

Sobre a constituição da noção de *frame* televisual (ou Analisando conceitualmente as reconfigurações nos modos de assistir TV)

On the constitution of the *televisual frame* (or Analyzing conceptually the reconfigurations on the ways of watching TV)

Caroline Cavalcanti de Oliveira¹

Carlos Eduardo Marquioni²

Resumo: *Assistir televisão assume, na contemporaneidade, novos significados: os modos de ver TV têm sido reconfigurados, ultrapassando o ato de acompanhar conteúdos veiculados em “fluxo” (Williams) pelas emissoras. A partir da premissa da existência de um frame (Gumbrecht) e observando a noção de limites da imagem (Aumont), é proposta a potencial definição do que seria um frame televisual associado a uma nova experiência de TV. Englobando tanto uma expansão da tela quanto uma ampliação do tempo de veiculação, o frame televisual compreenderia o espectador, o televisor e os gadgets associados aos novos modos de ver televisão, constituindo uma atmosfera. O contexto sugerido é exemplificado pela articulação da participação da audiência com a veiculação dos conteúdos no reality show de gastronomia MasterChef Brasil.*

Palavras-chave: *televisão; reconfiguração; experiência; frame televisual.*

Abstract: *In contemporaneity, to watch TV takes on new meanings: TV viewing modes have been reconfigured, surpassing the act of following streaming content set by broadcasters in “flow” (Williams). Arguing the existence of a “frame” (Gumbrecht), and observing the image boundaries’s notion (Aumont),*

1 FAE Centro Universitário / Universidade Tuiuti do Paraná. Curitiba, PR, Brasil. E-mail: carocavalcanti@gmail.com

2 Universidade Tuiuti do Paraná. Curitiba, PR, Brasil. E-mail: cemarquioni@uol.com.br

here is proposed the potential definition of what would be a television frame associated with a new TV experience. Encompassing both an expansion of the screen and an expansion of the broadcasting time, the television frame would comprise the viewer, the television and the gadgets associated with the new ways of watching television – constituting an atmosphere. The suggested context is exemplified by the articulation of audience's participation with the delivery modes of content in the reality show of gastronomy MasterChef Brazil.

Keywords: TV; reconfiguration; experience; television frame.

Introdução

Analisar conceitualmente o ato de assistir TV é uma tarefa complexa. Mas a percepção de tal complexidade não costuma ser facilmente observável. Para abordar o “assistir TV”, notadamente seus modos de reconfiguração no período contemporâneo, o presente artigo propõe uma análise do meio em relação à sua espacialidade (enquanto materialidade, objeto físico) e temporalidade (enquanto percepção do tempo pela audiência), tratando o indivíduo que assiste TV como espectador.³

A noção de temporalidade aplicada à TV diz respeito, neste artigo, aos modos como se articula a percepção do tempo em relação ao aparato ou, mais especificamente, ao conteúdo veiculado. Primeiramente, a concepção de TV aqui adotada só é possível se considerada enquanto “fluxo” (WILLIAMS, 2005, p. 89-90) planejado; ou seja, se analisado conceitualmente, o meio pressupõe uma “sequência de conteúdos proposta e exibida” (MARQUIONI, 2012, p. 32) por determinadas emissoras, o que não somente remete a uma organização da grade de programação, mas, sobretudo, estabelece/prescreve uma espécie de gestão de hábitos da sociedade (MARQUIONI e OLIVEIRA, 2016). Outro aspecto fundamental na noção de temporalidade em relação à TV é seu aspecto “ao vivo”. Seja na transmissão de conteúdos gravados ou não, uma experiência de “ao vivo” ocorre durante toda e qualquer veiculação televisiva, uma vez que “tudo o que se vê na TV é visto em ‘tempo real’ (crônico) [...]. Assim como a própria transmissão do sinal, a programação da TV está, a rigor, acontecendo a cada momento” (FECHINE, 2008, p. 27-28).

De fato, pode-se dizer que, tanto em transmissão direta quanto na gravada e posteriormente transmitida, o conteúdo veiculado pela TV assume aspecto de “ao vivo” ao ingressar no fluxo televisual: quando transmitido, o conteúdo gravado (e a gravação sempre será o registro de um momento presente quando de sua realização) é, de certa forma,

3 Embora para Jonathan Crary (1992) seja preferível o emprego do termo “observador”, consideram-se os termos sinônimos em função do entendimento de que nem o espectador nem o observador têm, no contexto da contemporaneidade, comportamento passivo em relação à mídia: o sujeito atua “com” a mídia no âmbito social.

revivido, uma vez que pode ser “praticamente impossível para o espectador, apenas a partir do que vê na tela, dizer se aquilo que está assistindo na TV é ou não uma transmissão direta” (FECHINE, 2008, p. 34); ou seja, a experiência do tempo “real” na TV (o “agora”) tem relação direta com o “exato momento de sua enunciação, o momento vivo” (SCANNELL, 2014, p. 42, grifo nosso) da veiculação.

