Jason Mittell (2004) nos propõe que os gêneros não devem ser entendidos como categorias estáveis, mas como discursos em constante negociação, cujos significados são construídos por produtores, emissores e espectadores em diferentes contextos históricos. Ainda na introdução de seu livro *Gênero e Televisão*, Jason Mittell chama atenção para a dificuldade em se determinar com precisão a qual gênero pertence um determinado programa. Ele ilustra essa ambiguidade a partir de uma conversa com uma amiga sobre a série *Northern Exposure*. Para Mittell, a série se enquadraria como drama, tendo como base elementos como sua duração, os prêmios recebidos e as categorias em que foi indicada em premiações tradicionais. Sua amiga, no entanto, insistia que se tratava de uma comédia *sitcom*, já que o programa a fazia rir.

Esse exemplo, para o autor, não é mobilizado para resolver a disputa sobre quem está certo, mas para evidenciar o quanto os gêneros televisivos não são categorias fixas ou exclusivamente determinadas pela indústria. Pelo contrário, eles operam como construções em constante negociação. Para Mittell, o mais interessante não é encerrar a discussão com base em classificações formais, mas sim compreender a complexidade dos gêneros como categorias abertas, onde convenções coexistem com a experiência do espectador. Uma abordagem contemporânea sobre os gêneros televisivos propõe lançar atenção aos processos culturais que o envolvem, reconhecendo o papel ativo que essas categorias exercem na mediação entre mídia e sociedade.

Ao considerar o gênero como uma prática multifacetada e contínua, em vez de um componente textual, podemos perceber que a categorização genérica aponta para muito mais do que simplesmente determinar se *Northern Exposure* é uma comédia ou um drama. Ela oferece uma compreensão mais profunda sobre as formas específicas pelas quais nosso meio cultural mais disseminado molda o mundo social por meio de diferenças e hierarquias categóricas. Essa teoria do gênero posiciona as distinções e categorias genéricas como processos ativos, inseridos nas políticas culturais e constitutivos delas, revelando como os meios de comunicação interagem com a cultura e a influenciam — e como aspectos pouco examinados da mídia, como os gêneros, são relevantes. (Mittell, 2004, p. xii, tradução nossa¹³⁰)

Essa perspectiva destaca o papel do gênero enquanto mediador na construção de sentidos, identidades e modos de reconhecimento. Em vez de classificações fixas, os gêneros

¹³⁰ Do original em inglês: “By considering genre an ongoing multifaceted practice rather than a textual component, we can see how genre categorization points to much more than just whether *Northern Exposure* is a comedy or a drama, providing greater insight into the specific ways in which our most widespread cultural medium shapes our social world through categorical differences and hierarchies. This theory of genre situates genre distinctions and categories as active processes embedded within and constitutive of cultural politics, pointing to how media engage with and shape our culture, and how underexamined facets of media, like genres, matter”.

devem ser compreendidos como práticas sociais dinâmicas, atravessadas por disputas simbólicas e contextos históricos, industriais e políticos. Mittell defende que com a intensificação da segmentação de nichos e da combinação entre formatos, os gêneros podem ter se tornado ainda mais centrais na organização e no entendimento da paisagem televisiva contemporânea do que em períodos anteriores. E reforça que embora os gêneros se apresentem majoritariamente em formas híbridas, ocasionando em muitos casos certa indefinição de em qual categoria um determinado programa pertence, sua relevância permanece, justamente por operarem de maneira significativa dentro dessas misturas. Por isso, mesmo que o *Altas Horas* ou outros programas de auditório na pandemia fiquem próximos dos formatos de *talk shows*, ainda assim certas marcas do gênero programa de auditório se apresentam e nos indiquem traços de reconhecimento (como as plateias, mesmo que virtuais, as performances musicais e os momentos de entrevistas com os convidados e público).

A partir de Martín-Barbero (1997) entendemos que essas mutações nos gêneros não são apenas adaptações técnicas ao contexto pandêmico, mas formas pelas quais se reorganizam as relações entre produção e formatos industriais. Os programas, ao partilharem recursos e estratégias semelhantes em suas lógicas de produção, articulam tecnicidades que se relacionam com os modos de reconhecimento que acionamos quando estamos em contato com a televisão. A noção de estrutura de sentimento de Williams (1979) nos convoca a perceber essas transformações nos modelos de fazer e sentir as convenções dessas materialidades audiovisuais pandêmicas enquanto expressão de um momento histórico.

A fluidez dos gêneros durante a pandemia pode ser lida, nesse sentido, como sintoma de um tempo em que a sociedade, a cultura e os modos de estar no mundo estavam em crise e buscando novas formas de expressão e reconhecimento. Compreender a televisão enquanto tecnologia e forma cultural (Williams, 2016) na pandemia, nos ajuda a articular os modos de reconhecer as convenções de distintos gêneros e seus pontos de contato. Ao demarcarmos a semelhança entre programas de auditório e *talk shows*, por exemplo, queremos destacar esse borramento de fronteiras que se intensifica quando os próprios modos de produção e os sentidos passam por rasuras. A pandemia exacerbou esse movimento e nos deixou ver como os gêneros televisivos são, ao mesmo tempo, lugar de permanência, reconhecimento e transformação.

O retorno do *Altas Horas* e de outros programas de auditório aos estúdios – que teve início ainda no final de 2020 – pode ser compreendido como um movimento de reaproximação às convenções tradicionais do gênero, marcadas pela presença do público, pelo clima de espetáculo ao vivo e pela interação entre apresentadores, plateia e convidados. Após meses de adaptações impostas pelas restrições sanitárias da pandemia, como gravações remotas,

ausência de público e mudanças no formato de produção, esse retorno gradual sinaliza uma tentativa de resgatar a dinâmica característica desses programas, ainda que em novas condições.

Esse processo foi marcado por diferentes etapas e níveis de retomada, como se observa no caso do Domingão com *Huck*, que estreou em 5 de setembro de 2021 com transmissão ao vivo e com a presença do público no estúdio – ainda que em número reduzido e sob rígidos protocolos de segurança, como o uso de máscaras, o distanciamento entre as cadeiras e exigências de vacinação. O mês de setembro terminou como o que menos registrou mortes até aquele momento no ano¹³¹. Àquela altura, o Brasil já havia aplicado a primeira dose da vacina contra a COVID-19 em mais de 139 milhões de pessoas, ao mesmo tempo em que o número de mortes ultrapassava a marca de 584 mil. O retorno ao estúdio, portanto, representou um momento de transição, em que as emissoras, produtoras e equipes buscavam se adaptar diante das condições sanitárias e de produção, mantendo os traços estruturais do gênero, ao mesmo tempo em que continuavam incorporando marcas visíveis da pandemia. Indica, ainda, não só uma retomada logística das rotinas de produção, mas também uma rearticulação das formas de ver, fazer e sentir a experiência televisiva.

Pela chave das tecnicidades, a reinserção da presença física da plateia e dos convidados funciona como operador na construção da ambiência sensorial do espetáculo, juntamente à volta dos aplausos ao vivo, das reações do público, da movimentação das câmeras e do apresentador no palco. O estúdio volta a funcionar como espaço de coletividade, de orquestração das marcações do televisivo, das convenções que marcam os programas e conferem um certo ar de normalidade se reestabelecendo. No campo das institucionalidades, os governos estavam flexibilizando o isolamento para quem tinha tomado a vacina, o que possibilitou esse retorno, o que nos sinaliza uma tentativa da televisão de reafirmar seu papel como mediadora da vida cotidiana, o lugar da ordem: o estúdio volta a ser o espaço de autoridade e legitimidade.

4.2. Os programas pandêmicos

Nos primeiros meses da pandemia, enquanto eu trabalhava de casa ministrando aulas, passei a usar os finais de semana, e os poucos momentos livres em geral que ainda me restavam,

¹³¹ Setembro termina como o mês com menos mortes por Covid em 2021 no país; foram 16.275 vítimas. Disponível em <https://g1.globo.com/saude/coronavirus/noticia/2021/09/30/setembro-termina-como-o-mes-com-menos-mortes-por-covid-em-2021-no-pais-foram-16275-vitimas.ghtml>. Acesso em 01 jun. 2025.

para buscar, também através das telas, formas de entretenimento que ajudassem a atravessar aquele período. Minha relação com a televisão aberta se manteve constante, sobretudo com alguns programas que já acompanhava e que, naquele momento, estavam passando por adaptações visíveis em função das medidas de segurança sanitária contra a Covid-19. Foi o caso, por exemplo, do *Altas Horas*, do *Domingão do Faustão* e de outros programas de auditório, cujas mudanças na disposição do público, na presença da plateia e na dinâmica de interação evidenciavam, materialmente, o estado de pandemia, como vimos há pouco.

Ao mesmo tempo, enquanto navegava pelos catálogos das plataformas de *streaming* em busca de conteúdos que atendessem a esse desejo por leveza ou distração, comecei a perceber o surgimento de novos programas que já incorporavam, em sua forma e linguagem, as marcas da pandemia. Esse período, que compreende aproximadamente os meses entre maio e agosto de 2020, coincidiu com o momento em que comecei a organizar minha rotina de espectador como parte do processo de elaboração do projeto de pesquisa que viria a ser submetido ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA, em agosto daquele ano. Esses programas, portanto, não apenas alimentaram minhas vivências enquanto espectador confinado, mas também foram fundamentais na construção do olhar analítico que sustenta esta pesquisa, contribuindo para a formulação das hipóteses que busco aqui defender sobre as transformações contemporâneas do audiovisual televisivo. Dessa maneira, os programas que serão acionados a seguir se configuraram, ainda naquele primeiro momento, como indícios relevantes daquilo que eu intuía ser um movimento significativo: a reconfiguração dos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão em um contexto atravessado pela pandemia.

Eu percebi nessas incursões que o serviço de *streaming* Globoplay, naquele momento, se apresenta como uma espécie de “balão de ensaio” da Rede Globo para o lançamento de novos formatos, como o *game show* *Cada um no seu quadrado* e o *talk show* *Eduardo Sterblitch não tem um talk show: o talk show*. Toda a produção de ambos os programas foi feita remotamente, das casas dos realizadores. A plataforma também hospedou o projeto *Sinta-se em casa*, do humorista Marcelo Adnet, que era composto por vídeos curtos, diários, produzidos de casa pelo próprio humorista, que eram escoados também nas redes sociais da emissora. Além dos programas televisivos ou associados à plataforma Globoplay, os videocliques – que, sobretudo nos primeiros meses da pandemia, foram produzidos em grande medida dentro da lógica remota –, as séries produzidas para outras plataformas de *streaming* – a exemplos de *Feito em casa* e *Distanciamento Social*, ambas na Netflix – e canais do Youtube, a exemplo do Porta dos Fundos, também passaram a produzir conteúdo de modo remoto e caseiro.

O programa *Sterblitch não tem um talk show: o talk show*¹³² (ou #NTEMUMTALKSHOW, como ficou conhecido nas redes sociais), estreou sua primeira temporada, composta por treze episódios, ainda no primeiro semestre de 2020 e teve uma segunda temporada, com outros nove episódios, no segundo semestre deste mesmo ano. Apresentado pelo ator e humorista Eduardo Sterblitch, o programa é uma adaptação de um espetáculo teatral de mesmo nome, onde o ator ironizava o fato dele ser um comediante, mas não ter um programa de entrevistas para chamar de seu, diferentemente de outros colegas de profissão. Gravado em um estúdio na casa do apresentador, o *talk show* utiliza o *Chroma Key* como recurso de arte, um elemento residual que o aproxima de uma estética característica da MTV Brasil. O extinto canal é claramente uma grande matriz cultural midiática em “#NTEMUMTALKSHOW”, não apenas por esse recurso técnico, mas também pela forma de condução escrachada do apresentador que rememora os últimos anos do canal, cuja programação era amplamente composta por programas de humor.

O programa pode ser visto, portanto, a partir da articulação entre os conceitos de formas mestiças (Martin-Barbero, 2009) e intermedialidade (Rajewsky, 2012), uma vez que exemplifica de maneira concreta como a intersecção entre diferentes linguagens midiáticas pode dar origem a novas formas híbridas de comunicação, demarcando a emergência de contaminações e hibridizações no contato entre fronteiras midiáticas. O programa, por ser derivado de um espetáculo teatral homônimo, é em si uma forma mestiça, pois transpõe elementos do teatro para o formato televisivo e, simultaneamente, os adapta às dinâmicas da internet e das redes sociais. Essa migração e reconfiguração não apenas dialogam com a ideia de intermedialidade, mas também demonstram como diferentes matrizes culturais – como o teatro, a televisão e a cultura digital – interagem para criar um produto que desafia classificações rígidas de gênero ou formato. Por exemplo, a utilização do *Chroma Key* não se limita a um recurso técnico; ao remeter explicitamente à estética irreverente utilizada pela MTV Brasil, por exemplo, ele reativa uma memória televisiva e insere o programa em um circuito de referências culturais que ultrapassa o presente, mesclando temporalidades distintas.

O caráter fronteiro de #NTEMUMTALKSHOW também se revela na condução do apresentador, cuja performance escrachada remonta ao humor típico dos últimos anos da MTV Brasil, mas que, ao ser transposta para um contexto do *streaming* e das redes sociais, assume contornos diversos e próprios das ambiências digitais. A estética do programa, marcada pela improvisação e pelo tom irônico, reforça a ideia de hibridização, pois mistura códigos

¹³² Disponível em <https://globoplay.globo.com/sterblitch-nao-tem-um-talk-show-o-talk-show/t/yLcjVMDhFZ/>. Acesso em 01 jun. 2025.

tradicionais de um *talk show* com elementos que pertencem às linguagens do teatro, da internet e da televisão.

O programa também exemplifica como a intermedialidade, ao potencializar mescla entre diferentes mídias e linguagens, resulta em um produto que não apenas reflete as transformações culturais em curso, mas também as provoca. Ao incorporar elementos de diversas mídias, constrói uma narrativa que só se torna possível no ambiente de ampla conectividade e diálogo das ambiências digitais. Assim, ele se estabelece como uma obra que não apenas utiliza as linguagens de múltiplas mídias, mas também as subverte e reinventa, reafirmando a relevância das formas mestiças como categoria analítica para pensar o audiovisual contemporâneo

O uso da plateia virtual no programa #NTEMUMTALKSHOW reforça a noção de formas mestiças na televisão, ao combinar convenções tradicionais do gênero, as possibilidades tecnológicas emergentes e as exigências impostas pelo distanciamento social. Mesmo mediada por telas, a presença da plateia preserva um elemento estrutural dos programas de auditório e *talk shows* – a interação entre apresentador e público – ao mesmo tempo em que a ressignifica, promovendo outras dinâmicas de participação que se alinham às práticas de interatividade das ambiências digitais. Essa estratégia evidencia como a pandemia catalisou para a hibridização das linguagens midiáticas, incorporando interfaces digitais, como videochamadas e reações em tempo real, ampliando o repertório expressivo do formato, reforçando a espontaneidade e a troca com o público.

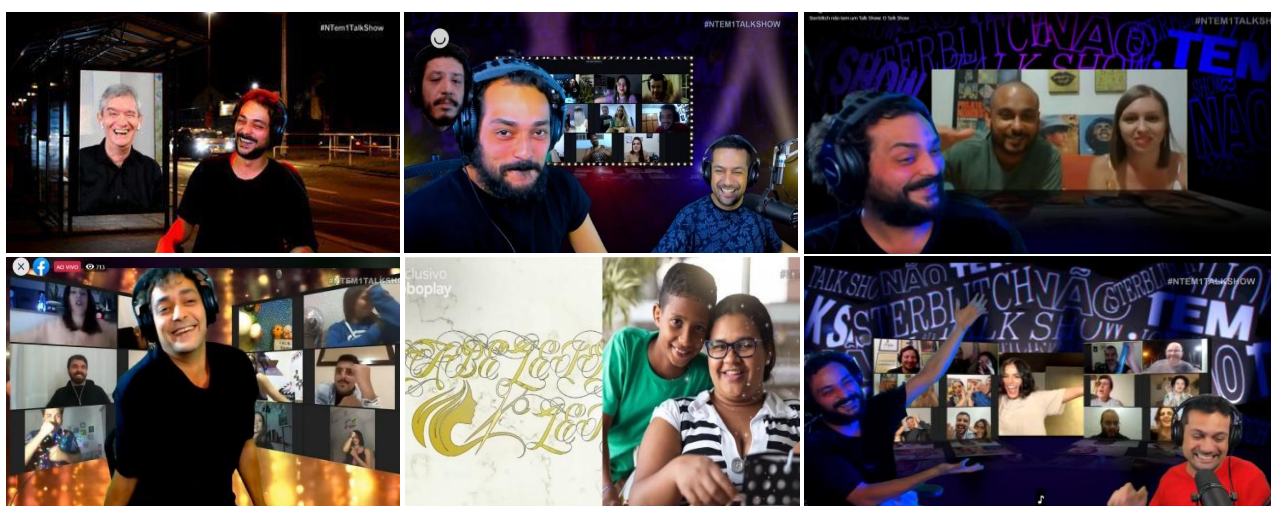
Eu tive a oportunidade de participar de uma das gravações do #NTEMUMTALKSHOW (figura 16), mais precisamente do episódio de estreia da segunda temporada, o que me permitiu observar de perto a dinâmica completa de produção do programa. O processo teve início com o preenchimento de um formulário disponibilizado no site oficial do programa, onde manifestei meu interesse em participar da plateia virtual. Após essa etapa inicial, fui contatado por uma produtora da equipe, que confirmou minha seleção e compartilhou uma série de orientações práticas. A gravação seria realizada por meio da plataforma Zoom, o que exigia que o aplicativo estivesse previamente instalado em meu computador ou smartphone. Para facilitar a comunicação entre produção e participantes, foi criado um grupo no WhatsApp com todos os integrantes da plateia. Durante toda a gravação, era imprescindível permanecer conectado e com a câmera ativada, garantindo assim a composição visual da plateia virtual em tempo real. Além disso, nos solicitaram o envio de uma breve apresentação minha e da minha companheira, que participaria comigo da

transmissão. Também fomos orientados a preparar um cenário em algum espaço da casa que pudesse compor o mosaico de telas exibido durante a videoconferência.

No momento da gravação, a plateia virtual era composta por dezesseis pessoas, que não apenas assistiriam à gravação, mas também participariam ativamente dela. Antes do início da entrevista principal, com o convidado daquela edição, o apresentador interagiu com alguns integrantes da plateia, chamando-os nominalmente para uma breve conversa. As falas eram guiadas pelas informações previamente enviadas à produção, como curiosidades pessoais e a cidade de origem, e havia também a possibilidade de formular perguntas ao convidado.

No momento do anúncio da entrada da convidada, a atriz Bruna Marquezine, o apresentador Eduardo Sterblitch solicitou que todos os participantes da plateia virtual abrissem seus microfones para gritar e aplaudir, simulando a reação calorosa típica dos estúdios presenciais. A previsão inicial era de que a gravação ocorresse entre 21h e 23h, mas acabou se estendendo até por volta da meia-noite, em grande parte devido a problemas técnicos comuns em videoconferências, como quedas de conexão e instabilidades na transmissão, que comprometeram o andamento contínuo dos trabalhos. Essa vivência nos revela não apenas os bastidores do processo de adaptação de um programa às restrições impostas pela pandemia, mas também nos mostra como a equipe de produção estabelece protocolos para manter as dinâmicas de interação com o público, mesmo em ambiente remoto.

Figura 20 - *Frames* do programa #NTEMUMTALKSHOW. Na terceira imagem, da esquerda para a direita na linha superior, um registro da minha participação na gravação



Fonte: Globoplay

Essa experiência de participação na gravação do #NTEMUMTALKSHOW permite evidenciar o funcionamento de diversas técnicas e institucionalidades que operam nos bastidores desta produção televisiva em remota. A mediação por plataformas digitais, como Zoom e WhatsApp, revela a incorporação de ferramentas tecnológicas externas à dinâmica de gravação televisiva, integradas de a viabilizar não só a interação com o público como a própria realização da gravação. Nota-se, ainda, a presença de um protocolo institucional claramente definido, que organiza desde a seleção dos participantes até sua atuação durante a gravação, evidenciando um modelo de gestão da participação que busca controlar o imprevisto, mas sem eliminá-lo. As orientações da produção, a coleta prévia de informações pessoais, o uso da câmera ligada, a solicitação para pensar numa cenografia caseira e a construção de momentos de interação com o apresentador demonstram como essas mediações atuam para organizar as lógicas produtivas em contexto pandêmico.