Especificamente com relação à espacialidade, é importante ressaltar que, em seu período inicial, a televisão tinha como característica intrínseca a reunião das pessoas, mais precisamente das famílias na sala de visitas (BARBOSA, 2010),⁴ para, diante do móvel que continha a tela, acompanhar o conteúdo veiculado.⁵ Tipicamente, com uma orientação da atenção dos indivíduos à TV (MARQUIONI, 2014) – ao seu conteúdo e à sua presença física –, esse móvel constituía uma materialidade que não apenas organizava, em sua função, a configuração do restante da mobília na sala (como poltronas e sofás invariavelmente voltados para a tela da TV, como se vê até os dias atuais), mas instituía uma forma de convivência por meio de um assistir TV em conjunto e no mesmo espaço, “transformando o ato de ver televisão em algo coletivo e partilhado pela voz” (BARBOSA, 2013, p. 246).

Nesse contexto, se o televisor – inclusive com uma preparação do público⁶ – se estabelece definitivamente no cenário doméstico, na contemporaneidade, a experiência televisual ultrapassou os limites das residências e pode ser alcançada inclusive nas ruas (através de dispositivos facilmente transportados à mão, no bolso, em pastas ou acoplados

4 O caráter de reunião da família promovido pela televisão em seus primórdios em todo o mundo pode ser observado, por exemplo, a partir da noção de privatização móvel proposta por Raymond Williams (2005, p. 19): com a televisão, o acesso ao “mundo lá fora” (móvel) poderia ser alcançado a partir do ambiente privatizado dos lares dos espectadores. John Ellis também destaca que a “normalidade é constituída como parte da posição do espectador pelo uso intensivo do familiar e doméstico como o ponto de referência para a TV” (ELLIS, 2006, p. 169).

5 Em seus primeiros anos, o aparelho de TV se configurava propriamente como um móvel; ainda que tenha desenvolvido dimensões como objeto, o aparato passou a ser apoiado em um móvel adjacente na sala de estar – mesmo com o advento da tela plana, que vem acompanhando o que se chama comercialmente de “painel” (uma base fixada na parede).

6 É possível falar em preparação do público especialmente porque, ao menos seis anos antes do início das transmissões televisuais no Brasil, anúncios publicitários em revistas já tentavam “explicar as potencialidades técnicas do novo invento, possibilitado pelo desenvolvimento da ‘eletrônica’” (BARBOSA, 2010, p. 15).

nos veículos que circulam pelas cidades). Houve uma evidente variação de tamanhos e formas dos aparelhos, mas pode-se considerar que a experiência de TV – enquanto “resultado de dois elementos chave do sistema televisual: do (i) ‘fluxo’ (WILLIAMS, 2005, p. 89-90) planejado e do (ii) aspecto de ‘ao vivo’ da TV” (MARQUIONI e OLIVEIRA, 2016, p. 211) – permanece relativamente estável independente do aparato no qual o conteúdo é assistido.⁷

Curiosamente, parece ser possível afirmar que mesmo o potencial acompanhamento das imagens televisuais utilizando dispositivos móveis estaria também já relativamente “naturalizado”. Ainda que não no mesmo nível que pode ser observado em relação a aparelhos televisores em determinados ambientes (como é o caso de residências, bares, restaurantes, entre outros), já não causa muito estranhamento a um passageiro se deparar com uma TV ligada ao entrar em um táxi, por exemplo. O fato é que não apenas o aparelho de TV é parte do cotidiano, mas seu “uso” também é habitual – mesmo eventualmente repaginado, seja em relação ao seu tipo de suporte ou tamanho. Da forma do tubo, o televisor passou à tela plana, de estreita silhueta, e da visualidade em preto e branco, à tela em cores (OLIVEIRA, 2016); de um modo geral, o dispositivo cresce em sua dimensão – se o tamanho médio de um visor não ultrapassava 14 polegadas nos anos 1950, a oferta de aparelhos de TV indica (no momento em que é redigido este artigo) uma escala bastante ampliada em relação aos primeiros anos de suas transmissões. Acompanhando a alteração na dimensão das telas, na arquitetura fala-se mais em *home theater* que em sala de estar ou sala de visitas.

Há que se destacar a potencial existência de um paradoxo relacionado à reconfiguração no assistir TV em função dos *gadgets* contemporâneos: ocorre que, ao considerar o ato de acompanhar o conteúdo fazendo uso concomitante de um dispositivo, é possível constatar uma efetiva

7 Considerando que a experiência televisual é efetivamente estabelecida a partir do fluxo e do aspecto de “ao vivo”, ambos inerentes ao meio, esses dois elementos estarão presentes, independente do tamanho do monitor no qual o conteúdo é veiculado. Para mais informações acerca da noção de experiência televisual utilizada, assim como da relevância da noção de fluxo na perspectiva adotada, consultar Marquioni (2016, p. 77-91).

reconfiguração no modo de ver TV (uma vez que o espectador seria, neste caso, um espectador-internauta que estaria diante de, ao menos, uma tela adicional à da TV). Por outro lado, apenas utilizar um desses dispositivos como “suporte alternativo”⁸ para acompanhar a programação, conforme mencionado anteriormente, não impactaria significativamente a experiência televisual (uma vez que o aparelho alternativo constituiria a própria tela da TV).