Sem anunciantes publicitários, o programa inventa propaganda de marcas fictícias, num movimento de afirmação de uma das mais fortes convenções da televisão: o intervalo comercial. Aqui vemos uma forte referência à cultura dos memes e aos esquetes de humor, populares no Youtube. Uma dessas “propagandas de mentira” extrapolaram o programa: o comercial do salão de beleza da “Cabeleleila Leila”, foi um dos responsáveis pela popularização do programa – muitas pessoas, inclusive, conhecem o meme, mas não sabem que ele foi gerado dentro do programa, uma vez que receberam o vídeo por WhatsApp ou nos *feeds* do X (antigo Twitter) ou Instagram. O exemplo “Cabeleleila Leila” – cuja repercussão gerou ao programa um anunciante real, o banco digital Next – convoca a pensar sobre a noção de audiovisual em rede (Gutmann, 2021), entendida como uma perspectiva que situa a experiência audiovisual como um dos lugares privilegiados para perceber a experiência cultural na contemporaneidade. Para a autora, essa ideia de rede não se reduz a uma dimensão estritamente técnica nem ao conjunto de plataformas digitais; trata-se, antes, de compreender o audiovisual como parte de um tecido social amplo, no qual a comunicação se realiza de maneira disseminada e marcada por múltiplos centros de emissão e circulação. Ainda segundo Gutmann,

Agora, quando pensamos o audiovisual enredado no contexto digital, o sentido de tempo presente é potencializado não pela sensação de simultaneidade entre a transmissão televisiva e a minha recepção e nem apenas pelo sentido de presença, que implica minha participação, ainda que implícita, como interlocutora. Há uma dinâmica temporal mais complexa assentada na ideia de conectividade, que independe do tempo da transmissão direta do audiovisual, pois é ancorada e atualizada permanentemente pelos sentidos de múltiplas presenças. (Idem, p.70)

“#NTEMUMTALKSHOW”, embora pertença ao catálogo da Globoplay, tinha sua dinâmica de gravação de forma descentralizada: o programa começava a ser gravado nas redes sociais de Eduardo Sterblitch, que ia agitando sua audiência, já conversando via *live* com seguidores e artistas, numa espécie de aquecimento para a gravação, que acontecia em uma videoconferência, exibida ao vivo via internet pelo site e Facebook do Gshow. O compilado desses diversos momentos de gravação era veiculado na plataforma de *streaming*. Para Vilas Boas et.al (2022), essa lógica de produção chama atenção justamente por fazer investimento na interatividade como centro de sua construção narrativa, denotando “a tendência de hibridização entre as culturas televisiva e da internet, que é incorporada ao universo criativo da atração conformando um tipo de interatividade própria” (p. 16). Isso se justifica pois, além de espectadores, as pessoas que participam das *lives* compõem o programa: reagindo com o apresentador nas suas redes sociais; participando da gravação do programa diretamente de suas casas, usando as câmeras de seus computadores, *tablets* ou smartphones; atuando como entrevistados, quando interpelados pelo apresentador no início de cada programa; e fazendo o papel de entrevistadores, ao formular perguntas para os famosos convidados que participavam do programa - esses também filmados por suas próprias câmeras, em seus ambientes domésticos.

Dessa forma, o programa, enquanto forma mestiça de comunicação e por articular diversas formas audioverbovisuais em distintas ambiências midiáticas e digitais, nos remete ainda ao conceito de vetor, ou seja, um conjunto de

(...) expressões comunicacionais disparadas por um clipe, uma *live*, uma entrevista, um show, um *tweet*, uma série, uma reportagem, o episódio de um programa etc. e que são constituídas e percebidas sempre em rede. Ou seja: não são localizados e nem localizáveis em um meio, nem em um determinando “ponto” do rizoma, mas se constituem justamente pelo sentido de conectividade, multiplicidade e heterogeneidade (entre plataformas, entre expressões audioverbovisuais) (Gutmann, 2021, p.69)

Retomando o exemplo do meme “Cabeleleila Leila” para avançar nas discussões sobre a ideia de vetor, vemos na figura treze a forma enredada pela qual o programa vai tecendo significações e sendo permanentemente atualizado e presentificado pelo sentido de conectividade. E ainda segundo a autora, “a apreensão dos audiovisuais em redes é possível, em termos analíticos, a partir da identificação/localização de um vetor e dos fluxos disparados a partir e em torno dele” (idem, 2021, p.71). O que se está atrelado e quais as relações e desdobramentos que mobilizam imagens, sons e fluxos e que “deve estar sempre atrelada ao problema que se pretende investigar, por isso não há uma demarcação a priori sobre onde ele começa e onde termina” (ibidem).

Figura 21 – Representação visual de #NTEMUMTALKSHOW e suas conexões em rede



Fonte: Elaboração própria

Trazemos aqui, ainda, como o produto adquire complexidade, uma vez que articula sentido de conexão rizomática: o meme criado pelo programa vira matriz para a criação de diversas interações nas redes sociais, bem como performances no Youtube, como os vídeos *Devendando o meme: Cabeleleira Leila* do Canal Diva Depressão¹³³ e *Cabeleleira Leila - Origem do meme*, do Canal Cinco Mangos¹³⁴, que somam 930 mil visualizações e 761 mil visualizações, respectivamente. É interessante destacar a apropriação do vídeo do meme pelos usuários. Enquanto o vídeo¹³⁵ no canal oficial da Globoplay no Youtube soma 109 mil visualizações, o mesmo vídeo¹³⁶ postado no canal de Juliano Sposito, que não tem nenhuma relação de autoria com a obra, soma 4,5 milhões de visualizações.

Outro programa que chega até mim durante as buscas pelo “o que assistir”, mas já com interesses analíticos, é o *game show Cada um no seu quadrado*¹³⁷, também pertencente ao catálogo do Globoplay e apresentado por Paulo Vieira e Fernando Caruzo, que estreou em julho de 2020. Aqui chama atenção o caráter estritamente remoto e caseiro com o qual o programa foi produzido. A cada episódio, os apresentadores interagiam com outros quatro convidados, todos participando diretamente de suas casas. Os seis quadrados dividem o espaço

¹³³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Yz5ofZEE6lc>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹³⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UD9qOtjiH3c>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹³⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ncfBzkvAmLM>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹³⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XsYVERo8FtQ>. Acesso em 01 jun. 2025.

¹³⁷ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/cada-um-no-seu-quadrado/t/yWWfmvWPQn/>. Acesso em 01 jun. 2025.

da tela em todos os episódios, resguardando uma materialidade audiovisual próxima das videoconferências. Fazendo jus à produção remota, toda o roteiro do programa é pensado se valendo de dinâmicas que podem utilizar o espaço caseiro como campo de ação – a começar pelo próprio cenário em que os convidados escolhem para fazer a gravação, desde os escritórios, salas, bibliotecas pessoais, cozinhas e varandas – ou fazendo alusões à atividades que se tornaram rotineiras durante o período pandêmico, tais como as *calls* e aniversários *on line*.

Figura 22 – Frame do programa *Cada um no seu quadrado*



Fonte: Site do Gshow

No que se refere às convenções de um *gameshow*, embora sem plateia virtual, o programa busca seguir normas de gênero ao mesmo tempo em que tem que acolher mudanças no contexto da pandemia: além de um apresentador que media as dinâmicas, os convidados passam por desafios que são acionados, dentro dos quadros que conformam o programa, como buscar artigos ou objetos significativos e mostrar partes preferidas da casa. A sinopse do programa o descreve como “a melhor mesa de bar do mundo, mas cada um no seu quadrado”, reforçando a especificidade da gravação que respeita o distanciamento social, mas que conserva uma intimidade informal, garantida pela escolha dos convidados, todos amigos próximos ou colegas de trabalho, simulando uma cotidianidade que deixa o programa mais próximo do público. Paulo Vieira, em uma das falas iniciais do programa, reitera a proximidade: “tudo que você vir nesse programa, você pode fazer da sua casa. Convidar seus amigos, se divertir, jogar”.

Na mesma proposta de produções caseiras e remotas, o projeto *Feito em Casa* da Netflix foi lançado ainda nos primeiros meses da pandemia, em junho de 2020 e destoa dos demais títulos que compõem o catálogo da referida plataforma de *streaming*, convencionalmente

produções de alto orçamento, produzidas com alto padrão tecnológico. Primeiramente por se tratar de uma série de curtas metragens, formato que não é muito contemplado pelo catálogo da Netflix, mas sobretudo pelas lógicas de produção que nos deixam ver materialidades audiovisuais produzidas em contexto pandêmico e que não aparecem em obras ali presentes antes de março de 2020, bem como não se perpetuam em obras posteriores a esse período mais recrudescido da pandemia.

Composta por dezessete episódios, a antologia reúne a visão de diferentes diretores a respeito do isolamento social. Cada curta metragem que compõe a série foi possibilitado por lógicas de produção possíveis de serem viabilizadas de casa. Essas estratégias de produção podem ser entendidas também a partir do conceito de gambiarra, que pode ser entendido através da relação sinonímica com outros conceitos, como improviso, paliativo ou remendo. Nas artes, o termo é amplamente utilizado para pensar soluções criativas para problemas, como usar, na produção de filmes, bonecos para representar pessoas ou a gravação da tela do celular para retratar situações. Maria Fernanda Lopes et.al. (2021) entende essa noção de maneira mais ampla, para além da materialidade em si, a fim de abarcar manobras criativas empregadas em determinadas produções artísticas, “a maioria delas levada a cabo longe das condições habituais de produção ou de um possível mundo ideal dos equipamentos e estúdios” (p.114). Uma vez empregada ao campo do audiovisual, a gambiarra poderia ser aplicada, então, “a filmes de estilo caseiro (home móveis), produzidos sem grandes aparatos técnicos ou recursos de pós-produção” (p.120), como é o caso de “Feito em casa”.

Em primeiro episódio, um personagem passeia pelo seu bairro em um sobrevoo de drone, registrando as ruas vazias, pessoas nas janelas e a dinâmica da cidade que ainda se adaptava àquela nova realidade. Já no quinto episódio, acompanhamos as desventuras de um casal recém separado, mas que seguem morando juntos por conta da quarentena, a partir de conversas que eles têm com seus respectivos amigos. Para tanto, o filme se vale da técnica do *screenlife* - estratégia de gravação que apresenta as situações como se elas estivessem acontecendo diante de uma tela, neste caso, o uso da interface do aplicativo WhatsApp. O curta é todo composto por mensagens trocadas através de textos, áudios, vídeos e fotografias, que deixam ver como a gambiarra também pode ser entendida como um aspecto de transgressão, conforme aponta Lopes et.al, quando põe em xeque a utilização de estratégias de baixo orçamento pela maior plataforma de streaming do mundo, quando afirma que

Em que pese a capacidade de investimento e divulgação da Netflix, inacessíveis à maioria das pessoas, a série acaba por oferecer uma boa amostra das possibilidades de criação em contexto de isolamento, contendo, entre outros, um filme composto totalmente por imagens aéreas, feitas por meio de um drone, ou outro que explora as videochamadas dentro de uma narrativa ficcional (2021, p.120)

Isso fica claro em outros episódios, onde os curtas são produzidos a partir de outras dinâmicas, tais como arquivos fotográficos familiares, gravações em vídeos das rotinas de casa, videoconferência e animação *stop motion* com bonecos de cera, como no filme do diretor italiano Paolo Sorrentino, que fora produzido apenas com um celular e com apoio da família e conta a história ficcional de um encontro realizado na pandemia entre o Papa Francisco e a Rainha Elizabeth, que são representados por estatuetas de lojas de souvenir. A Netflix também lançou, em 2020, a série *Distanciamento Social*, cuja proposta estética e narrativa se ancora nas condições de produção e sociabilidade impostas pela pandemia. A série adota um modelo em que os personagens aparecem gravando a si mesmos, interagindo por videochamadas, participando de reuniões online ou se comunicando exclusivamente por meio de telas.

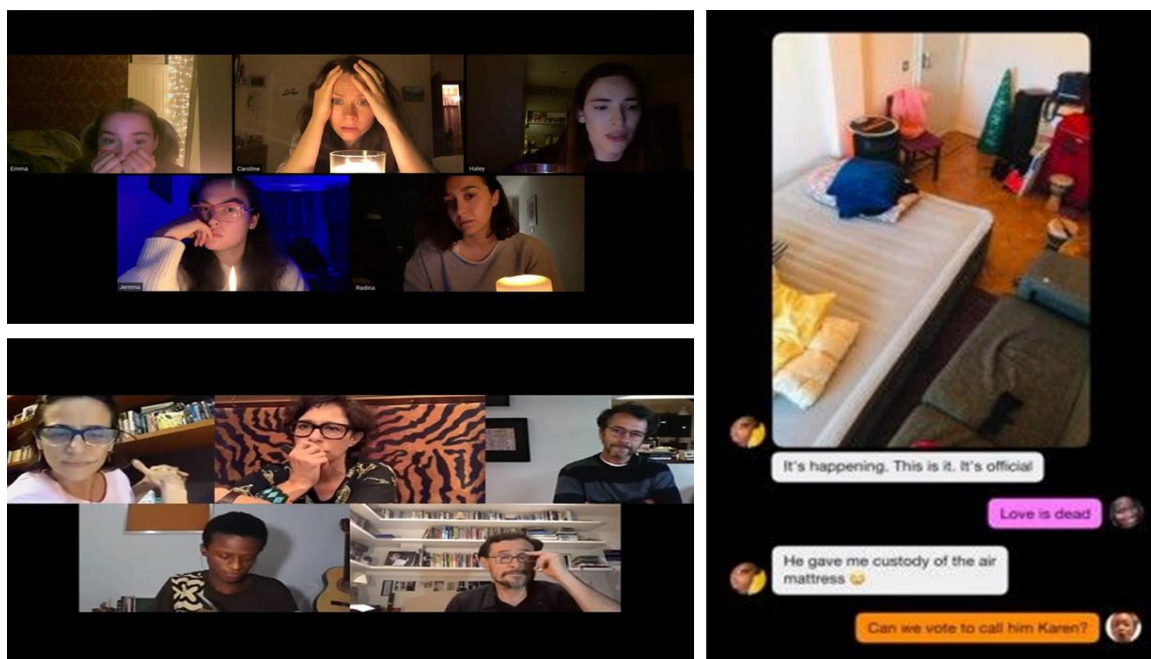
A estratégia adotada por *Distanciamento Social* encontra ecos em outras produções lançadas no mesmo ano, como a série *5x Comédia* (Amazon Prime Video), que também incorporou os protocolos de distanciamento como parte central de sua narrativa e mise-en-scène, além de *Carenteners* (Warner Channel), criada especialmente para o canal da emissora no YouTube. Nessas produções, observamos não apenas uma adaptação técnica às restrições da pandemia, mas uma experimentação estética que transforma o isolamento em forma. O uso intencional de videochamadas, câmeras caseiras e atuações em ambientes domésticos contribui para tensionar as fronteiras entre ficção e realidade, cena e bastidor, performance e intimidade.

A mini websérie *Sala de Roteiro*¹³⁸ chegou até mim de maneira muito semelhante à de tantos outros conteúdos que circularam intensamente durante a pandemia: por meio do WhatsApp, em uma mensagem compartilhada em um grupo de amigos. Escrita e produzida por Antônio Prata, com direção de Fernando Meirelles, a série conta com dois episódios disponíveis no YouTube e apresenta uma reunião virtual de roteiristas que trabalham na escrita da nova temporada de uma série fictícia, marcada por um tom satírico sobre o cenário político recente do país. A produção, gravada inteiramente em ambiente de videoconferência, se insere no conjunto de obras que transformaram a limitação do distanciamento físico em linguagem. Ao simular uma sala de roteiro remota, *Sala de Roteiro* toma a estética do confinamento, ao

¹³⁸ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Ztfz86IQr2M>. Acesso em 05 de jun. 2025.

mesmo tempo em que ironiza os próprios impasses da criação artística em um momento de crise.

Figura 23 - *Frames* do filme *Host* (2020), do episódio 05 da série *Feito em Casa* (2020) e da mini websérie *Sala de Roteiro* (2020)



Fonte: Google Imagens

A escolha por ambientar a narrativa em uma videoconferência, sem disfarçar o dispositivo técnico, reforça a ideia de que as telas ganham centralidade na mediação da vida social, em especial na pandemia, mas se tornando parte constitutiva das narrativas. O filme de terror *Host* (2020), de Rob Savage, por sua vez, usa uma videochamada da plataforma Zoom como mediadora de toda a história e também nos deixa ver como essa estratégia, presente nas mais diversas dinâmicas da rotina pandêmica ganharam maior presencialidade nos programas de televisão e demais produtos audiovisuais realizados no período. Aqui chama atenção ainda o uso de uma limitação da plataforma Zoom na composição da história e na própria duração do filme, que tem 50 minutos, mesmo tempo de uma videoconferência na modalidade gratuita da plataforma.

O que se percebe nessas produções oriundas do período pandêmico e realizadas seguindo um certo modo que, não só desse conta de todas as prerrogativas necessárias para manter todos os envolvidos em segurança, mas também torna-se possível suas produções, trazem consigo um certo experimentalismo, que é permitido nos conteúdos realizados na ou para as ambiências digitais, mas que na pandemia passam a ocupar espaço nas grades de

programação das emissoras e nos acervos de plataformas de *streaming*. Esse amálgama de lógicas de produção, técnicas, materialidades e ambiências distintas é próprio das formas mestiças de comunicação (Martín-Barbero, 2009), formulação já apresentada anteriormente, que entende o audiovisual contemporâneo, sobretudo o televisivo, não mais destinado exclusivamente a ser consumido naquele meio, “pois são concebidos de maneira ampla e complexa, abarcando possibilidades múltiplas de desdobramento e escoamento, a partir da internet, tornando difusos os limites de sua especificação” (Vilas Boas et.al, 2022, p.16).

4.2.1. Videoclipes pandêmicos

O videoclipe é uma das formas mais versáteis do audiovisual. Isso se mostrou ainda mais evidente em tempos de pandemia, quando a minimização dos riscos de contágio se tornou uma prioridade. Assim como os programas de TV, séries e *lives* se abriram à adaptações, a dinâmica dos videoclipes sofreu alterações significativas, ainda que temporárias. Da mesma forma que aconteceu com outras produções, o isolamento social impediu a gravação de videoclipes no modelo tradicional de produção, já que a aglomeração de grandes equipes de produção em sets de filmagem aumentava o risco de contágio. Para contornar essa limitação, os artistas, dos já consagrados aos mais iniciantes, utilizaram distintas lógicas de produção, com imagens gravadas em condomínios, equipes reduzidas, uso de imagens de arquivo ou enviadas por fãs por meio de celulares, além da captação de imagens com drones.

Em uma pesquisa realizada por mim e Lucas Franco (2021), um orientando de iniciação científica à época, identificamos diversos elementos que guiaram a produção de videoclipes nos primeiros meses da pandemia: o uso de narrativas introspectivas ou de rotina, a casa como locação, a técnica de tela dividida, a participação de fãs enviando vídeos e a captação de imagens com drones. A narrativa introspectiva, muitas vezes refletindo a rotina dos espectadores, buscou gerar identificação e representação em um momento em que as saídas eram limitadas apenas a profissionais essenciais e tarefas indispensáveis, como ir ao supermercado ou à farmácia. A escolha da casa como locação se tornou uma necessidade de produção que, embora influenciasse a estética, gerou um padrão visual comum entre os videoclipes e outros programas televisivos que, como vimos, recorreram ao mesmo modo de produção. A utilização de tela dividida permitiu a inclusão de pessoas em diferentes locações na mesma cena, mantendo os intérpretes em casa e limitou as possibilidades de performance da câmera, que se mantinha fixa e com enquadramentos mais fechados. Já a participação de fãs enviando vídeos adicionou uma dimensão colaborativa, que os artistas integraram os cliques

com os materiais enviados, criando uma conexão com seu público. Todos os videocliques analisados abaixo foram produzidos entre abril e setembro de 2020 – muitos deles formaram a minha trilha sonora dos finais de semana de pandemia, juntamente com as *lives* musicais.

O videoclipe *Coisa Linda*¹³⁹, de Ivete Sangalo, incorpora alguns elementos como a utilização da tela dividida e músicos e dançarinos gravando em seus próprios lares. Em algumas partes do vídeo, chegamos a ver o espaço da tela dividida em dezesseis partes diferentes, cada uma ocupada por músicos, cantores ou dançarinos, performando para a câmera, fazendo referência visual ao mosaico de telas em uma videochamada coletiva. Observa-se também que a qualidade técnica dessas imagens não é requisito primordial para ser incorporada ao vídeo, já que algumas imagens apresentam resolução reduzida.

A edição vai acompanhando o ritmo da música, aumento e diminuindo a quantidade e o tamanho das telas que são exibidas. Essa abordagem também foi seguida por Chico César em *Sobre-Humano*¹⁴⁰, cujo resultado visual segue o mesmo padrão de múltiplos quadros ocupando o espaço da tela, cada um sendo ocupado por integrantes da banda do artista, tudo isso arregimentado por uma edição ritmada. Em cada um dos nove quadros, vemos os artistas em cenários internos que variam entre a sala de casa, cômodos com paredes de cores neutras e estúdios de gravação com equipamentos musicais aparentes. Ao centro, no único quadro gravado em cenário externo, arborizado, está Chico César, ora cantando a música, ora tocando guitarra.

Já em *Vira Homem*¹⁴¹, de Marília Mendonça, não há a utilização de tantos quadros ocupando o espaço da tela – aqui são no máximo três divisões, onde vemos a cantora e seus músicos aparecendo juntos em diversos momentos do vídeo. Conhecida por suas grandes produções audiovisuais, o videoclipe foi anunciado na imprensa como “filme caseiro”¹⁴² e cada um dos integrantes da banda que aparecem no vídeo gravou sua participação com seus smartphones, assim como a cantora. Acompanhando a repercussão dos sucessos de uma de suas lives realizada em abril de 2020, o videoclipe foi lançado como evento *on line* no Youtube e pode ser acompanhado pelo público, que pôde interagir e reagir ao vídeo simultaneamente¹⁴³.

¹³⁹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=XmaB2n2GBwA>. Acesso em 05 de jun. 2025.

¹⁴⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=D1cZItNjxTI>. Acesso em 05 de jun. 2025.

¹⁴¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6i4zcAO5DoM>. Acesso em 05 de jun. 2025.

¹⁴² ‘Vira Homem’: Marília Mendonça lança clipe caseiro gravado em quarentena. Disponível em: <https://jovempan.com.br/entretenimento/musica/marilia-mendonca-vira-homem-clipe.html>. Acesso em 05 de jun. 2025.

¹⁴³ Marília Mendonça lança clipe de 'Vira Homem' gravado em casa durante quarentena. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/05/01/marilia-mendonca-lanca-clipe-de-vira-homem-gravado-em-casa-durante-quarentena.ghtml>. Acesso em 05 de jun. 2025.

Em outro videoclipe de Ivete Sangalo, *Localizei*¹⁴⁴, a produção também se baseou na casa como locação, mas o elemento que toma centralidade é a participação das pessoas a partir do envio de vídeos que seriam assimilados ao produto pela edição. Com o objetivo de ser lançado no Dia dos Namorados de 2020, no videoclipe, vemos diversos casais, sejam celebridades ou fãs, se beijando. A utilização de vídeos enviados pelo público também aparece em *Bota Pra Chorar*¹⁴⁵, da cantora Joelma, que mescla imagens da cantora cantando e dançando em espaços da sua casa, como a sala e o closet e vídeos enviados por fãs fazendo a coreografia da música e que, na edição, são colocados lado a lado com Joelma fazendo alusão a um corpo de baile em um dos seus shows. Além disso, a produção incorpora layouts do Instagram e do WhatsApp, além de efeitos do TikTok e de videogames e faz referência a um meme popular que mostra a cantora triste e feliz ao ouvir a mesma notícia.

O uso de imagens gravadas por drone também se apresenta como uma característica das produções de videoclipes pandêmicos. A cantora Mahmundi, em seu videoclipe *Nova TV*¹⁴⁶, além de apresentar uma narrativa introspectiva e de rotina, com a casa como locação, usa a captação de imagens por drones para fazer a ligação da artista com o lado de fora de seu apartamento. O clipe já começa com uma tomada aérea em *timelapse*¹⁴⁷ que deixa ver o amanhecer do dia e o fluxo dos carros até adentrarmos pela janela do apartamento e encontramos a artistas, que diferentemente dos outros videoclipes aqui analisados, é a única a aparecer em vídeo tocando diversos instrumentos e cantando. Ainda há o uso de colorização e diversas intervenções gráficas de pós-produção.

A artista lançou um segundo videoclipe¹⁴⁸ para a música, que ganhou também outra versão. Nessa produção, saem as imagens de drone e entra o uso de imagens do Google Street Views e da *screenlife*, com insert de imagem de players de vídeo que nos apresentam diversas cenas, desde a timeline de algum software de edição de áudio, até a artista performando de sua casa, e instrumentistas que agora a acompanha em outra tela de vídeo. Já Anitta, em seu videoclipe *Tócame*¹⁴⁹, também utilizou cenas gravadas em apartamentos e áreas comuns de um condomínio e as performances de pessoas em varandas foram captadas em imagens aéreas captadas por drones. Os efeitos visuais criam projeções da cantora e dos artistas Arcangel e De la Ghetto em prédios e fazem transições rápidas entre cenários.

¹⁴⁴ Disponível em: <https://youtu.be/SJPTMmQhOs8?si=ctyPG4CsIrgvYRAZ>. Acesso em 05 de jun. 2025.

¹⁴⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=V5GZE4agw74>. Acesso em 05 de jun. 2025.

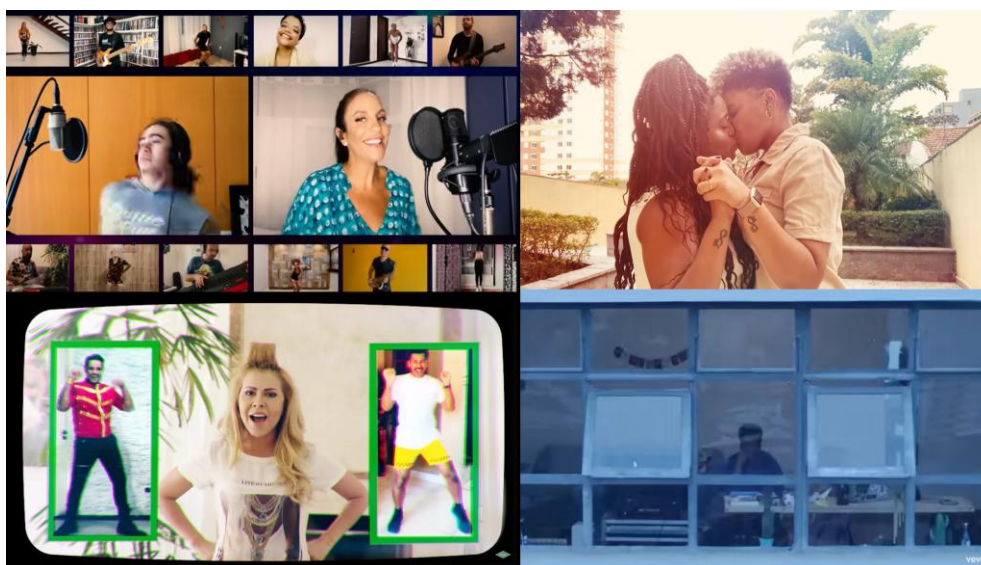
¹⁴⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4jEJOvVjpes>. Acesso em 05 de jun. 2025.

¹⁴⁷ Técnica de vídeo que condensa longos períodos em poucos segundos ou minutos criando a sensação de que o tempo está passando muito depressa.

¹⁴⁸ Disponível em: https://youtu.be/4jEJOvVjpes?si=U0UUFiKWQG9Dz_Mo. Acesso em 05 de jun. 2025.

¹⁴⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xdHo7oLRjF8>. Acesso em 05 de jun. 2025.

Figura 24 – Tela dividida em *Coisa Linda* e cenas enviadas por artistas e fãs em *Localizei*, ambos de Ivete Sangalo. Coreografias gravadas e enviadas por fãs em *Bota pra chorar* de Joelma e uso de drone em *Nova TV* de Mahmundi



Fonte: Youtube

Globalmente, o cenário seguiu tendências semelhantes, com adaptações criativas para superar as limitações impostas pelo confinamento, com artistas apostando em gravações caseiras ou em locações controladas, com a ajuda de tecnologias digitais e de edição que permitiram efeitos visuais complexos sem a necessidade de locações ou equipes grandes. Em *911*¹⁵⁰ Lady Gaga, que foi filmado em uma locação desértica, que não exigia cenários internos ou grandes movimentações de equipe, não temos indícios visuais que indiquem ser uma obra pandêmica, a menos se compararmos com outros trabalhos da artista, uma vez que há uma redução significativa no número de pessoas que aparecem em cena performando junto à cantora.

Já Dua Lipa lançou o videoclipe da música *Hallucinate*¹⁵¹, todo feito por animação com inspiração em desenhos animados antigos e embora seja uma produção segura, já que é feita toda pelo software de criação digital, não apresenta nenhuma materialidade audiovisual específica que nos permita identificá-la como uma obra realizada na pandemia. É justamente isso que acontece em *Stuck with U*¹⁵² da cantora Ariana Grande com participação de Justin Bieber, que, similar aos exemplos já citados das cantoras Ivete Sangalo e Joelma, foi criado de

¹⁵⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=58hoktsqk_Q. Acesso em 05 de jun. 2025.

¹⁵¹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=58hoktsqk_Q. Acesso em 05 de jun. 2025.

¹⁵² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pE49WK-oNjU>. Acesso em 05 de jun. 2025.

forma colaborativa, a partir de um convite feito pelos artistas a seus fãs para que enviassem vídeos de seus momentos de confinamento. As imagens dos fãs comendo, dançando, se maquiando, diretamente de suas casas foram mixadas juntamente às imagens dos próprios artistas em seus ambientes caseiros.

O artista francês Arnaud Rebotini, por sua vez, foge à regra dos demais produtos acionados anteriormente, ao fazer toda a composição de sua obra *This is a Quarantine*¹⁵³ com imagens de arquivo a partir de trechos de diversos audiovisuais diferentes e que fazem parte do acervo do Instituto Nacional de Audiovisual da França (INA), que disponibilizou a Rebotini arquivos visuais de sua coleção, incluindo vídeos históricos de cenas urbanas de Paris e imagens que representam a vida cotidiana e atividades diárias, que ele remixou e reinterpreto para ilustrar as faixas e os videoclipes que compõem a obra. Nesse projeto, Arnaud, que é conhecido por seu estilo eletrônico e suas experimentações sonoras, lançou novos singles e “marcava encontro com seu público todas as sextas-feiras, durante dois meses, lançando uma faixa inédita composta em seu estúdio e inspirada na atualidade daquele período de confinamento generalizado” (tradução nossa¹⁵⁴), conforme consta no site do instituto¹⁵⁵.

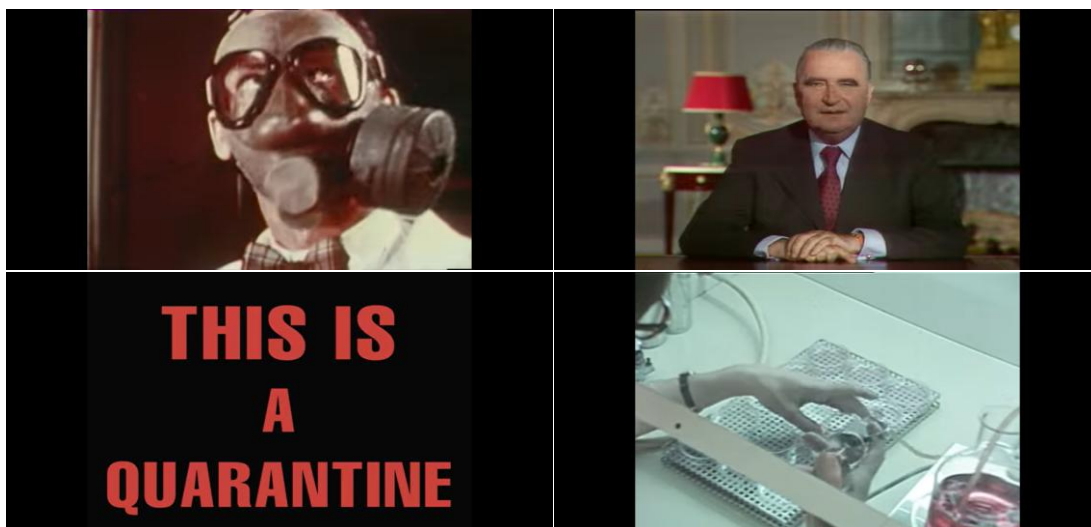
O primeiro deles, *Minimize Contact Between People*, apresenta um mosaico de cenas retiradas de filmes e programas de televisão: aglomerações em centros urbanos, fábricas em funcionamento, laboratórios e ruas desertas. Essas imagens são intercaladas por uma tela vermelha pulsante com o título da música em branco, que se repete como um alerta visual, emulando uma sirene ou um conselho sanitário. Já no segundo vídeo, *Digital Lockdown*, o foco recai sobre a relação histórica entre seres humanos e dispositivos eletrônicos. Rebotini e a equipe do INA selecionam imagens que mostram, em diferentes épocas, indivíduos interagindo com tecnologias de tela: televisores de tubo, videogames clássicos, videofones e computadores, compondo um panorama visual do confinamento mediado pelas telas.

¹⁵³ Os oito videoclipes e outros vídeos e remixes do projeto “This is a Quarantine” estão disponíveis em: https://youtube.com/playlist?list=OLAK5uy_n_4IP4rC4Ei8Ya0edI4vUR_CEkP7yuZSY&si=QXfxWIXa9GXfImIo. Acesso em 05 de jun. 2025.

¹⁵⁴ Do francês: “lui donnait rendez-vous tous les vendredis pendant deux mois avec un morceau inédit composé dans son studio et inspiré de l’actualité en ces temps de confinement généralisé”.

¹⁵⁵ Disponível em https://www.ina.fr/actualites-ina/this-is-a-quarantine?utm_source=chatgpt.com. Acesso em 05 de jun. 2025.

Figura 25 – *Frames* do videoclipe *Minimize Contact Between People* de Arnould Rebotini (2020)



Fonte: Canal do Youtube do artista

Ambos os clipes, assim como os outros seis que integram o álbum, são construídos a partir de imagens de arquivo do acervo audiovisual do INA, reutilizando trechos de produções televisivas e cinematográficas para refletir sobre as rotinas pandêmicas. Além das referências explícitas ao contexto da Covid-19, os vídeos trazem ainda menções mais amplas a vírus e contaminações e a momentos históricos que não são claramente identificáveis, como discursos de figuras políticas e cenas emblemáticas de momentos de crise. A estratégia visual e o processo de utilização das imagens de acervo que Rebotini lança mão em *This is quarantine* se aproxima da técnica do *found footage*, que consiste no reaproveitamento de imagens já existentes, muitas vezes retiradas de arquivos, filmes, vídeos caseiros, reportagens ou outros produtos audiovisuais.

Segundo Sabrina Luna (2015), que analisa a técnica a partir do seu uso pelo cinema, “a etapa da filmagem, geralmente a mais dispendiosa em termos financeiros, materiais e pessoais, encontra-se ausente nessa prática” (p.28), o que a torna uma opção viável a ser utilizada no período da pandemia. Ao considerar o trabalho de reutilização de materiais característico do *found footage*, pode-se afirmar que, ao entrar em contato com um filme desse tipo, nós, enquanto espectadores, somos confrontados com imagens que carregam uma história prévia e são recontextualizadas em um novo sentido e “lidamos também com um regime que traz em si o diálogo com as modificações estéticas e físicas da imagem audiovisual” (idem).

Já Rafael de Almeida (2020) parte dos estudos de Williams Wells sobre o *found footage* para afirmar que ao utilizar uma metodologia de compilação, “o *found footage* estaria em busca

de materiais de arquivo com forte caráter factual, capazes de se associar à realidade e induzir uma leitura documentarizante, como em filmes documentários convencionais, amparados por uma tendência estética realista” (p.154). Esse uso nos ajuda a ver os videocliques de Rebotini como registros audiovisuais que refletem aquele momento pandêmico a partir de uma memória marcadamente televisiva e cinematográfica. As imagens de arquivo, combinadas com a música eletrônica criam uma obra que não apenas evoca o confinamento, mas também articula distintas temporalidades, mostrando a mudança e a permanência da vida urbana, o que confere ao projeto status de documentação daquele período.

As realizações que articulamos acima para compreender a produção, consumo e a experiência com os videocliques durante a pandemia estão em consonância do que nos aponta Gutmann (2021), quando afirma que um videoclipe, bem como um show gravado ou uma live, como vimos no capítulo anterior, são “como uma coleção de remixes desses textos articulada a outras temporalidades, ambiências e corpos, em sequências múltiplas e instáveis” (p.29). Logo, com um videoclipe “diversas outras performances além daquela da artista ou do artista, são formadas em rede, a partir de gostos, saberes, valores em associações coletivas” (p.57).

Imagens gravadas pelos próprios artistas, que também solicitam via redes sociais que seus fãs gravem e enviem imagens de suas casas, que são mescladas na conformação de um produto que será veiculado na televisão, ou no *streaming*, ou nas redes sociais, ou enviados por aplicativos de mensagem, reapropriados novamente pelos fãs que produzem cortes, memes, *reactions*, nos deixam ver, portanto, “reverberações do clipe (ou de uma live, de uma série, de uma notícia, de um reality etc.) espalhadas pelas plataformas apontam para novos modos de leitura e de conhecimento, para além da forma escrita” (p.57-58).

De acordo com um estudo do YouTube divulgado pelo portal Meio e Mensagem¹⁵⁶, 2020 foi o ano em que a plataforma atingiu o topo dentre as ambiências que o usuário “não consegue viver sem”. Naquele ano, 91% dos entrevistados relataram ter aumentado o tempo de navegação na plataforma, e 54% afirmaram que pretendem usá-la ainda mais. Isso reflete não só o aumento do consumo de videocliques, mas também de toda sorte de vídeos curtos e as lives, que usavam o YouTube como principal janela de exibição. Também em 2020, o Spotify passou a também permitir que os artistas insiram vídeos musicais curtíssimos (de até 10 segundos) que acompanham suas faixas, oferecendo aos ouvintes uma experiência visual

¹⁵⁶ YouTube faz balanço da pandemia e projeta 2021. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/youtube-faz-balanco-da-pandemia-e-projeta-2021>. Acesso em 05 de jun. 2025.

imersiva enquanto escutam a música e a partir de 2024, a plataforma passou a também hospedar videocliques completos. Com shows e festivais cancelados, muitos artistas recorreram a lançamentos digitais e à criação de videocliques interativos, que incentivavam o público a participar, seja por meio de desafios de dança ou pela criação de conteúdo inspirado no clipe.

Destaco aqui o caso de *Blinding Lights* do cantor canadense The Weeknd, que viralizou no TikTok e em outras plataformas, gerando milhões de vídeos em resposta ao clipe oficial a partir do *Blinding Lights Challenge* que promoveu a criação de uma comunidade em torno da experiência de criação coletiva e colaborativa com o artista. Em um dos diversos vídeos que foram postados no TikTok¹⁵⁷, vemos pessoas em casa e nos quintais, algumas caracterizadas como personagens do cinema e do anime, policiais em frente à suas viaturas, profissionais de saúde, bem como um grande grupo durante uma videochamada, todos performando a dança do desafio.

Enquanto fenômeno enredado que integra o vídeo musical em si a botões de curtir, descurtir, comentários e uma cadeia de expressões produzidas pelos próprios artistas e seus fãs, as materialidades audioverbovisuais são tecnicidades porque abordadas enquanto mediações e mutações culturais. Paisagens visuais/sonoras são relacionadas a redes de afetos, identidades, narrativas e formas de constituição de sujeitos. Videoclipe, portanto, conforma-se sempre em rede. E são essas redes (o tecido material da mediação) que nos permitem ver fluxos (identitários, afetivos, geográficos, temporais etc.) (Gutmann, 2021, p.75).

A autora nos mostra, dessa forma, que, por serem formas audioverbovisuais que se produzem, se ativam e se difundem no entorno tecnocomunicativo, nossa relação com um videoclipe que assistimos no YouTube, com uma *live* no Instagram ou ainda com um programa de TV não se limita ao consumo isolado. Essas narrativas integram um ecossistema maior, em que as produções audiovisuais se entrelaçam com outras manifestações culturais e interações digitais. Paródias, memes, tweets, *reactions*, compartilhamentos e outras formas de compartilhamento emergem como extensões dessas produções, ultrapassando as fronteiras da tela original. Ao mobilizar o conceito de “cultura musical audiovisual” de Simone Pereira de Sá (2019), em diálogo com a ideia de audiovisual em rede, Gutmann analisa as dinâmicas e as redes de interação que se formam a partir de nossa relação com o audiovisual. Essas redes não apenas transformam o significado e o alcance das produções, mas também revelam como o consumo contemporâneo é cada vez mais colaborativo, participativo e reconfigurado por práticas digitais. Assim, o audiovisual se configura enquanto ponto de partida para múltiplas conversas, ressignificações e produções coletivas que se espalham nas mais diversas plataformas.

¹⁵⁷ Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMhQL3K4D/>. Acesso em 10 de jun. 2025.

Na pandemia essa transformação foi ainda mais evidente. Com o confinamento e o aumento do consumo de conteúdo pelas telas, a televisão, o videoclipe, a música e as ambiências digitais passaram a ocupar um papel central na experiência cotidiana. Como já vimos, as *lives* musicais transcenderam sua função de entretenimento para se tornarem eventos sociais compartilhados, alimentando discussões, memes e desdobramentos que circularam pelas redes. Programas de TV ganharam novas camadas de interação quando repercutidos no X (antigo Twitter) ou recriados no TikTok. Observar esse fenômeno a partir do contexto pandêmico aponta para uma intensificação de nossa relação com o audiovisual, marcada pela multiplicação das telas e pela fusão entre consumo e produção. Essa audiovisibilidade em rede não só redefine o modo como nos conectamos com a música, o videoclipe, a televisão e outras formas culturais, mas também reforça o papel ativo do público na construção, circulação e viralização desses produtos, fazendo ainda emergir novas formas de reconhecibilidade dos gêneros televisivos nas mais distintas ambiências.

4.3. Teledramaturgia: adaptações e novas formas de fazer

Já em outros programas, as rasuras que se apresentam são mais contundentes nas lógicas de produção do que nas materialidades audiovisuais em si. Pensando nesse aspecto que põe em desarticulação as fórmulas do bom fazer televisivo, colocamos em perspectiva a teledramaturgia, gênero que com a pandemia precisa passar por adaptações importantes. Voltaremos a falar mais a frente sobre a estratégia de reprisar inúmeros títulos durante os primeiros dois anos de pandemia, mas aqui queremos dedicar nosso olhar para algumas obras que seguiram sendo produzidas, as nuances convencionais do gênero que são acionadas para que os traços de identificação, familiarização e reconhecimento sigam operando e os protocolos utilizados para que as etapas de produção pudessem ser viabilizadas. Para tanto, vamos nos debruçar em duas obras: *Amor e Sorte* e *Diário de um confinado*, produzidas nos primeiros meses de pandemia, adotando, assim, estratégias que possibilitasse uma lógica de produção remota e caseira. Na grade da emissora, essas foram as duas únicas produções de teledramaturgia realizadas integralmente utilizando as estratégias que veremos a seguir.

Para a viabilização de ambas as séries, foi feito o envio de kits de gravação para que o próprio elenco produzisse, gravasse e desproduzisse todo o set de filmagem, que eram as suas próprias casas. O elenco e seus familiares desempenharam as funções de assistentes de produção, arte, fotografia e direção. Nesses dois casos, diferentes das outras produções realizadas neste período, vemos um maior nível técnico e estético de produção, já que alguns

desses familiares são profissionais do audiovisual - o que se observa, em especial, em *Diário de um confinado*, que tem na direção de Joana Jabace, que é casada com Bruno Mazzeo, roteirista da série e que contou com a direção de fotografia de Glauro Firpo, que se mudou para a casa do casal durante o período de gravação da série, e também no episódio 01 do seriado *Amor e Sorte*, protagonizado por Fernanda Montenegro e Fernanda Torres e gravado por Andrucha Waddington, diretor de TV e casado com Fernanda.

Duas temporadas foram produzidas da série *Diário de um confinado*, que conta a história de Murilo, um homem de classe média interpretado por Bruno Mazzeo, que se vê obrigado a tocar a vida dentro de casa durante o isolamento social. A série tem certo valor documental por ser uma das primeiras obras da teledramaturgia brasileira tanto por abordar na história os desafios e a realidade dos brasileiros durante a pandemia, quanto pela lógica de produção adotada. Ela retrata, de forma gradual, o processo de adaptação àquela realidade enfrentada pela população e introduziu um novo modelo de produção audiovisual, com gravações feitas por celulares de alta definição e imagens capturadas via videoconferências. A primeira temporada estreou no Globoplay em 26 de junho de 2020 e foi exibida também na TV Globo aos sábados à noite e nos canais Multishow e GNT, em versões reduzidas. Chama atenção aqui, além do uso e manuseio de estruturas e equipamentos de produção televisiva parcialmente preservado por conta da configuração da equipe técnica, como o elenco foi escalado.

A atriz Deborah Bloch, que interpreta a vizinha do personagem Murilo, era, à época, vizinha de Mazzeo. Essa coincidência viabilizou sua participação presencial nas gravações, mesmo em meio às restrições sanitárias impostas pela pandemia. Nas cenas em que sua personagem, Adelaide, aparece, os encontros com Murilo ocorrem sempre no hall do elevador do prédio, com ambos os atores utilizando todos os Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) recomendados, como máscaras, luvas e protetores faciais, de modo a evitar qualquer tipo de contato físico e garantir a segurança da equipe. Já os demais personagens que participam da trama ao longo dos doze episódios da primeira temporada tiveram suas cenas gravadas remotamente, por meio de videochamadas, respeitando o isolamento social.

Essa mesma lógica de produção se manteve na segunda temporada da série, que estreou em setembro de 2020, já com a direção assumida por Deborah Bloch. Em alguns poucos episódios, para retratar um processo de desconfinamento, algumas cenas foram gravadas em externas: no primeiro, há uma cena gravada dentro do carro e outra em uma rua, onde há interação entre dois personagens, mas com certa distância entre eles; e no terceiro, onde se usa um quintal como locação, onde ocorre um encontro de um grupo de amigos, todos devidamente

paramentados com EPIs. A série também se destaca por sua estrutura narrativa condensada: os episódios têm, em média, dez minutos de duração, o que a aproxima do formato de webséries e dos tradicionais esquetes de humor amplamente consumidas em plataformas como o YouTube.

Figura 26 – Bastidores da gravação de *Diário de um Confinado* (pesquisa de figurino e visita técnica da locação realizadas remotamente), Bruno Mazzeo e Débora Bloch em cena presencial, Lázaro Ramos, Renata Sorrah e Bruno Mazzeo em cena gravada remotamente.



Fonte: G1.

Composta por quatro episódios, que foram exibidos no mês de setembro de 2020, *Amor e Sorte* conta a história de diferentes grupos de pessoas que precisam lidar com o isolamento social e com os efeitos desse período em suas relações. A escolha do elenco foi feita estrategicamente para que a produção se tornasse viável. Todos os oito protagonistas, dois em cada episódio, resguardam algum tipo de relação íntima ou familiar: Fernanda Montenegro e Fernanda Torres, mãe e filha, no primeiro episódio; Taís Araújo e Lázaro Ramos, marido e mulher, no segundo; Emílio Dantas e Fabíula Nascimento, também casados, no terceiro; e Caio Blat e Luísa Arraes, namorados, no último episódio. Idealizada por Jorge Furtado, a série usa essas relações como força de viabilidade de produção, já que cada dupla estava passando o período de quarentena juntos.

Para o primeiro episódio, Montenegro e Torres já estavam morando juntas no sítio que serviu de locação para a história das personagens Gilda e Lúcia, também mãe e filha, que se veem obrigadas a lidarem com suas diferenças - uma libertária e cheia de vida que quer desrespeitar as regras do confinamento e a outra urbana e viciada em trabalho que se vê

morando em um sítio com sua mãe). Não há nesse episódio, do ponto de vista técnico, nada que denote o caráter caseiro da produção, já que Waddington é um dos sócios da Conspiração Filmes, uma das maiores procuras audiovisuais e cinematográficas do país, que tem familiaridade com a operação de equipamentos profissionais de filmagem e som, assim como os filhos do casal, Pedro e Joaquim Torres, que também ajudaram na montagem de equipamentos de luz e som, maquinaria e a operação das câmeras. Mãe e filha são responsáveis, além da atuação, por suas próprias maquiagens e cuidam ainda de figurino e cabelo. Em vídeo de bastidores¹⁵⁸ divulgado pelo site Gshow na ocasião da estreia da série, Fernanda Montenegro enaltece a produção, que ela entende estar “num campo experimental e ao mesmo tempo muito qualificado”, seguida de uma fala de Waddington, reiterando que “a gente está descobrindo maneiras de voltar aos poucos a trabalhar e produzir cultura enquanto a gente não tem uma vacina”.

No segundo episódio, o caráter remoto e caseiro ganha centralidade. Contando a história de um casal confinado que divergem sobre uma questão ideológica e acabam pondo a relação em discussão, Lázaro Ramos e Taís Araújo usam sua própria casa como locação e são os responsáveis por toda montagem, posicionamento e operação da câmera e demais equipamentos. O casal recebeu um kit enviado pela emissora com toda estrutura necessária para realizar as filmagens e, por videoconferência, a equipe de direção, direção de arte, som e demais áreas do audiovisual iam passando as instruções necessárias, a exemplo de onde e como movimentar e posicionar a câmera, objetos de cena e pontos de luz. Em entrevista concedida para a revista *Cláudia*¹⁵⁹, o figurinista Cao Albuquerque diz que sentiu falta do estilo de trabalho convencional pré-pandêmico, mas que “o coletivo, por incrível que pareça, está mais presente. A conversa entre as áreas está menos atropelada do que um dia de gravação no estúdio”.

¹⁵⁸ Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/8840469/>. Acesso em 10 de jun. 2025.

¹⁵⁹ Disponível em <https://claudia.abril.com.br/cultura/bastidores-serie-amor-sorte-globo>. Acesso em 10 de jun. 2025.

Figura 27 – Fotos de bastidores de cada um dos quatro episódios de Amor e sorte e *frames* dos episódios.



Fonte: Gshow

Toda essa dinâmica é registrada em vídeo de bastidores¹⁶⁰ também divulgado pelo Gshow, onde vemos o casal em reunião com a equipe remotamente em diversos momentos da gravação, as dinâmicas de direção de cena feita à distância, os erros e interrupções de gravação. Em depoimento sobre a experiência de gravação em condições atípicas, a atriz Taís Araújo destaca a precisão e a eficiência da equipe técnica, mesmo atuando de forma remota. “Tem uma coisa desta equipe que está remota, eles sabem tanto o que têm que fazer que eles conseguem passar pra gente, e a gente consegue realizar”, afirma, evidenciando o grau de organização e sintonia entre elenco e produção, mesmo à distância. Essa afirmação ganha ainda mais relevância quando se observa a diferença entre os episódios da série em termos de linguagem visual e estrutura de produção.

¹⁶⁰ Disponível em <https://gshow.globo.com/series/amor-e-sorte/playlist/amor-e-sorte-confira-os-bastidores-da-serie.ghtml>. Acesso em 10 de jun. 2025.

Enquanto o primeiro episódio apresenta cenas externas e faz uso de recursos mais elaborados de movimentação de câmera, como *travelling*¹⁶¹ e *steadycam*¹⁶², que são amplamente utilizadas em programas de televisão e que demandam maior mobilização técnica, o episódio protagonizado por Taís Araújo e Lázaro Ramos opta por uma abordagem mais caseira. Rodado inteiramente em ambiente interno, com exceção de uma breve sequência situada num terraço, o episódio apresenta uma câmera predominantemente estática, funcionando quase como uma testemunha silenciosa da ação. Os poucos momentos de movimentação da câmera ocorrem apenas quando um dos dois atores em cena assume sua operação, o que reforça a proposta de produção remota.

Essa estratégia de produção remota e caseira e a materialidade das imagens, com enquadramentos que alternam entre o plano conjunto e câmera subjetiva, com poucos movimentos, se repete nos últimos dois episódios. O terceiro conta como protagonistas Emílio Dantas e Fabíula Nascimento, que em entrevista¹⁶³ diz que o projeto é “uma entrada única na nossa intimidade de casal”, enquanto vemos imagens deles no apartamento, brincando com os cachorros, ensaiando as falas, montando e operando equipamentos. No vídeo, Fabíula fala ainda que por terem desempenhado todas as funções de uma equipe técnica, ela sai do projeto dando ainda mais valor a cada um desses profissionais.

Sobre o quarto episódio, Caio Blat fala em depoimento ao Gshow sobre “trabalhar durante a pandemia dessa forma tão mágica e coletiva mesmo dentro das limitações”, ao se referir à dinâmica de direção feita à distância, contando apenas com sua parceira, Luisa Arraes, para organizarem juntos toda a estrutura de gravação. Ambos relatam que a experiência foi uma aula de som, câmera, luz, arte e continuidade. Ao final do vídeo, vemos Jorge Furtado, idealizador da série, perguntar se seria possível produzir uma novela nos mesmos termos que foram adotados ali. Os casos de Amor de Mãe, Salve-se quem puder e Um lugar ao Sol vão nos mostrar que a resposta é negativa.

¹⁶¹ Movimento em que a câmera se desloca fisicamente pelo espaço, geralmente montada sobre trilhos, dolly ou outros suportes com rodas. Esse recurso é usado para acompanhar personagens, explorar cenários ou intensificar a imersão da cena.

¹⁶² Equipamento de estabilização que permite que a câmera se mova com fluidez, mesmo quando operada por um cinegrafista em movimento, eliminando os tremores causados pelo deslocamento, que são naturais quando a câmera está na mão do operador.

¹⁶³ Disponível em <https://gshow.globo.com/series/amor-e-sorte/playlist/amor-e-sorte-confira-os-bastidores-da-serie.ghtml>. Acesso em 10 de jun. 2025.

4.3.1. Os casos *Amor de Mãe*, *Salve-se Quem puder* e *Um lugar ao Sol*

As principais telenovelas da TV Globo produzidas e veiculadas a partir de 2021, quando a emissora voltou a produzir títulos inéditos após uma série de reexibições nos seus três horários noturnos dedicados ao gênero, começaram a ser exibidas já com uma grande frente de capítulos gravados, a exemplo do *remake* de *Pantanal*, ou já com suas gravações finalizadas, caso de *Um lugar ao Sol*. Em ambos os casos, essa estratégia de produção se deu por conta dos protocolos de segurança adotados pela emissora em seus sets de filmagem e estúdios, uma vez que, diferentemente de qualquer outra intercorrência por doença, que apenas a pessoa enferma é afastada, em casos de COVID, todas as pessoas que tiveram contato com o infectado, também precisará ser afastada. Isso inviabiliza manter o ritmo normal de gravações pré-pandêmicas - quando, em fases mais avançadas da novela, os capítulos eram gravados na mesma semana em que iriam ao ar.

Amor de mãe e *Salve-se quem puder* foram divididas e suas segundas partes foram produzidas a partir de uma dinâmica que se distancia dessa lógica caseira e remota, embora, por adotar outros protocolos de segurança, também tenham processos bastante distintos de uma certa normalidade de produção. *Um lugar ao Sol*, exibida entre o final de 2021 e o início de 2022, também teve sua produção dividida em duas partes – as gravações começaram ainda em 2020, antes da pandemia – e além de medidas de segurança com protocolos específicos para a dinâmica do set de filmagens, teve ainda uma alteração que pôs em xeque uma característica muito própria das telenovelas: que se constrói enquanto é exibida, em diálogo com a audiência.

Os últimos episódios de *Amor de Mãe* e *Salve-se quem puder* antes do hiato forçado por conta da pandemia foram ao ar nos dias 21 e 28 de março de 2020, respectivamente. Até então, a Rede Globo não sabia como nem quando poderiam retomar as gravações de novos episódios de seus produtos de teledramaturgia. Somente na virada do primeiro para o segundo semestre que decidiu se por convocar os elencos para retomar as gravações, decisão que teve um viés orçamentário maior do que qualquer outro motivo: como os atores estavam ainda sob contrato e sendo pagos durante o período de isolamento social, ambas as obras corriam riscos de estourarem seus orçamentos, segundo apurou uma reportagem do UOL à época¹⁶⁴. Ressalta-se ainda o investimento feito em protocolos de segurança para que as gravações pudessem ocorrer sem aumentar o risco de contaminação do elenco ou de sua equipe técnica.

¹⁶⁴ Morte e reclamação e atores com COVID: os bastidores da volta de “Amor de mãe” na Globo. Disponível em <https://natelinha.uol.com.br/columas/columa-do-sandro/2021/03/01/morte-reclamacao-e-atores-com-covid-os-bastidores-da-volta-de-amor-de-mae-na-globo-159613.php.php>. Acesso em 10 jun. 2025.

Em nota divulgada à imprensa¹⁶⁵, Ricardo Waddington, que respondia pela direção artística dos Estúdio Globo à época, falou sobre os desafios de repensar todo o esquema de produção dos seus principais produtos e que esse protocolo seria concebido, “através da avaliação de protocolos globais, reunindo as nossas práticas às da indústria do audiovisual de vários países” e que apenas “depois de conhecer as práticas adotadas no protocolo desenhado pela Globo, autores e diretores vão se reunir para avaliar a melhor solução para cada obra. As novas orientações também estão sendo apresentadas ao elenco”. Entre as medidas adotadas, além do uso obrigatório de EPIs básicos, como máscaras, luvas e álcool em gel, destaca-se a adoção de placas de acrílico para dar suporte para que os atores não tivessem contato direto um com o outro e a contratação de um profissional que ficava no set assegurando que todas as medidas estavam sendo tomadas, bem como o descarte dos materiais após utilização.

Figura 28 – Bastidores das novelas *Amor de mãe* e *Salve-se quem puder*



Fonte: Divulgação (TV Globo)

Amor de mãe teve sua reestreia em 15 de março de 2021, um ano depois das primeiras medidas de emergência contra a pandemia começarem a ser adotadas. O noticiário do dia mostrava que o Brasil atravessava um dos períodos mais críticos da pandemia. O número de mortes ultrapassava 279 mil, com uma média móvel de óbitos em torno de 1.800 por dia, a maior registrada até então. O sistema de saúde estava à beira do colapso em diversas regiões, com estados como São Paulo, Rio Grande do Sul e Paraná enfrentando ocupação de leitos de UTI acima de 90%. Além disso, o impacto da variante Gamma (P.1), identificada inicialmente em Manaus, contribuía para a aceleração dos casos graves.

¹⁶⁵ Globo já tem plano de segurança para retomada de gravações em seus estúdios. Disponível em <https://oglobo.globo.com/cultura/musica/globo-ja-tem-plano-de-seguranca-para-retomada-de-gravacoes-em-seus-estudios-24402714>. Acesso em 10 jun. 2025.

Apesar do cenário alarmante, a vacinação havia começado no Brasil em 17 de janeiro, com a aprovação emergencial de duas vacinas: CoronaVac, desenvolvida pelo Instituto Butantan em parceria com a Sinovac, e a Covishield, da AstraZeneca/Oxford, distribuída pela Fiocruz. Até meados de março, cerca de 10 milhões de pessoas haviam recebido ao menos a primeira dose, representando aproximadamente 5% da população. No entanto, a campanha avançava lentamente devido à escassez de doses e à falta de uma coordenação nacional por parte do Ministério da Saúde, que tinha à sua frente o inapto Eduardo Pazuello, general do exército que havia assumido interinamente o cargo em maio de 2020 e estava prestes a ser substituído pelo médico Marcelo Queiroga, que se manteve no cargo até o fim do governo Bolsonaro. A grave situação colocava o Brasil como um dos epicentros globais da pandemia.

A pandemia foi inserida na trama, inclusive com personagens contraindo e morrendo por conta da doença. As cenas de abertura do capítulo de retomada da novela, mostram várias localidades do mundo, como a *Times Square* nos Estados Unidos, a Torre Eiffel na França, o Coliseu na Itália, o Minhocão e a praia de Copacabana, no Brasil, todos em grandes panos gerais mostrando que as ruas estão vazias. Em locução, ouvimos a voz de Lázaro Ramos que faz um resumo da situação da pandemia, da gravidade e o cuidado que o momento inspira, e que “no mundo inteiro as pessoas estão trancadas em suas casas com medo”. Depois, a personagem Dona Lurdes (Regina Casé), junto aos seus filhos, na sala de sua casa, gravando um vídeo na tentativa de encontrar Domenico, seu outro filho que estava perdido. No desenrolar da cena, vemos a personagem costurando máscaras e seus filhos falando com ela sobre ter cuidado com a doença, que ela era do grupo de risco, um deles fala que contraiu a doença e teve complicações. Em outras cenas do episódio, observa-se ainda que a maioria dos personagens interagem com certa distância entre eles, bem como aparecem usando máscaras, ou assistindo ao noticiário na televisão sobre os riscos da pandemia.

Uma reportagem da Revista Veja¹⁶⁶ publicada no dia seguinte à exibição, afirma que após a suspensão das gravações em março de 2020, a autora Manuela Dias se dedicou à criação dos novos capítulos e entendeu que excluir o coronavírus da narrativa comprometeria o realismo que havia sido uma característica marcante da primeira fase da novela. Assim, decidiu incorporar a pandemia à trama, reforçando a conexão com a realidade vivida pelos espectadores e “assumiu o risco de se mostrar um reflexo de uma realidade que muitos querem esquecer”. Como a novela voltou ao ar justamente numa semana crítica no cenário sanitário do país como

¹⁶⁶Ao entrar na pandemia, ‘Amor de Mãe’ se torna extensão do Jornal Nacional. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/ao-entrar-na-pandemia-amor-de-mae-se-torna-extensao-do-jornal-nacional>. Acesso em 10 jun. 2025.

descrevi acima, “o assunto dominou o *Jornal Nacional*, exibido antes da novela, que acabou sendo uma extensão do noticiário ao retratar a vida como ela é”.

Do ponto de vista das lógicas de produção, trazer a realidade que o brasileiro estava vivenciando naquele momento possibilitou ainda que certas estratégias audiovisuais próprias do período, como o uso de videoconferência em algumas cenas, fossem adotadas. Em reportagem do Portal Metrópoles¹⁶⁷, Regina Casé fala sobre como parte dessas gravações, feitas remotamente, aconteciam: “eu gravei um dia inteiro sozinha, eu e o computador, ou eu e o telefone, fazendo chamada de vídeo. Conversando com a Thelma (Adriana Esteves), com a Camila (Jessica Ellen), com a Vitória (Taís Araujo). Cenas de muito texto. Quando li, imaginei que seria difícil, mas as cenas ficaram ótimas!”.

Nos enquadramentos das cenas de *Amor de Mãe*, percebe-se uma adaptação significativa imposta pelos protocolos de segurança devido à pandemia. Houve um aumento expressivo no uso de planos de câmera com apenas um personagem no enquadramento, uma solução para reduzir ao máximo as interações físicas entre os atores. Os planos conjuntos, que tradicionalmente destacam as relações e interações mais próximas entre os personagens, foram evitados sempre que possível. Essa decisão refletiu tanto uma preocupação sanitária quanto um esforço criativo para manter o impacto emocional das cenas. Quando o contato físico era essencial para a narrativa, como em momentos de grande carga dramática, medidas especiais eram adotadas. Os atores envolvidos em tais cenas eram submetidos a um regime rigoroso de isolamento prévio. Um exemplo foi a gravação de uma das cenas mais emocionantes e esperadas da novela: a descoberta de que Danilo (Chay Suede) era Domenico, o filho perdido de Lurdes. Para garantir a segurança de todos, Regina Casé precisou se isolar por uma semana em um quarto de hotel antes de gravar, permitindo que a equipe mantivesse a integridade do momento sem comprometer os protocolos de saúde.

¹⁶⁷ Regina Casé grava sozinha para retratar a pandemia em *Amor de Mãe*. Disponível em <https://www.metropoles.com/colunas/o-melhor-da-tv/regina-case-grava-sozinha-para-retratar-a-pandemia-em-amor-de-mae>. Acesso em 10 jun. 2025.

Figura 29 – Frames do primeiro episódio da segunda parte da novela *Amor de Mãe*



Fonte: Globoplay

Em *Salve-se quem puder*, o desafio foi maior, já que se decidiu por não inserir a pandemia na história, o que acarretou um uso mais intenso de efeitos visuais na pós-produção, sobretudo para forjar a aproximação entre os personagens em cena. A retomada das gravações também seguiu os rigorosos protocolos de segurança estabelecidos pela emissora, incluindo distanciamento social no set, testagem frequente de elenco e equipe e quarentena antes de gravar cenas de contato físico. Diferentemente de *Amor de mãe*, que teve um especial de 12 episódios de recapitulação da história antes da exibição dos novos episódios, *Salve-se quem puder* foi reexibida desde o início antes da estreia dos capítulos inéditos. Essa estratégia foi adotada para relembrar os acontecimentos da primeira parte da trama. A reexibição começou em 22 de março de 2021 e foi seguida pelos 53 capítulos inéditos, que foram gravados entre agosto e dezembro de 2020.

Já *Um lugar ao Sol*, primeira novela das nove inédita após o início da pandemia, estreou no dia 08 de novembro de 2021 sob grande expectativa, uma vez que por dezenove meses seguidos – quebrados apenas pela exibição da segunda parte de *Amor de mãe* – o horário vinha sendo ocupado por novelas reprisadas. Escrita por Lícia Manzo, a obra já havia iniciado as

gravações ainda em 2020, antes da crise sanitária começar, quando as imagens dos primeiros episódios foram gravadas. Quando a possibilidade de voltar ao set se tornou possível, os trabalhos foram retomados. Em entrevista ao G1¹⁶⁸, Andreia Horta, protagonista da trama, falou que toda a dinâmica foi regida por “um protocolo super rígido e uma conduta super atenta, a gente era testado todos os dias, de segunda a sábado. A gente tinha um comprometimento de se manter protegido, de não ficar indo a lugares, não encontrar pessoas”. Para garantir que tanto a equipe técnica quanto o elenco não se infectassem, cada núcleo gravava em separado as suas cenas. Outro ponto que diferencia *Um lugar ao Sol* de outras obras da teledramaturgia brasileira, em especial dos títulos produzidos pela Rede Globo, foi ela ter sido inteiramente gravada antes de estreiar, ou seja, ela já foi para o ar como obra pronta, fechada, num modelo que se aproxima de como as séries são produzidas e exibidas.

A obra também não teve um bom desempenho de audiência e por estar toda gravada não pode fazer alterações para dirimir os possíveis motivos para o baixo interesse do público. A imprensa especializada aponta¹⁶⁹ que a Globo então passou a boicotar a novela de duas formas: a primeira, alterando constantemente o seu horário de exibição em virtude de transmissões de futebol; a segunda, antecipando o anúncio da produção do remake da novela *Pantanal*, que passou a ser foco de atenção da imprensa, do público e dos próprios programas da casa, que repercutiram o fato, promovendo entrevistas com o elenco da primeira versão, fazendo suspense em torno da atriz que interpretaria a personagem Juma, dentre outras ações, feitas para aquecer a expectativa do público e o mercado publicitário. *Um lugar ao Sol* chegou ao final como a pior média de público para uma novela das 21h na história da emissora até aquele momento¹⁷⁰ e deu lugar à sua sucessora que, diferentemente dela, teve enorme repercussão e adesão do público.

4.4. As reexibições e a reassistibilidade na pandemia

Ainda sobre as telenovelas, observa-se uma aposta maior na reexibição como estratégia de ocupação de grade na TV aberta, em especial na TV Globo, que antes da pandemia tinha

¹⁶⁸ “Um lugar ao Sol”, primeira novela inédita desde início da pandemia, estreia nesta segunda-feira. Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/11/08/um-lugar-ao-sol-primeira-novela-inedita-desde-inicio-da-pandemia-estreia-nesta-segunda-feira-8.ghtml>. Acesso em 10 jun. 2025.

¹⁶⁹ Boicotada pela Globo, “Um lugar ao Sol” repetiu erros de “Amor de mãe”. Disponível em <https://www.uol.com.br/splash/colunas/feito/2022/03/25/boicotada-pela-globo-um-lugar-ao-sol-repetiu-erros-de-amor-de-mae.htm>. Acesso em 10 jun. 2025.

¹⁷⁰ Um Lugar ao Sol se torna maior fracasso de novela das nove no ibope da Globo. Disponível em <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/um-lugar-ao-sol-se-torna-maior-fracasso-de-novela-das-nove-no-ibope-da-globo-77981>. Acesso em 10 jun. 2025.

um lugar específico para tal prática, o *Vale a pena ver de novo* e por conta da suspensão da gravação das novelas que estavam em curso, ocupou, de março de 2020 a novembro de 2021 – com um breve intervalo entre 15 de março e 09 de abril de 2021 para a exibição da segunda parte de *Amor de mãe* – todas as suas faixas noturnas dedicadas ao gênero com títulos já exibidos em anos anteriores. Essa aposta se mostrou acertada no que se refere à audiência, que se manteve sem grandes alterações para o horário, o que levou a emissora a criar novas faixas de reexibição: na sua programação vespertina, inclusive aos sábados e nas madrugadas. Mas a escolha por reexibir títulos em sua grade diz mais do que apenas números de audiência: o brasileiro gosta de reassistir seus programas de televisão favoritos e as emissoras de TV sempre lançaram mão deste artifício. A faixa *Vale a pena ver de novo*, por exemplo, foi criada em 1980 e passou a ser uma marca das tardes televisivas no país, levando outras emissoras a também inserirem reprises de telenovelas em suas grades - sejam as novelas mexicanas do SBT, ou as bíblicas da Record.

Para entender as práticas da reexibição e da reassistibilidade, Jason Mittell (2011) oferece contribuições importantes que ajudam a distinguir essas duas categorias. Para o autor, a reexibição (do inglês, *rerun*), nos modos de circulação televisiva, tende a privilegiar a reassistir de “uma forma mais efêmera, descontrolada e errática” (Mittell, 2011, tradução nossa¹⁷¹), já que nem sempre as reprises das séries, que são o foco de análise do autor, têm os seus episódios disponibilizados na ordem certa. Em contraste, o autor apresenta a possibilidade de reassistir (do inglês, *rewatching*) a partir de DVDs, por exemplo, que configura uma experiência mais estruturada e autogerida, permitindo ao espectador controlar ritmo, ordem e frequência da visualização. Considerando que o texto foi escrito há mais de uma década, é pertinente atualizar essa discussão inserindo as plataformas de *streaming*, que assumem um papel central nessa lógica da reassistibilidade. Para além da mídia física, são esses ambientes que ampliam a possibilidade de rever conteúdos de maneira organizada, no tempo e nos termos escolhidos pelo próprio espectador.

Mittell (2011) nos propõe pensar a reassistibilidade a partir de três perspectivas complementares. A primeira delas diz respeito ao que o autor chama de revisão analítica. Nesse sentido, o ato de rever ganha contornos interpretativos, como a prática realizada por fãs, que retornam a episódios já exibidos em busca de pistas narrativas, detalhes esquecidos ou um entendimento mais profundo da complexidade da trama. É o caso, por exemplo, da fruição promovida pelos DVDs de séries, que, ao serem lançados após a exibição televisiva,

¹⁷¹ Do original em inglês: “is much more ephemeral, uncontrolled and erratic”

frequentemente trazem conteúdos adicionais, como comentários de diretores e roteiristas, cenas excluídas ou erros de gravação. Mittell observa que esses materiais formalizam a revisão analítica das obras, ao guiarem o espectador por meio do acompanhamento de um especialista.

Essa forma de reassistir revela o que chama de “prazeres intelectuais do ato de assistir”, ou seja, os modos como a fruição televisiva também podem ser motivados por uma busca crítica e reflexiva sobre o conteúdo. No entanto, Mittell reconhece que o consumo narrativo não é apenas racional: ele é também profundamente emocional, já que há uma motivação que leva o espectador a revisitar certas obras, especialmente filmes ou episódios isolados, em busca de conforto, familiaridade e reconhecimento. Logo, para o autor, rever um filme favorito pode funcionar como uma forma de companhia ou terapia, representando a repetição controlada e previsível de uma experiência prazerosa. No caso das narrativas seriadas, essa revisão terapêutica tende a se manifestar sobretudo em episódios específicos, e não necessariamente em temporadas completas.

A segunda perspectiva proposta por Mittell também parte de uma base emocional, mas está mais ligada ao sentimento de nostalgia. Nesses termos, o ato de rever opera como uma espécie de *flashback* da experiência original de visualização. Ao revisitar uma obra, o espectador reencena emocionalmente o momento de seu primeiro encontro com aquele conteúdo, reatualizando sensações e memórias associadas ao contexto em que assistiu pela primeira vez. Ainda dentro dessa perspectiva, Mittell aponta como a reassistibilidade pode reconfigurar a relação emocional do espectador com a narrativa. Se, em um primeiro contato, prevalecem sentimentos como suspense, curiosidade e surpresa diante dos desdobramentos da trama, ao rever, o que se manifesta é a antecipação, a expectativa por algo já conhecido, que ressignifica o percurso narrativo com base no que já se sabe que acontecerá.

Por fim, a terceira perspectiva proposta pelo autor é a da reassistibilidade como experiência social. Diferentemente da leitura, que é uma experiência íntima e solitária ou do cinema, que embora coletivo se dá no contexto da sala escura, o ato de assistir à televisão sempre foi compreendido, majoritariamente, como uma prática compartilhada, vivida no ambiente familiar ou entre amigos. Mittell destaca que, mesmo quando assistida individualmente, a televisão tende a convocar formas de ritualidade e sociabilidade no entorno tecnocomunicativo. Plataformas como o X (antigo Twitter) funcionam como espaços de comentário, troca e repercussão que ampliam a dimensão social do assistir, mesmo quando a experiência de fruição se dá de forma solitária.

Durante a pandemia, reexibir passou a ser, em alguns casos, a única opção viável possível, como na transmissão esportiva, por exemplo. Parte significativa da programação

noturna nos dias de semana e dos finais de semana, enquanto os jogos de futebol não puderam voltar a acontecer – o retorno dos jogos só se deu em junho de 2020 – alguns jogos importantes da história da seleção brasileira foram reexibidos, a exemplo da copa de 1994, onde o Brasil se sagrou tetracampeão contra a seleção da Itália. Segundo Vieira e Costa (2021), essa estratégia supre a “necessidade da emissora de atender as expectativas dos fiéis telespectadores e de cumprir os contratos publicitários firmados anteriormente” (p.312). Os autores apontam ainda que “outro reflexo da ausência de uma agenda de eventos esportivos foi a retirada dos telejornais esportivos (que foram incorporados aos telejornais generalistas) da grade de programação até julho de 2020” (p.312).

Para seu horário nobre, a Rede Globo passou a reprisar algumas de suas novelas de sucesso que foram exibidas originalmente na última década, como *Fina Estampa* e *A força do querer*, ambas na faixa das 21h. As outras duas faixas dedicadas à títulos inéditos, das 18h e das 19h, também foram ocupadas por reprises. Segundo relatório do Observatório Iberoamericano da Ficção Televisivo (OBTEL, 2021), dos 52 títulos ficcionais exibidos nas emissoras de televisão no Brasil em 2020, 25 foram reprisados, um número bastante expressivo e acima da média de anos anteriores.

Desde o começo da série histórica do Obitel, em 2008, nunca houve um ano sequer em que o número de reprises se aproximasse tanto do de lançamentos. No entanto, em 2020, foram exibidos 27 títulos inéditos e 25 reprises, ou seja, para 10 títulos inéditos, 9 foram reprises. O Brasil registrou uma queda de 52% na quantidade de títulos nacionais inéditos, em parte devido à interrupção das gravações com a crise sanitária. Em uma comparação com o ano anterior foram 23 ficções exibidas, em 2020, contra 48, em 2019. Já as reprises tiveram alta: 25 contra 19 do ano anterior. Vale destacar que 40% das reprises serviam para cobrir a lacuna de obras paralisadas. (Lopes et.al, 2021, p.114)

Esses títulos exibidos em horário nobre foram apresentados como “Edições especiais”, uma vez que não foram exibidos na sua integralidade. Todos os títulos sofreram diminuição do número de capítulos e “intervenções na história original para torná-la mais próxima dos formatos atuais, com cenas mais curtas e reviravoltas desencadeadas rapidamente, implicando na redução do número de capítulos” (idem, p.115). Ainda segundo o relatório, o SBT e a Record TV também apresentaram diminuição no número de títulos ficcionais produzidos, aumentando a inserção de reprises em suas grades.

Em 2021 as reexibições ganham ainda mais espaço nas grades de programação das emissoras de TV aberta. Segundo relatório da OBTEL (2022), “apesar de 2021 ter sido um ano de certa retomada econômica, graças ao avanço da vacinação no país, as reprises (24) corresponderam a 51% das exibições e chegaram a ultrapassar o número de inéditas (23)” (Lopes et.al, 2022, p.83). Neste ano, a Rede Globo seguiu com as edições especiais em suas

três faixas noturnas dedicadas à telenovela, exceto pela exibição dos capítulos finais de *Amor de Mãe* – que foram precedidos de um resumo recapitulativo da primeira parte da novela, composto de 12 capítulos – e a retomada das novelas inéditas no segundo semestre. Os outros canais abertos também mantiveram reprises durante o ano de 2021. “O SBT não produziu nenhum título nacional, dobrando o número de importados, de três para seis. Já a Record, estreou duas produções nacionais inéditas, contra apenas uma no ano anterior e exibiu 6 reprises” (idem, p.84).

Somente em 2022 os títulos inéditos voltaram a ganhar novamente mais espaço nas grades de programação, movimento que se justifica pela retomada gradual dos modos de produção pré-pandêmicos, possibilitada pelo avançar da campanha de vacinação contra a COVID-19. O relatório OBITEL (2023) aponta que pela primeira vez desde 2019, houve um aumento no número de obras inéditas exibidas na televisão aberta, com 27 obras novas em comparação a 25 títulos reprisados, entre obras nacionais e internacionais. Olhando apenas as produções brasileiras inéditas, houve um aumento de 11,7%, depois de dois anos em queda, subindo de 17 para 19 títulos. Ainda segundo o relatório, a Globo apresentou nove novelas inéditas contra cinco reprises, representando um aumento de 80% de novas novelas e uma queda de 80% de reprises do formato, elevação que é “reflexo imediato do retorno quase completo das gravações, sendo a maior parte formada por telenovelas, o que indica a retomada da produção de narrativas longas” (Lopes et.al, 2023, p.85).

Outros dois movimentos importantes da Rede Globo são observados a partir da pandemia e nos deixam ver a relevância da cultura da reexibição e da reassistibilidade no período pandêmico e pós-pandêmico: o primeiro deles é que a emissora passa a investir mais em *remakes* de novelas e utilizar o seu acervo para alavancar a plataforma Globoplay. Os *remakes* também fazem parte da cultura televisiva, a exemplo das várias versões da novela *Éramos Seis*, que originalmente foi produzida em 1958 pela Record, mas foi refilmada outras duas vezes, pelo SBT em 1994 e mais recentemente pela Globo em 2019, ou ainda as novelas *Chiquititas*, cuja primeira versão foi feita em 1997, ganhando nova versão em 2013, ambas pelo SBT. No entanto, após o sucesso comercial de *Pantanal*, exibida em 2022, outros títulos ganharam remakes na TV Globo: *Elas por Elas* (2023), *Renascer* (2024) e *Vale Tudo* (2025).

Embora seja uma estratégia mercadológica observada a partir da manutenção da audiência durante as reprises das telenovelas no horário nobre durante os dois primeiros anos mais recrudescidos da pandemia, isso também nos deixa ver como, a partir da familiaridade com as histórias, os anseios dos espectadores são acionados em torno de cada título refilmado, tensionado as expectativas das adaptações que serão feitas ao texto, ou a escalação do elenco

que dará vida aos personagens da trama. Em texto publicado na seção Palimpsesto no site do TRACC, eu abordo como esses engajamentos dizem também de uma centralidade que a Rede Globo tem em nossas práticas e em nosso cotidiano:

Para além do evidente interesse comercial que a Globo tem feito a partir do investimento nos *remakes*, esse movimento também nos faz ver uma reafirmação do lugar de centralidade da TV, e em especial da emissora, em nossas práticas culturais cotidianas, uma vez que a partir dessas obras revistadas é feita uma incursão no imaginário popular coletivo e nos engajamentos afetivos do brasileiro em torno dessas histórias e da nossa própria história e identidade enquanto país. Rever *Pantanal* ou *Renascer* em suas novas versões, por exemplo, é também olhar de novo e de forma atualizada para o momento em que essas novelas foram produzidas originalmente, é uma forma de fazer essas distintas temporalidades se encontrarem. E essas memórias e afetos vão entrando em disputa com os modos de socialidades e ritualidades das gerações mais novas, para quem essas obras podem ser lidas como tão inéditas quanto qualquer outra. (Almeida, 2024, p.02)

Em um vídeo comemorativo¹⁷² aos 100 anos do grupo Globo divulgado em 16 de fevereiro de 2025 em sua programação e nos perfis da emissora nas mais distintas ambiências digitais, essa relação da reassistibilidade como valor da televisão fica bastante evidente. O vídeo começa com uma série de imagens que apresenta telespectadores se relacionando com a programação da emissora dos mais diversos modos – na sala de casa com a família, em um bar com um grupo de pessoas, pelo celular acessando o Globoplay, em TV de tubo ou de tela plana. Junto a esses desenhos que dão a ver ritualidades e socialidades distintas, a locução de William Bonner vai acionando diversas imagens de telenovelas, partidas de futebol, programas de auditório, *realities shows* e acontecimentos históricos que foram amplamente cobertos pelos telejornais e jornais do grupo, enquanto indaga: “Dá pra lembrar o futuro? Eu me lembro! De viver o que ainda não foi contado. De precisar crescer pra caber o novo. De tudo o que você viveu e eu vivi também (...) Assim a gente se conheceu, se reconheceu, se sentiu parte de um Brasil só”. Aqui, percebemos uma torção de temporalidades que articula memória e expectativa, passado e porvir, em um mesmo gesto narrativo que convoca o nosso olhar a ver de novo, a reassistir aquelas imagens e reconfigurá-las no tempo presente.

O texto também convoca um pacto de pertencimento coletivo, posicionando a Globo não apenas como quem mostra o Brasil, mas como parte constitutiva dele — alguém que viveu, junto com o espectador, tudo aquilo que o país enfrentou e ainda enfrenta, relação que fica clara também no trecho que diz que “no instante em que os nossos olhares se cruzarem, na primeira vez em que a gente se viu, você abriu a porta de casa e deixou o Brasil entrar”. Trata-se, portanto, de uma tentativa de reafirmar um laço emocional construído na intimidade do

¹⁷² Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=OqYJslvQJY4>. Acesso em 10 jun. 2025.

cotidiano, reforçando a ideia de que a emissora não apenas acompanhou a história do Brasil, mas a compartilhou, como presença constante. William Bonner encerra a narrativa convidando o público a compreender a relação entre a emissora e sua audiência como uma relação de amizade, “como a voz de um amigo que sabe o que a gente quer, o que a gente sonha, o que a gente é”, uma relação pautada na confiança e projetada como vínculo que continuará sendo construído no futuro, “um futuro que começou há 100 anos e que muda todo dia pra continuar”.

O segundo movimento que eu também abordo no referido texto diz sobre a plataforma Globoplay enquanto repositório on line do acervo da emissora e que é entendida no posicionamento institucional do grupo Globo como parte desse futuro da emissora. Em 2020, quando por conta do isolamento social as principais plataformas de *streaming* tiveram um aumento na procura de novos assinantes, a Rede Globo lançou um projeto inteiramente centrado em disponibilizar no Globoplay parte do seu acervo de telenovelas a partir de três ações: a primeira, intitulada “Resgate”, é dedicada em disponibilizar na íntegra um título da sua teledramaturgia, começando pela obra *A favorita*, de João Emanuel Carneiro, em maio daquele ano. Segundo matéria publicada no site Gshow¹⁷³ em julho de 2024, mais de 100 obras já foram disponibilizadas integralmente pela ação de resgate, representando 25% de todos o consumo de novelas na plataforma.

Na reportagem, Flávio Furtado, gerente de programação da Globoplay afirma que o projeto é parte do compromisso que a Rede Globo, através da sua plataforma de *streaming*, tem com a preservação da história e da cultura brasileira através do seu rico acervo, que é formado por “obras que refletem a nossa sociedade em diferentes épocas (...) ativando a memória afetiva dos fãs de novelas e despertando o interesse e curiosidade das novas gerações”. Para Svartman (2023), essa disponibilização de inúmeros títulos em suas plataformas de *streaming* indica novas possibilidades comerciais para essas obras, já que “o modelo de distribuição e negócios da telenovela também está mudando devido ao ecossistema midiático contemporâneo” (p.139). Ainda segundo a autora, disponibilizar o acesso às obras completas apenas para assinantes é uma dessas estratégias comerciais:

¹⁷³ Globoplay celebra 4 anos do projeto Resgate com mais de 100 novelas clássicas publicadas. Veja quais são as mais assistidas. Disponível em <https://gshow.globo.com/globoplay/noticia/globoplay-celebra-4-anos-do-projeto-resgate-com-mais-de-100-novelas-classicas-publicadas-veja-quais-sao-as-mais-assistidas.ghtml>. Acesso em 10 jun. 2025.

De acordo com a Kantar Ibope Media (Lopes e Gomes, 2020), entre os dez conteúdos de ficção audiovisual mais discutidos em plataformas digitais no país, em 2019, nove foram de telenovelas. A Globoplay já disponibiliza gratuitamente a transmissão online da programação linear da TV Globo e de canais fechados do grupo. As telenovelas comprovam ter seu valor como parte do cardápio oferecido pela Globoplay para assinatura, gerando, assim, uma nova forma de lucrar com esse conteúdo (Svartman, 2023, p.144)

A segunda ação, que é um desdobramento da primeira é intitulada “Originalidade”, dedicada a atualizar obras que já estavam no catálogo da plataforma – por terem sido exibidas no *Vale a pena ver de novo* ou pelo canal Canal Viva, por exemplo – por suas versões originais de quando foram exibidas, preservando sua abertura, vinhetas e divisão de capítulos, além de melhorar a resolução das imagens. Aqui vale uma ressalva ao Viva, criado em 2010 e que se consolidou como um espaço dedicado à memória da TV Globo e, por extensão, da televisão brasileira. Com uma programação centrada na reexibição de novelas, minisséries e alguns programas clássicos da emissora, o canal põe as três perspectivas em torno da reassistibilidade propostas por Mittell (2011), ao investir em conteúdos complementares que ampliam a experiência de reassistir, como programas especiais com diretores, roteiristas e atores comentando bastidores, personagens e cenas emblemáticas, possibilitando, além da dimensão social e emocional, um modo analítico de olhar para a TV, seus gêneros e programações. Em junho de 2025, o canal passou a adotar o nome Globoplay Novela¹⁷⁴, numa transição que sinaliza uma integração com o ecossistema digital do Grupo Globo. A principal mudança está na programação, que passa a ser totalmente dedicada às novelas.

A terceira e mais recente ação, a “Fragmentos”, teve início em janeiro de 2024 e se dedica a disponibilizar obras mais antigas e incompletas do referido acervo, que possuam de dois até vinte capítulos preservados após os incêndios que acometeram as dependências da emissora. Ao longo dos mais de 70 anos da história da TV, em especial nas primeiras décadas, alguns casos de incêndios aconteceram e puseram em risco a segurança dos acervos das emissoras. Somente em 1969, as TVs Record, Bandeirantes e Globo registraram incêndios em duas dependências. Chama atenção o caso da Globo, que foi acometida por incêndios três vezes no ano de 1969 e outras três nos anos de 1970, 1971 e 1976. Dessa forma, a iniciativa “Fragmentos” se dedica a tornar público essas obras, mesmo que apenas as partes que foram salvas do fogo, o que nos deixa ver outro movimento importante nos modos como consumimos televisão:

¹⁷⁴ Sai Viva, entra Globoplay Novelas: a estratégia da mudança do canal. Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/midia/sai-viva-entra-globoplay-novelas-a-estrategia-da-mudanca-do-canal>. Acesso em 10 jun. 2025.

Acessar fragmentos de obras é uma prática que há muito faz parte de quem acompanha, curte ou pesquisa TV. O programa *Vídeo Show*, da Rede Globo, exibido entre 1983 e 2019, tinha parte considerável de cada episódio baseada no resgate de trechos de programas da casa, que eram reprisados, analisados, comentados e remixados com outros trechos pela edição do programa, uma forma que a Globo encontrou de utilizar seu vasto acervo de modo a por temporalidades distintas em diálogo através da sua programação (Almeida, 2024, p.03)

O programa *Video Show* desempenhou por décadas na função de manter a memória da televisão brasileira, operando como um arquivo audiovisual dentro da própria grade da TV Globo. Quadros como o “Túnel do Tempo”¹⁷⁵ se dedicavam a revisitar cenas completas de novelas, minisséries e programas antigos, reativando obras e personagens marcantes da televisão brasileira. Ao fazer isso, o programa mobilizava tanto a nostalgia quanto o relacionamento afetivo do público, reatualizando experiências televisivas. Outro exemplo importante dessa lógica fragmental é o quadro *Remake Show*¹⁷⁶, que fazia comparações entre cenas de novelas antigas e suas versões mais recentes, colocando em diálogo distintas temporalidades e fortalecendo a dimensão patrimonial que a TV Globo reivindica para si na história da televisão no país. Essa prática de retomada e exposição de trechos exemplifica como o próprio meio televisivo já cultivava, antes da explosão das redes digitais, um modo de circulação baseado no fragmento e na recirculação afetiva, que hoje se expandiu posteriormente para as e ambiências digitais, não ficando restrito às iniciativas das mídias hegemônicas ou aos canais oficiais de distribuição.

Plataformas digitais como o YouTube têm se consolidado como importantes espaços de resignificação e circulação desses conteúdos, muitas vezes a partir de esforços individuais ou coletivos que operam à margem das grandes corporações midiáticas. Canais como o Mofo TV¹⁷⁷ realizam um trabalho sistemático de pesquisa, catalogação e disponibilização de programas e cenas antigas, com ênfase naqueles que não estão acessíveis nas plataformas oficiais, atuando na preservação da memória televisiva e de criação de um repositório informal para diferentes gerações de espectadores. “Gosto tanto que memorizei acontecimentos da minha vida de acordo com o que era exibido na televisão”, disse José Marques Neto, criador da Mofo TV em entrevista ao Uol¹⁷⁸ na ocasião dos 50 anos da TV Globo, em 2015, onde também afirma que o interesse por reunir os arquivos da televisão começaram ainda na infância, quando “sentia uma necessidade de gravar os programas, queria prolongar o prazer

¹⁷⁵ Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/2034144/>. Acesso em 10 jun. 2025.

¹⁷⁶ Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/1549826/>. Acesso em 10 jun. 2025.

¹⁷⁷ Disponível em <https://mofotv.blogspot.com/>. Acesso em 10 jun. 2025.

¹⁷⁸ Criador da MofoTv largou odontologia para se dedicar à memória da TV na web. Disponível em <https://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2015/04/17/criador-da-mofotv-largou-odontologia-para-se-dedicar-a-memoria-da-tv-na-web.htm>. Acesso em 10 jun. 2025.

de assistir à televisão. Antes do videocassete, quando era criança nos anos 70, gravava a programação da TV em áudio. Cheguei a tirar fotografias da tela”. Neto morreu em abril de 2023 e desde então o catálogo da Mofo TV não é mais atualizado.,

É possível identificar a circulação de fragmentos televisivos como um fenômeno que já se manifestava em práticas analógicas anteriores ao ambiente digital. Revistas de programação e jornais impressos desempenhavam esse papel ao oferecer sinopses, resumos de capítulos e notas de bastidores, funcionando como mediadores entre a televisão e seu público. Segundo Talita Magnolo et.al (2023), já na década de 1960, os telespectadores recorriam a publicações como a revista Intervalo, criada em 1962 com o objetivo de divulgar a programação televisiva nacional, especialmente nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Paraná e Bahia. Além de trazer reportagens, notícias e seções fixas dedicadas à televisão, a revista também orientava o leitor a acompanhar seus programas favoritos.

Com a consolidação das redes sociais digitais, essa dinâmica se intensifica e se transforma. No X (antigo Twitter), por exemplo, perfis como @Zamenza¹⁷⁹ e @acervonovelas¹⁸⁰ promovem a circulação de trechos antigos e recentes de telenovelas e outros programas, muitas vezes comparando momentos distintos ou destacando continuidades estéticas e narrativas. Durante a exibição de novelas como *Pantanal*, *Renascer* e, mais recentemente, *Vale Tudo*, esses perfis ativaram diálogos entre diferentes temporalidades, possibilitando que espectadores compartilhassem experiências, comentassem cenas em tempo real e remixassem conteúdos de versões antigas com as novas versões por meio de memes, *threads* ou montagens. Tais práticas evidenciam como as ambiências digitais não apenas expandem o alcance dos fragmentos televisivos, mas também produzem novas formas de ativação da memória, nas quais o passado da televisão se mantém vivo por meio da mediação colaborativa de suas audiências. Assim, o consumo de fragmento ou arquivos disponibilizados on line, rever sua novela favorita em um canal de televisão fechada ou no streaming e maratona uma série a partir de um box de DVDs, se juntam às reexibições convocadas pelas emissoras durante a pandemia e nos ajudam a ver que a reprise e a reassistibilidade se configuram como partes estruturantes da cultura televisiva e da nossa relação com a TV.

¹⁷⁹ Disponível em <https://x.com/zamenza?s=21>. Acesso em 10 jun. 2025.

¹⁸⁰ Disponível em <https://x.com/acervonovelas?s=21>. Acesso em 10 jun. 2025.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa acompanhou, desde seus primeiros esboços, o percurso da pandemia de Covid-19 e as transformações que ela desencadeou nas formas de fazer, ver e reconhecer a televisão. Quando ainda era apenas um projeto em formulação, vivíamos os meses mais incertos e com rigorosas regulações sanitárias e normativas, tais como o isolamento social. Foi nesse contexto de exceção, norteados pelas medidas de controle e restrições, que muitos dos programas aqui analisados foram concebidos, refletindo, em sua materialidade e linguagem, as reconfigurações do fazer televisivo sob tais condições, o que nos fez ver, ao longo desta tese, a adoção de lógicas de produção que se distanciavam do convencional, acionando novas técnicas e instituindo formas alternativas de operação. Tais movimentos, como vimos, produziram reconfigurações materiais e institucionais e permitiram manutenção de vínculos entre programas e público.

Acionamos aqui, a partir de Martín-Barbero, a institucionalidade enquanto mediação atravessada por interesses, poderes e disputas que regulam os modos de produção e circulação dos discursos e das práticas culturais. Nesse horizonte, a pandemia foi convocada aqui como uma mediação de institucionalidades, ao condensar e tensionar as relações entre Estado, mercado, emissoras e organizações da sociedade civil. As regulações impostas reconfiguraram as condições de produção e de recepção televisiva, evidenciando o entrelaçamento entre políticas públicas, estratégias empresariais e práticas cotidianas de comunicação. Assim, mais do que um acontecimento excepcional, a pandemia revela-se como um dispositivo que expôs e rearticulou as forças que atravessam o campo televisivo brasileiro, reposicionando seus modos de fazer, ver e reconhecer.

Os rastros deixados por essas mudanças nos permitem observar a resiliência da cultura televisiva, que, mesmo tensionada, soube reconfigurar suas formas, formatos e gêneros. As rasuras nas convenções foram cruciais para compreendermos como a televisão continuou a operar como espaço simbólico de reconhecimento. Mesmo quando alterada em suas materialidades, sua linguagem permaneceu identificável. Ao longo desta tese, buscamos acompanhar tais deslocamentos articulando a televisão a partir dos Mapas das Mediações e das Mutações culturais, que nos possibilitou perceber como sua força institucional opera em camadas distintas e interligadas, que atravessam as materialidades e os modos de endereçamento. O que buscamos evidenciar foi justamente essa capacidade que a televisão tem de se reinscrever no tecido social, sobretudo diante das rupturas nos modos de produção e

circulação provocadas no transcorrer da pandemia. Esses movimentos, ainda que nascidos em contextos distintos, apontam para uma gramática televisiva compartilhada, que ultrapassa a tela do televisor e se infiltra em outras ambiências, em forma de memes, vídeos curtos, *reels*, *lives*.

Assim, esta pesquisa reafirma a potência dos mapas de Martín-Barbero como ferramentas para pensar o audiovisual contemporâneo em sua complexidade, que instabiliza a televisão como estrutura e fluxo, arquivo e acontecimento, convenção e rasura. Sua capacidade de se manter imperativa está ligada à sua íntima relação com a vida vivida. Em meio à crise sanitária global, foi essa televisão tensionada, recriada, que nos permitiu continuar vendo, sentindo e (re)conhecendo o mundo em meio à crise. As materialidades audiovisuais pandêmicas, longe de representarem improvisações pontuais, revelam-se como signos expressivos de um momento em que a televisão e o audiovisual foram convocados a se imporem de modo ressignificado. O que se desenha, nesse processo, é uma estética marcada pelas condições excepcionais de produção, mas também carregada de potência criativa. O que se poderia, à primeira vista, reduzir a estratégias de “gambiarra”, adquire espessura como linguagem, como estilo, como uma nova possibilidade de produção. Trata-se menos de um imprevisto e mais de uma inovação que opera nos limites do possível, revelando como a televisão é capaz de se fazer presente mesmo na ausência do estúdio, da equipe completa, do aparato técnico convencional.

Os programas convocados nesta tese, atravessados por essa gramática do fazer pandêmico, nos mostram como a linguagem televisiva é configurada pelas condições históricas, políticas, sociais e técnicas de seu tempo. E, ao mesmo tempo, como ela é capaz de responder a essas condições sem perder a capacidade de mobilizar reconhecimento, familiaridade e vínculo. As materialidades audiovisuais pandêmicas que se fizeram presentes são marcas disso: o auditório sem plateia que se refaz em múltiplas telas espelhadas; o apresentador que entrevista de casa; a teledramaturgia que incorpora o isolamento em suas tramas; a estética do vídeo vertical, do fundo desfocado, da luz doméstica, o microfone improvisado, a cena gravada por celular, na tela de WhatsApp convertida em dispositivo narrativo. Todas essas formas de fazer, se converterem em modos de fazer, ver e reconhecer a televisão na contemporaneidade atravessada por uma pandemia.

Assim, ao longo desta tese, pudemos ver que a pandemia convocou a televisão a se mostrar em sua dimensão adaptável, reiterada em si mesma e no diálogo com as ambiências digitais. A televisão em tempos de pandemia, tal como acompanhamos, nos convida a olhar para ela em processo de transformação, mas em diálogo com sua história. A televisão tradicional, aberta, com sua programação verticalizada e genérica, com grades pré-definidas,

com horários certos, com programas em sequência, separados em blocos interligados por propagandas comerciais, ela ainda é a principal forma de reconhecimento do que é TV. Também é TV aquela segmentada, por assinatura, com programação específica onde cada canal se organiza em torno de determinados gêneros (o canal de esporte, de variedades, de filmes etc.). A TV fechada, que teve um grande crescimento no Brasil na década de 2010 com a entrada das teleoperadoras na oferta desse serviço – o que levou à maior concorrência, mais oferta e menores preços – hoje, perdeu parte do seu alcance, o que se explica tanto pela crise econômica, quanto pela popularização dos serviços de *streaming* no país. Se partíssemos de uma percepção mais conservadora, encerrariamos aqui as formas mais convencionais do que seriam modos de acessar o conteúdo televisivos.

Para além do período pandêmico, tomando a noção de entorno tecnocomunicativo, outras formas de ver, fazer e reconhecer a televisão vão se consolidando e reconfigurando a experiência televisiva. O *streaming*, por exemplo, já não representa apenas um modelo de distribuição, mas uma prática incorporada ao cotidiano: alguém com um *smartphone* na mão e fones de ouvido acessa a Netflix no intervalo do trabalho para assistir ao novo episódio da série do momento ou conferir o mais recente *reality show* original da plataforma; no computador, é possível acompanhar ao vivo, via Globoplay, o telejornal do meio-dia de uma emissora local; no trajeto de volta para casa, pelo celular, na *timeline* do X (antigo Twitter) podemos ler uma *thread* feita por um usuário com os principais acontecimentos do *reality show* da noite anterior; após o jantar, podemos ouvir a versão em podcast de um *talk show* exibido na TV ou maratonar os últimos episódios de uma mininovela disponibilizada no perfil de um criador de conteúdo no TikTok.

Essas práticas de consumo revelam que assistir à televisão não se limita à ritualidade clássica de sentar-se diante da TV, sozinho ou com a família, na sala de estar. Ainda assim, o que está no centro de todas essas experiências são os programas, os gêneros e formatos que permanecem operando como matriz cultural. Assim, mesmo diluída em diferentes dispositivos e temporalidades, a televisão continua sendo referência estruturante na forma como acessamos, reconhecemos e nos relacionamos com o audiovisual na contemporaneidade. E em associação ao gênero televisivo, vemos também em operação as convenções, que são sempre acionadas pelos programas, produtores, veículos e o público a fim de reiterar essa centralidade que a TV ocupa em nosso cotidiano, em especial quando nossa experiência midiática hodiernamente se configura a partir de fluxos audiovisuais em rede (Gomes, 2023) que nos levam de um produto a outro, de uma tela a outra, de uma imersão a outra no entorno tecnocomunicativo.

Um acontecimento de 2024 nos ajuda a entender esse processo de transformação pelo qual passa a televisão, mas também a sua força. No dia 17 de agosto, um sábado, pela manhã, um plantão na TV Globo interrompeu sua programação para informar sobre a morte de Silvio Santos, aos 93 anos. Criador do SBT e um baluarte da TV brasileira, não foi uma surpresa toda a mobilização em torno do acontecimento: todas as emissoras abertas prontamente repercutiram o caso, resgatando uma série de imagens de acervo que remonta não só a trajetória do próprio Silvio Santos, mas também nos deixa ver uma historicidade da televisão no Brasil, uma vez que o apresentador esteve no ar desde a década de 1960 ininterruptamente até 2021, quando se afastou dos estúdios em decorrência da pandemia.

Não só o SBT, como já seria esperado, suspendeu toda a sua programação para homenageá-lo, mas também a TV Globo, convocando inúmeras personalidades, pensadores e críticos de TV para falar sobre a importância que Silvio tinha para a cultura televisiva no país, em especial no que tange ao modelo de comunicação popular através dos programas de auditório, no trato com a plateia. Dentre as diversas imagens que foram convocadas, chama atenção a sua presença de palco, a interação com as “colegas de trabalho” e com suas e seus assistentes de palco, os jurados dos shows de calouro, características do programa de auditório que Silvio ajudar a consolidar em convenções que até hoje são acionadas por todos os demais apresentadores do gênero, mas que também nos deixa ver um certo tipo de “fazer TV” que está em transformação.

O jeito Silvio Santos de fazer televisão reverbera não só na sua performance como apresentador, mas também no modo de gestão do seu negócio: mais intuitivo, com decisões tomadas de forma mais intempestiva (como os depoimentos de diversas personalidades que trabalharam na emissora deixam claro, sobretudo quanto às mudanças de horários dos programas, um traço bastante característico no SBT até hoje). Mas é interessante ver como essa sua personalidade, junto ao fato dele ser, até então, o mais antigo dos ícones da televisão ainda vivo, confere ao SBT um ar de tradição, onde os gêneros e formatos produzidos ali teimam em se manter numa linha canônica, “televisão brasileira raiz”.

O formato do *Programa Silvio Santos* se manteve fiel durante todos os 60 anos em que esteve o ar sob seu comando e mesmo quando sua filha, Patrícia Abravanel, assumiu a apresentação em 2021, quase nada se alterou, com os principais quadros, a participação da plateia, com poucos movimentos de câmera, planos mais longos, com poucos cortes e até mesmo o design do palco preservados. Esse modo de fazer TV, embebido e orgulhoso das convenções mais tradicionais, seguirá disputando espaço frente às transformações que se observam e que foram nosso foco de interesse aqui. Olhar pelas materialidades audiovisuais

nos ajuda a ver melhor de quais transformações e continuidades estamos falando, uma vez que é assim que, com a ajuda da noção de gênero, os programas de TV se apresentam e são por nós reconhecidos, daí a importância de também olharmos para a feitura dessas imagens, os aspectos de gravação, montagem e veiculação.

Embora durante a pandemia os programas de auditório tenham sofrido alterações para se adequarem às medidas de isolamento social, comparando o *Programa Silvio Santos*, principal produto do SBT nos finais de semana e uma das maiores audiências da emissora até hoje, e o *Domingão* (antes com Faustão e mais recentemente sob o comando de Luciano Huck), principal programa deste formato na TV Globo, vemos como, embora resguarдем muitas similaridades – a presença de uma plateia que participa e interage com o apresentador, elenco de participação fixa, apresentações musicais – esses dois programas de auditório são bastante diferentes quanto à dinâmica: o *Domingão* tem maior diálogo com as ambiências digitais, através de uso das hashtags de interação e à própria referência que é feita ao que está repercutindo nas distintas redes sociais, os quadros exibidos são mais variados, mesclando propostas de *reality show* (como as edições de *Dança dos Famosos*), *game shows* (a exemplos dos quadros *The Wall*, *Quem quer ser um milionário*) e reportagens externas, gravadas com a presença do próprio apresentador. Outras edições de outras emissoras tendem a seguir essa mesma linha do *Domingão*, com maior mistura de formatos, o que é justificado pela duração dos programas, que chegam a ficar no ar por mais de três horas em média, a fim de reter a atenção da audiência por tanto tempo.

Os finais de semana, em especial os domingos, na televisão aberta são herdeiros dessa concepção construída a partir do “modo Silvio Santos”, basta observar o lugar de destaque dos programas de auditório nas grades das principais emissoras ao longo de dia, ocupando horários desde o início da manhã até o final da noite. Aqui vemos um discurso generalizado e que permeia todos os apresentadores e emissoras: esses são programas para a família brasileira, que se reúnem juntos para assistir TV no sofá da sala. Essa ritualidade convencional de se ver televisão, no entanto, tem passado por contundentes modificações nos últimos anos, desde que a conexão via internet passou a fazer parte do cotidiano das pessoas, modificando os modos como lidamos e interagimos com serviços e atividades básicas, como ir ao banco, fazer uma consulta médica e assistir TV.

Essa imagem, ora cristalizada, da família reunida na sala de casa, sentados ao sofá, em frente à TV se transforma, mas persiste frente às diversas formas de consumo televisivos que se apresentam no entorno tecnomunicativo. E não estamos falando aqui sobre um declínio da audiência da TV aberta, que fora ampla e equivocadamente previsto quando da popularização

da TV fechada, do YouTube e do aparecimento das plataformas de *streaming*. Dados divulgados pelo Kantar IBOPE em maio de 2025¹⁸¹ referentes ao *share* de audiência, mostram que 66,5% das pessoas consumiram TV linear – termo que representa emissoras de TV com programação linear, sejam elas abertas ou por assinatura –, contra 33,5% que representam a soma dos serviços de vídeo *on line* – termo que se refere ao consumo de plataformas de vídeo independentemente dos seus modelos de negócio. Esse número é mais significativo quando olhamos para os domicílios: 78,2% acompanham TV linear e 21,8% consumiram vídeo *on line*. Mas esses números não representam, necessariamente, um consumo de telas em coletivo, com todos os moradores de um domicílio assistindo TV ou vídeo *on line* juntos.

A imagem clássica da família reunida em torno da televisão passou por profundas transformações. Hoje nos encontramos diante de uma cotidianidade familiar fragmentada e reconfigurada por novas tecnologias, plataformas e formas de consumo midiático. A televisão deixou de ser o ponto fixo de reunião e passou a coexistir com múltiplos dispositivos – celulares, *tablets*, computadores – que possibilitam modos individualizados e muitas vezes assíncronos de consumo. Ela não é mais uma entidade única e centralizada, mas um ecossistema complexo que inclui a TV aberta, a TV fechada, o *streaming* e as redes sociais, os memes, as *threads*, as *lives* e toda sorte de ambiências e programas que reiteradamente tomam a cultura televisiva como matriz midiática cultural. A TV aberta disputa (ao mesmo tempo que utiliza) com plataformas digitais que oferecem conteúdos sob demanda e fragmentados, muitas vezes condicionados pelos algoritmos que personalizam o que cada indivíduo consome. Essa configuração desafia as narrativas tradicionais que sustentavam a televisão como um espaço de interação comunitária e familiar. Em seu lugar, emerge uma televisão marcada por formas mestiças de comunicação acionadas no entorno tecnocomunicativo.

Partindo do fato de que o conceito de convenção está atrelado ao modo de sentir, à estrutura de sentimento para articular as mudanças e transformações, olhar para esse fenômeno e pensar a televisão a partir da pandemia é um movimento que configura observar não só as materialidades audiovisuais emergentes desse período, as transformações nas convenções e gêneros, mas também a própria experiência audiovisual, que vem ganhando outra proporção e outras dimensões, não só nos termos do fazer e das lógicas de produção, mas também nos termos das relações, das ritualidades e interações que percebemos serem (re)construídas com

¹⁸¹ A pesquisa foi feita em uma amostra de domicílios distribuídos em quinze cidades e suas regiões metropolitanas: São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Vitória, Porto Alegre, Curitiba, Florianópolis, Goiânia, Distrito Federal, Salvador, Fortaleza, Recife, Belém e Manaus. Disponível em <https://kantariopemedia.com/audiencia-de-video/>. Acesso em 16 jun. 2025.

a televisão e que nos deixa ver, ainda, como essas relações se dão com o audiovisual contemporâneo.

Essa tese buscou enxergar transformações nos modos de fazer, ver e reconhecer a televisão e olhar para a sua linguagem televisiva e materialidades audiovisuais tensionadas pela pandemia. É bem verdade que como os programas são produzidos e como isso se imprime na imagem é imprescindível para pensarmos essas transformações, uma vez que é a partir da imagem que as convenções e gêneros televisivos são primordialmente reconhecidos e assimiláveis. Mas também nos interessa aqui ir além e pôr em perspectiva a própria cultura televisiva em si, que já vinha sendo colocada em xeque bem antes da pandemia. Em um texto escrito em coautoria com Fernanda Maurício e Valéria Vilas Boas em 2023, busquei entender essa televisão que estava ainda na primeira década do século XXI sendo posta à prova uma vez identificado a tendência de crescimento do acesso à internet. Nosso objetivo ali era justamente observar um dos valores televisivos mais tradicionais, a interatividade.

O controle remoto, a caixa postal e o telefone, ferramentas que garantiam em primeira instância formas de o telespectador interagir com seus programas favoritos, perderam espaço em um panorama de conectividade via internet, onde essa interação foi levada à outra potência. Visões mais apocalípticas àquela época pregavam uma espécie de fim da televisão tradicional, linear, tal como a conhecemos até então, mas experiências outras nas formas de nos relacionarmos com a TV já indicavam, ainda ali, que o meio (se é que ainda podemos chamar assim) saberia usar a internet e essa nova interatividade a seu favor.

Nesse mesmo texto, articulamos a plataforma Sonhar TV, criada em 2012 pela Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, em parceria com a Sociedade Amigos da Cinemateca e sob a gestão e produção da Academia de Cultura e do Grupo Ink, que traz à tona, no início da década passada, reflexões e apostas sobre o futuro da televisão, reunindo um grupo diverso de pesquisadores, diretores, dramaturgos e produtores de televisão. Por meio de uma série de vídeos, profissionais compartilharam suas perspectivas sobre o estado da televisão na época e as transformações que estavam em curso. Entre os temas abordados, destacaram-se a implantação da TV Digital, os receios em torno de um futuro apocalíptico para o meio – ou mesmo da ausência de um futuro viável – e a relação ainda incipiente entre a televisão e a internet.

Em sua participação no projeto, Arlindo Machado¹⁸² defende que a TV aberta teria que tomar decisões sobre como conviver com as mudanças que se mostravam latentes com a

¹⁸² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2LSnVuSkrSc>. Acesso em 15 jul. 2025.

popularização e democratização de acesso à internet e chama atenção para uma “explosão de TVs nos próximos anos”, que ele entende como sendo o crescimento das WebTVs: “a TV do futuro, que nasce dentro da internet (...) uma TV livre, onde qualquer pessoa se junta e produz TV”. Já a TV convencional teria de se transformar e tenderia a um processo de elitização – parecido com o que já ocorreu com o cinema e com os concertos de Ópera - em decorrência do consumo sob demanda e seus “programas caros de serem adquiridos”. A grade fixa de programação perderia força, uma vez que “há de se buscar o que se interessa, não se tem mais tempo para zapear”.

Em outros depoimentos, vemos uma linha de pensamento que sugere que esse futuro da televisão estaria no *on demand*, uma vez que oferece maior facilidade de acesso e escolha por parte do espectador. E que, nessa configuração, a noção de grade de programação perderia peso. Ao observarmos essas previsões e observações, notamos que há sim uma consolidação do consumo sob demanda, que está, no entanto, muito mais ancorada nas plataformas de *streaming* como Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Disney Plus, Apple TV, dentre outras, que começaram a surgir e se popularizar na década passada, do que como oferta das emissoras de televisão – apesar da criação de canais de *streamings* como o GloboPlay, da TV Globo e do Play Plus, da Record TV, e do recente SBT+, do SBT, que funcionam como portas de acesso ao consumo *on demand* do conteúdo das referidas emissoras ou do desdobramento de canais da TV Paga, como a rede Telecine, que também passou a oferecer seu catálogo de filmes numa plataforma de *streaming* própria.

Mas, de fato, vemos uma explosão do aparecimento de novos canais de acesso a conteúdos audiovisuais, muito embora não convencionemos chamá-los de “TV”, apesar das aparentes – e diria, até, incontestes – similaridades que ambas as experiências de consumo, bem como seus próprios produtos, resguardam. Outras ambiências digitais, como o Youtube, Instagram, TikTok e Kwai também se apresentam como possibilidades de desdobramentos dessa mesma ideia, sobretudo no que tange ao crescimento de usuários que passam a produzir conteúdos audiovisuais que tomam as convenções televisivas como matriz e que são disponibilizados e consumidos nas referidas plataformas.

Também vimos que o ao vivo segue sendo um valor importante da TV, o principal traço definidor da cultura e da linguagem televisiva. É onde há espaço para a improvisação e para o imprevisível e remonta aos seus anos iniciáticos, onde toda sua ainda esparsa programação era transmitida ao vivo. Esse traço da experiência televisiva encontrou eco nas ambiências digitais e torna ainda mais evidente o movimento hegemônico da televisão, que influencia os modos de uso e consumo de conteúdos em outras plataformas. O TikTok mantém em destaque o

recurso “*Live*” onde seus usuários são evidenciados ao entrarem em transmissão ao vivo. Para “mudar de canal”, basta arrastar a tela para cima e uma nova transmissão passa a ser exibida. É interessante destacar aqui o uso desse recurso por canais de televisão que possuem perfil na referida rede social e transmitem o seu sinal dentro da plataforma. Em decorrência da pandemia, as *lives* passaram a ser foco de maior atenção e as plataformas viram o interesse por esse recurso aumentar significativamente. Embora sejam um produto das ambiências digitais já amplamente utilizado, as *lives* ganharam centralidade durante o período pandêmico, em especial no momento de maior recrudescimento, em 2020.

A proposta das plataformas de *streaming* segue amplamente a cartilha da televisão convencional, sobretudo no que diz respeito aos gêneros que são produzidos e que ganham destaque em seus catálogos (Vilas Boas et al, 2023). Curiosamente, as inovações que apontam para um futuro mais disruptivo parecem surgir justamente na TV aberta e, em certa medida, na TV fechada. Essas transformações estão, em grande parte, concentrados na articulação com as redes sociais – embora a adesão inicial a essas plataformas tenha ocorrido, muitas vezes, de forma hesitante e até contrária à vontade das emissoras tradicionais. No entanto, ao adotar uma abordagem que considera formas mestiças de comunicação (Martín-Barbero, 2009) e a noção de audiovisual em rede (Gutmann, 2021), o que entendemos como “televisivo” assume novos contornos. Assistir à TV pelo feed do X (antigo Twitter) ou ainda por cortes compartilhados no TikTok ou no Kwai, feitos tanto por emissoras quanto por usuários, também pode ser compreendido como uma manifestação de como essa “televisão do futuro” vem se conformando no presente.

Mesmo a tão propagada promessa de uma programação descentralizada e por demanda, característica das plataformas digitais, embora exista, ainda não se tornou predominante. O consumo de conteúdo de forma fragmentada ou por meio de novas janelas, como as redes sociais e os serviços de *streaming*, revela uma transformação no comportamento do público que busca maior controle sobre o que e como consome, escapando das limitações de uma grade fixa de programação. As redes sociais, antes vistas como espaços alternativos, hoje desempenham um papel central na circulação de conteúdos e na ampliação do alcance da comunicação televisiva. Essa dinâmica, por sua vez, permite que o espectador consuma apenas os trechos ou programas que mais lhe interessam, seja na íntegra ou fragmentados, em múltiplas plataformas. Essa forma de consumo é atravessado pela forma como experimentamos a realidade, resultando em uma vivência fragmentada e heterogênea, marcada pela velocidade e pela transitoriedade. As distintas telas da televisão, dos computadores e dos *smartphones*

operam como mediadoras dessa percepção de mundo que se assemelha ao próprio ritmo das imagens que elas projetam: rápidas e descontínuas.

As produções que acionamos aqui, bem como muitas outras que foram produzidas durante o período de pandemia, nos fazem ver uma aproximação ainda maior entre as institucionalidades derivadas dos ambientes comunicacionais, sejam ela a TV, a plataforma de *streaming* e demais ambiências digitais e as ritualidades com as quais os sujeitos constroem as suas relações com os programas, suas imagens, sons e *hiperlinks*. Mais do que apenas assistir a esses conteúdos, a tessitura formada entre suas lógicas de produção e as materialidades audiovisuais conformadas no espaço da tela, nos aponta para possibilidade de interação multidirecional, pervasiva, seja no campo temático – uma vez que muitas dessas produções adotaram a própria pandemia como eixo narrativo para contar suas histórias –, seja no campo das tecnicidades utilizadas para produzir interação e diálogo, que nos permite articular os modos de fazer, ver e reconhecer essas materialidades audiovisuais em cenário pandêmico – que não só se fazem visíveis pelos planos e enquadramentos que ocupam o espaço da tela dos programas de TV, *streaming* e internet que consumimos, mas que também medeiam as nossas relações pessoais e profissionais, em especial durante o período aqui estudado.

A noção de entorno tecnocomunicativo nos permitiu entender esse cenário que nos coloca enredados numa trama onde o meio, a mídia, ou mesmo o produto, interessam menos do que as relações e as mediações que são tecidas nesse ecossistema. E juntamente com a ideia de formas mestiças, é importante nos debruçarmos sobre essas interações, compartilhamentos e produções, que engendram tais materialidades e conformam a premissa desses programas que foram postos aqui em perspectiva. Presente no espaço de tela dos mais diversos produtos e programas, a *hashtag* #fiqueemcasa nos faz articular a espacialidade “casa” e a sua relação com o fenômeno aqui estudado e nos deixa ver como a produção remota, feita de casa pelos seus realizadores, consumida de casa pela audiência e misturada a uma variedade de fotos, vídeos, memes e *cards* criados e publicados nas ambiências digitais, dialogam com as aparentes formas de fazer televisão e audiovisual durante a pandemia e além dela.

Mas, uma vez oficialmente decretado o fim do estado de pandemia, o que ficou? A partir do ponto de vista das tecnicidades, a gravação remota, caseira e via internet vem se articulando à cultura televisiva, participando ativamente da produção de sentido, se incorporando às lógicas e rotinas de produção da televisão. Esse modelo de gravação também pode ser lido pela chave dos custos de produção, uma vez que o realizador do programa pode contar com a participação de seu entrevistado(a), ator ou atriz, sem a necessidade de deslocamento, que geralmente eram bancados pela produção. É o que vemos em algumas

produções como o *Giro Nordeste* e o *Perfil e Opinião*, ambos da TVE, ou no *Passado Presente*, da TV Brasil, ou ainda em algumas edições do *Conversa com Bial*, da Tv Globo.

Seja em telejornais de TV aberta ou fechada, programas de auditório ou de variedade, as interações via videoconferência se tornaram frequentes na maioria das edições dos programas, o que nos deixa ver uma rasura que se apresenta com maior perenidade nas convenções desses referidos gêneros midiáticos. Antes do período pandêmico, excetuando as entradas ao vivo de correspondentes internacionais em programas telejornalísticos de canais fechados, todas as participações e entrevistas a qualquer programa de TV, eram concedidas *in loco*, ou com a pessoa entrevistada indo aos estúdios ou com o deslocamento da equipe de produção até o local onde estava o entrevistado.

As adaptações pelas quais passaram diversos programas e o surgimento de outros novos que acionamos aqui, põem em questão o que pode, o que não pode, o que não podia, mas que passa a poder na pandemia e no momento pós-pandêmico. A própria noção em torno do universo televisivo vai ganhando contornos mais complexos neste período que nos debruçamos aqui: a relação de interação e produção de participação através do compartilhamento de imagens, sons, vídeos, memes e *reactions* produzidos pelos usuários a partir de programas; a utilização e divulgação de cortes de trechos dos mais diversos programas originalmente exibidos na transmissão convencional nas ambiências digitais – ora distribuídos pela audiência, ora pelas próprias emissoras, preservando, inclusive, a identidade visual televisiva como a marca d'água do canal e barra de geração de caracteres; a distribuição dos conteúdos na íntegra em plataformas de *streaming*; a criação de novos programas nestas plataformas que podem ganhar, posteriormente, espaço nas grades de programação; o diálogo que as emissoras, autores e artistas em geral constroem com sua audiência no X (antigo Twitter); os canais e perfis oficiais criados no Instagram, TikTok e Youtube que também distribuem conteúdos originais.

Cinco anos após começar a escrever o projeto que originou esta tese, tenho a percepção que a pandemia se apresenta menos como um evento encerrado e mais como uma experiência de longa duração, cujos efeitos continuam atravessando a nossa vida social, política e cultural. Embora tenha havido a decretação oficial do fim da emergência global e nossas rotinas tenham, em grande medida, retornado a uma aparência de normalidade, não é possível afirmar de modo categórico que a pandemia ficou para trás. A gravidade do que vivemos desde o final de 2019, quando as primeiras notícias ainda difusas começaram a nos chegar, ainda reverbera de múltiplas maneiras. Algumas dessas reverberações são evidentes. As imagens da pandemia – dos grandes centros urbanos vazios, dos leitos de hospitais lotados, as covas sendo abertas para receber os inúmeros corpos que perdiam a vida todos os dias – amplamente veiculadas

diariamente na televisão ainda estão vivas na memória. A desconfiança nas vacinas permanece como uma ferida aberta: com a diminuição da urgência pela imunização em massa, a procura pela vacina contra a Covid-19 deixou de ser prioridade para grande parte da população, e campanhas persistentes de desinformação afetaram inclusive o sistema vacinal como um todo, levando à queda da cobertura e ao risco de retorno de doenças já controladas¹⁸³.

O teletrabalho, celebrado em 2020 como alternativa que permitiu manter postos de trabalho, ainda que não para todos, também revelou suas contradições. Se, por um lado, funcionou como mecanismo de continuidade profissional, por outro tornou visíveis processos de precarização, especialmente no ensino superior. A virtualização das aulas colocou em disputa o próprio sentido da presencialidade na universidade, cuja dimensão formativa envolve convivência, sociabilidade, experiências de campus e construção de vínculos acadêmicos e profissionais. No campo político, a instabilidade instaurada durante o governo de Jair Bolsonaro foi intensificada pelas disputas em torno da pandemia.

O ataque sistemático às instituições, o descrédito insuflado contra as políticas públicas de saúde e o tensionamento permanente do Estado Democrático de Direito culminaram no acirramento que quase nos levou à ruptura institucional em janeiro de 2023. O risco à democracia, o medo e a instabilidade continuam presentes no cotidiano brasileiro. Não se trata de afirmar que esses problemas tenham se originado durante a pandemia, mas de reconhecer que o período pós-março de 2020 os acirrou de forma decisiva. Assim, a pandemia se conformou para esta pesquisa como uma mediação estruturante: deslocou práticas, corroeu certezas, expôs fragilidades, reorganizou expectativas e reconfigurou modos de viver, trabalhar, interagir, compreender e se relacionar.

Tomando como principal norte teórico-metodológico os Mapas das Mediações e das Mutações Culturais de Jesús Martín-Barbero, a reflexão desenvolvida ao longo desta tese parte do entendimento de que a cultura televisiva, uma vez conformada no entorno tecnocomunicativo, reorganiza práticas, intensifica disputas e forja novas formas mestiças de comunicação. Ao tomar a pandemia como mediação de institucionalidades, propusemos que as restrições, controles e regulações, inicialmente orientadas pelas determinações da Organização Mundial da Saúde e posteriormente aplicadas por estados e municípios, configuraram um cenário no qual medidas de isolamento social, limitações de circulação e normativas de uso produziram atravessamentos no controle de corpos, práticas e espaços.

¹⁸³ Brasil enfrenta queda na cobertura vacinal e aumento de doenças preveníveis, <https://www.ufrgs.br/humanista/2025/09/18/brasil-enfrenta-queda-na-cobertura-vacinal-e-aumento-de-doencas-preveniveis/>, Acesso em 17 nov. 2025.

Nesse contexto, empresas públicas e privadas – e aqui, especialmente, as emissoras de televisão, produtoras audiovisuais, estúdios e demais empresas de comunicação – precisaram readequar rotinas, reconfigurar processos e reinventar práticas de produção. Foram essas adaptações que tornaram visíveis rasuras e reiteraões nas convenções e nos gêneros televisivos, permitindo que a linguagem audiovisual deixasse entrever materialidades audiovisuais pandêmicas. Acredito que esta tese se funda e ganha relevância justamente ao contribuir para os estudos sobre televisão e comunicação desde esse ponto de vista. Olhar para as transformações na cultura televisiva na articulação com o entorno tecnocomunicativo e fluxos audiovisuais em rede, suas tensões, deslocamentos, mutações e permanências, é uma preocupação que estrutura as pesquisas desenvolvidas pelo TRACC, grupo ao qual pertenço, e que já orientava o GPAT, grupo que lhe antecede. Pensar as formas culturais, suas mediações e os modos como elas atravessam e constituem o cotidiano, os arranjos sociais, as disputas políticas e as dinâmicas próprias do campo da comunicação é, afinal, o lugar de onde esta tese se inscreve e para o qual pretende contribuir.

No início desta tese, recuperei a provocação de uma revista que estampava, em sua capa, uma projeção apocalíptica sobre o futuro da televisão. A narrativa sugeria que, diante da centralidade que a internet começava a assumir na virada da década de 2010, a TV estaria ameaçada de desaparecer. Ao chegar ao fim desta tese, quase quinze anos depois daquela previsão, observo que a televisão que hoje nos interpela é profundamente distinta daquela que se imaginava em vias de extinção e já ali ela se mostrava em processo de transformação e continuou a se transformar em diálogo com outras formas culturais, ambiências e modos de fazer.

As transformações mais recentes, acionadas pela chave da pandemia, mas não circunscrita a ela, examinadas ao longo desta tese, são expressões de um processo contínuo de reinvenção que marca a própria história do meio. Olhamos aqui para a televisão no entorno tecnocomunicativo, cujos programas, convenções e valores continuam operando como matrizes culturais em múltiplas ambiências digitais, reconfigurando-se em novas plataformas, formatos e práticas de consumo. Pesquisar televisão, portanto, é assumir o desafio de lidar com um fenômeno que, especialmente no Brasil, participa da constituição do nosso cotidiano, das nossas sociabilidades, das nossas práticas culturais e da nossa memória coletiva. Compreender esse objeto implica abandonar visões que o confinam às formas de ver dirigidas puramente por um viés tecnicista.

A pandemia não apenas alterou as práticas de produção, mas também nos aponta a centralidade que a cultura televisiva segue operando na contemporaneidade. No fim das contas,

remoto ou presencial, com câmeras de altíssima resolução ou com imagens captadas por *webcams*, em sinal aberto ou fechado, via radiodifusão ou internet, em grades fixas ou sob demanda, pelas plataformas de *streaming* ou outras ambiências digitais, os modos de fazer, ver e reconhecer a televisão acirrados com a pandemia nos faz perceber um cenário de transformações que fazem parte da própria historicidade do meio.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Leonardo A. Bião. A Globo e seu investimento na cultura da reassistibilidade. **Tracc**, 2024. Disponível em: <http://tracc-ufba.com.br/sem-categoria/a-globo-e-seu-investimento-na-cultura-da-reassistibilidade/>. Acesso em 13 nov. 2025.
- ALMEIDA, Leonardo A. Bião; ARAÚJO, Elisa B; FURTADO, Isabela; SOUZA, Pedro Henrique O. de; MICHELETTTO, Vinícius. #FIQUEEMCASA: relação sujeito x telas e o cotidiano atravessado pela pandemia. In: FONSECA, Maria Gislene Carvalho (et al) (Orgs.). **Temporalidades e espacialidades nos processos comunicacionais**. Belo Horizonte: Fafich/Selo PPGCOM UFMG, 2023, 502 p.
- ALMEIDA, Rafael de (2020). Da montagem ao collage: found footage, voz-over e filme-ensaio. **Comunicação, Mídia e Consumo**, 17(48), 148–168. <https://doi.org/10.18568/cmc.v17i48.1912>
- ARAUJO, Mayra; CIPINIUK, Alberto. O Entretenimento Online: A Sociedade Espetacular das Lives nos Tempos de Pandemia. In: **ART&SENSORIUM**, v. 7, p. 193-206, 2020
- BALAN, Willians Cerozzi. Um breve olhar pela evolução da TV no Brasil: da exibição local a rede nacional via satélite. **Produção Profissional**, Bauru, v. Brasil, n. 125, p. 58–62, maio 2012. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/135074>. Acesso em 13 nov. 2025.
- BUTLER, Judith. **Que mundo é esse?** Uma fenomenologia pandêmica; Coordenação de tradução de Carla Rodrigues. Belo Horizonte, MG: Autêntica Editora, 2022.
- CERQUEIRA, Ítalo. **“Faça maratona, não dê spoilers”**: práticas contemporâneas de consumo em fluxos audiovisuais. 174 p. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020.
- ENCARNAÇÃO, Paulo Gustavo da. Rock in Rio – um festival (im)pertinente à música brasileira e à redemocratização nacional. **Patrimônio e Memória**, Assis, SP, v. 7, n. 1, p. 348-368, jun. 2011. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/108050>. Acesso em 13 nov. 2025.
- FERREIRA, Thiago. **Transformações de políticas e afetos no Brasil**: contextualizando radicalmente o acontecimento Junho de 2013 em fluxos audiovisuais. 2019. 278 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas: Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.
- FRANCO, Lucas; ALMEIDA, Leonardo Assunção Bião. Experimentalismo em produção de videocliques em tempos de pandemia. **Revista Apoená**, Salvador, v. 4, n. 1, p. 1-12, 2021. Anual. Disponível em: <https://transformauj.com.br/wp-content/uploads/2022/05/16.-Experimentalismo-em-producao-de-videocliques-em-tempos-de-pandemia.pdf>. Acesso em 13 nov. 2025.

GOMES, Itania. Consciência afetiva, modificações de presença e fluxo: comunicação e experiência nos estudos culturais. In: LEAL, Bruno; MENDONÇA, Carlos (orgs.). **Teorias da comunicação e experiência**: aproximações. Cachoeirinha: FI, 2023.

GOMES, Itania. Medos na pandemia. In: LEAL, Bruno Souza (org.). **Imagens e imaginários da pandemia**: relatos de um grupo em pesquisa. Belo Horizonte: Fafich; Selo PPGCOM/UFMG, 2021.

GOMES, Itania; ANTUNES, Elton. Repensar a comunicação com Raymond Williams: estrutura de sentimento, tecnocultura e paisagens afetivas. **Galaxia** (São Paulo, *online*), ISSN 1982-2553, Especial 1 - Comunicação e Historicidades, p. 8-21, 2019.

GOMES, Itania Maria Mota; SANTOS, Thiago Emanuel Ferreira; ARAÚJO, Carolina Santos Garcia; MOTA JUNIOR, Edinaldo Araújo. Temporalidades Múltiplas: análise cultural dos videocliques e da performance de Figueroas a partir dos mapas das mediações e das mutações culturais. **Contracampo**, Niterói, v. 36, n. 03, pp. 134-153, dez. 2017/ mar. 2018.

GOMES, Itania Maria Mota; VILAS BOAS, Valéria Maria; GUTMANN, Juliana Freite; MAIA, Jussara. Porque o jornalismo faz rir: matrizes midiáticas do programa Sensacionalista, do Multishow. In: LISBOA FILHO, Flavi Ferreira; BAPTISTA, Maria Manuel (Orgs.). **Estudos culturais e interfaces**: objetos, metodologias e desenhos de investigação. Aveiro: Universidade de Aveiro; Santa Maria: UFSM, 2016. p. 219-236. Disponível em: <http://bit.ly/2AqGSUY>. Acesso em 13 nov. 2025.

GOMES, Itania; VILAS BÔAS, Valéria. Ai, que infortúnio! Disputas de gênero em um produto da indústria pop. In: PEREIRA DE SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério. **Cultura Pop**. Salvador/Brasília: Edufba/Compós, 2015.

GOMES, Itania. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero. **Famecos** – mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre, v.18, n.01, janeiro/ abril 2011a, p. 111-130.

GOMES, Itania. Raymond Williams e a hipótese cultural da Estrutura de Sentimento. In: JANOTTI, Jr., Jéder; GOMES, Itania Maria Mota. **Comunicação e Estudos Culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011b.

GOMES, Itania. Estabilidade em Fluxo: uma análise cultural do Jornal Nacional, da Rede Globo. **XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2011c. Disponível em: <http://tracc-ufba.com.br/wp-content/uploads/2016/10/TC-IG-06.pdf>. Acesso em 13 nov. 2025.

GOMES, Itania Maria Mota; GUTMANN, Juliana Freire, & FERREIRA, Thiago Emanuel. Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás. Jornalismo e entretenimento no Custe o que Custar in **Revista e-compós**, Edição 11, no 2, agosto de 2009.

GOMES, Itania. A noção de gênero televisivo como estratégia de interação: o diálogo entre os *cultural studies* e os estudos da linguagem. **Revista Fronteira**, São Leopoldo, v. 4, n. 2, p. 11-28, 2002.

GROSSBERG, Lawrence. **Cultural Studies in the Future Tense**. Durham e Londres: Duke University Press, 2010.

GUTMANN, Juliana Freire; CERQUEIRA, Ítalo. Novos e velhos modos de ver TV: O que disputam os internautas sobre o consumo de série televisiva? **Verso e Reverso**, v. 30, n. 74, p. 110-120, 2016.

GUTMANN, Juliana Freire. **Audiovisual em Rede**: derivas conceituais. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2021.

GUTMANN, Juliana Freire. **Formas do Telejornal**: linguagem televisiva, jornalismo e mediações culturais. Salvador: Edufba, 2014.

GUTMANN, Juliana Freire.; CARDOSO FILHO, Jorge. **Performances em contextos midiáticos: MTV BR & Rock SSA**. Salvador, BA: EDUFBA, 2022.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: HALL, Stuart. **Da Diáspora**. SOVIK, Liv (Org.). Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil antenado**. São Paulo: Zahar, 1998.

HOLZBACH, Ariane. MTV: a remediação da rádio FM na construção de um canal musical de televisão. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 24, p. 265-278, dez. 2012.

FILHO, Daniel. **Circo eletrônico**: fazendo TV no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

JANOTTI JUNIOR, Jeder; QUEIROZ, Tobias. Deixa a gira girar: as lives de Teresa Cristina em tempos de escuta conexa. **Galáxia** (São Paulo), jul. 2021. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/50973/35686>. Acesso em 13 nov. 2025.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; SANTOS, Andreza Almeida. Pandemia e Resistência. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; MIQUILENA, Morella Alvarado (orgs). **Ficción Televisiva Iberoamericana en tiempos de pandemia**. In: Anuario Obitel 2021. Ediciones UC-Chile/Ininco UCV, 2021.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; ABRÃO, Maria Amélia Paiva. Brasil: 2021, ano de retomada da ficção televisiva, mas ainda pandêmico. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; PINÕN, Juan; BURNAY, Catarina Duff. **Transformações na Serialidade da Ficção Televisiva Ibero-americana em Tempos de Streaming**. Santiago: Universidad Católica de Chile, 2022.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; ABRÃO, Maria Amélia Paiva. Brasil: complexidade da ficção televisiva brasileira: entre o nacional e o internacional. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; PINÕN, Juan; BURNAY, Catarina Duff. **As produtoras independentes e a internacionalização da produção de ficção televisiva na Iberoamérica** Santiago: Universidad Católica de Chile, 2023.

LOTZ, Amanda, D. **The television will be revolutionized**. 2. ed. New York :New York University Press, 2014.

LUNA, Sabrina. (2022). **Found Footage**: uma introdução. Esferas, 2(7).
<https://doi.org/10.31501/esf.v2i7.6948>.

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lucía. Questões metodológicas relacionadas com a análise de televisão. **E-compós**. Brasília, v. 8, 2007.

MACHADO, Arlindo. Pode-se amar a televisão? **Novos Olhares**, 5, 41-44, 2000. Disponível em <https://revistas.usp.br/novosolhares/article/view/51338>. Acesso em 08 de julho de 2025.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2000.

MAGNOLO, Talita Souza; REIS, Susana Azevedo; MUSSE, Christina Ferraz. A memória televisiva nas páginas da revista Intervalo: as relações com o leitor e a nova cultura da TV dos anos 1960 e 1970 no Brasil. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 46, e2023128, 2023. DOI: 10.1590/1809-58442023128pt. Disponível em: SciELO. Acesso em: 14 jul. 2025.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Prefácio à 5ª edição espanhola. **Dos meios às mediações**. Comunicação, Cultura e Hegemonia, 4ª, Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008[1998].

MARTÍN-BARBERO, Jesús. As formas mestiças da mídia. Entrevista à revista Fapesp. **Revista Fapesp**, 163 ed. set. 2009. Disponível em: <http://revistapesquisa.fapesp.br/2009/09/01/as-formas-mesticas-da-midia/>. Acesso em 13 nov. 2025.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e sociedade. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton. de (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68

MELLO, Zuza Homem de. **A era dos festivais**: uma parábola. São Paulo: Editora 34, 2003.

MITTELL, Jason. **Genre and television**: from cop shows to cartoons in American culture. New York: Routledge, 2004.

MITTELL, Jason. Notes on Rewatching. **JustTV**. 2011. Disponível em <http://justtv.wordpress.com/2011/01/27/notes-on-rewatching/>. Acesso em 02 nov. 2025.

MORAES, Alexandre Santos de; SILVA, Daniel Pinha. **A pandemia nas lives semanais**: o uso de atenuadores na retórica anticrise de Jair Bolsonaro. *Topoi* (Rio de Janeiro), v. 22, n. 48, p. 740–762, set. 2021.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

RAJEWSKY, Irina. A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermedialidade. In: DINIZ, T. F. N. (Org.).

Intermedialidade e estudos interartes: desafios da arte contemporânea. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012. p. 51-74.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart.; SACRAMENTO, Igor. A renovação estética da TV. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart.; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. (Orgs.). **História da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

ROCHA, Simone Maria; SILVEIRA, Leticia Lopes da. Gênero televisivo como mediação: possibilidades metodológicas para análise cultural da televisão. **E-Compós**, [S. l.], v. 15, n. 1, 2012. DOI: 10.30962/ec.745. Disponível em: <https://e-compos.org.br/e-compos/article/view/745>. Acesso em 04 jul. 2025.

RONSINI, Veneza V. Mayora. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: **XIX Compós**, 2010, Rio de Janeiro. Anais do XIX Encontro da Compós. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010.

SILVA, Rodrigo Barbosa e. A CASA COMO ESTÚDIO: a mediação no telejornalismo durante a Pandemia da Covid-19. **Revista Observatório**, [S. l.], v. 6, n. 3, p. a5pt, 2020. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2020v6n3a5pt. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/9696>. Acesso em 10 ago. 2025.

SILVA, Patrícia.; LIMA, Danillo Mota; COUTO, Edvaldo Souza. Lives de festas nos tempos da COVID-19: arranjos, vínculos e performances. **Revista Brasileira de Pesquisa (Auto)biográfica**, [S. l.], v. 5, n. 16, p. 1503–1517, 2020. DOI: 10.31892/rbpab2525-426X.2020.v5.n16.p1503-1517. Disponível em: <https://revistas.uneb.br/index.php/rbpab/article/view/872>. Acesso em: 15 out. 2024.

SILVA, Fernanda Mauricio da. Jornalismo/Entretenimento. Opostos que se atraem ou faces da mesma moeda? In: LEAL, Bruno S.; TASSIS, Nicoli; MANA, Nuno (Orgs.). **Para desentender o jornalismo**. Belo Horizonte: PPGCOM-UFMG, 2023. p. 97-108.

SODRÉ, Muniz. Bios midiático // The media Bios. **Dispositiva**, Belo Horizonte, v. 2, n. 1, p. 108-110, 2013. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/6093>. Acesso em: 15 out. 2024.

SVARTMAN, Rosane. **A telenovela e o futuro da televisão brasileira**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2023.

VIEIRA, Mônica de Fátima Rodrigues Nunes; COSTA, Ana Paula Silva Ladeira. Oferta de produção audiovisual durante a pandemia de Covid-19: estratégias e adaptações da Rede Globo e Netflix. In: **RuMoRes**, [S. l.], v. 15, n. 29, p. 300–328, 2021. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2021.185187. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/185187>. Acesso em: 18 out. 2024.

VILAS BOAS, Valéria Maria, MAURICIO, Fernanda; ALMEIDA, Leonardo Assunção Bião. TV IMAGINADA: a interatividade como marca de um futuro da televisão. In: **Anais do 32º Encontro anual da COMPÓS**, 2023, São Paulo. Anais eletrônicos. Campinas, Galoá, 2023.

Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/tv-imaginada-a-interatividade-como-marca-de-um-futuro-da-televisao?lang=pt-br>>. Acesso em: 02 Out. 2024.

VILAS BOAS, Valéria Maria. Subjetividade / Objetividade. O jornal do sujeito ou o sujeito do jornal? In: LEAL, Bruno S.; TASSIS, Nicoli; MANA, Nuno (Orgs.). **Para desentender o jornalismo**. Belo Horizonte: PPGCOM-UFMG, 2023. p. 25-36.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura** (Trad. de Waltensir Dutra). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1971]1979.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. Boitempo Editorial, 2016.