Complementarmente às variações na dimensão das telas dos televisores e nos usos concomitantes desses dispositivos com outros conectados à internet, é possível observar também mudanças na indústria de equipamentos de *hardware* relacionados à informática (que, no limite, contribuíram para impactar a experiência televisual) – tais mudanças podem ser observadas nos casos dos computadores para uso pessoal e dispositivos telefônicos. O computador, que ocupava salas inteiras nos anos 1960, não apenas diminuiu significativamente de tamanho, mas também, ao longo dos anos, foi reduzido ao tamanho do próprio monitor em alguns casos; monitor este que acompanhou o desenho da tela da TV (em maiores relações de proporção e razão, além da adoção de superfície plana e estreita em substituição ao tubo de raios catódicos). Se, em meados dos anos 90, o *kit* básico do PC doméstico era composto por um gabinete, um monitor, um teclado e um *mouse* (ao considerar a inclusão da internet, acrescenta-se uma linha telefônica e um *modem*), em meados dos anos 2010, muitos modelos de *smartphones*⁹ (que se constituem de um único aparato portátil e que permite processar informação, visualizar, selecionar, digitar e comunicar – ou seja, falar, ouvir, enviar mensagens –, além de executar funções como captação, edição e transmissão de imagens) oferecem a “função TV” (OLIVEIRA, 2016). Nesse contexto, para agregar características inerentes ao computador doméstico e se efetivar como suporte alternativo para a TV, esse aparato

8 Admitindo que o computador doméstico e os dispositivos de telefonia podem ser entendidos na contemporaneidade como suportes alternativos para o conteúdo da TV (mas sempre a considerando conceitualmente enquanto fluxo).

9 Algumas dessas considerações são válidas também para *gadgets* do tipo *tablet*; no entanto, não são abordadas diretamente neste artigo.

de telefonia, que já teve uma redução significativa de tamanho para maior portabilidade, volta a apresentar um aumento de suas dimensões, especialmente para abrigar com mais comodidade a tela tátil (tendendo a apresentar uma moldura quase invisível, do mesmo modo que a TV e a tela do computador).

Tendo presentes tais considerações, este artigo parte da premissa da existência de um *frame* (GUMBRECHT, 2006), observando a noção de limites da imagem (AUMONT, 2004), para propor a potencial definição do que seria um *frame* televisual, associado a uma nova experiência de TV, compreendendo o espectador, o televisor e os *gadgets* associados à reconfiguração nos modos de ver televisão de modo a constituir uma atmosfera. Para tanto, as análises se voltam para a característica de expansão da tela, considerando-se a ampliação do tempo de veiculação. Desenvolvidas a partir de textos previamente apresentados pelos autores acerca da pregnância de *MasterChef Brasil*¹⁰ para o entendimento do formato *reality show* e das novas formas de relação com a televisão, as reflexões contam com a observação dos aparatos e da experiência que os envolve no assistir TV. Com o objetivo de exemplificar o contexto, articulam-se, assim, observações sobre a participação da audiência e a veiculação dos conteúdos no *reality show* de gastronomia *MasterChef Brasil*.

De tal modo são apresentadas, além desta Introdução e das Considerações finais, duas seções. A primeira, intitulada “Dos modos de ver TV: compartilhando atenção entre aparatos”, aborda o uso concomitante de dispositivos na experiência televisual. O assistir TV é pensado em seu redimensionamento quando da multiplicidade de aparatos para o acesso dos conteúdos, tendo em conta tanto seu espalhamento no ambiente doméstico quanto seu movimento para lugares extradomicílios. A segunda seção, com o título de “A constituição do frame televisual: o tempo e o aparato”, traz a materialidade da moldura para analisar o

10 O programa vem sendo analisado pelos autores desde a primeira edição de *MasterChef Brasil*, veiculada em 2014. O conteúdo já produzido pelos autores em relação a *MasterChef* pode ser consultado em Marquioni e Oliveira (2015, 2016); há também análises e reflexões que podem ser consultadas em Marquioni e Andacht (2016, 2017).

que o presente artigo trata como *frame* televisual. A proposição parte da noção de *frame* por Gumbrecht (2006) e da abordagem dos limites da imagem por Aumont (2004), observando que, neste artigo, considera-se uma dinamização da espacialidade (ou da dimensão física) e da temporalidade (ou da dimensão tempo) em relação ao aparato na contemporaneidade, ambas associadas à experiência televisual. Recorre-se ao *reality show* de gastronomia *MasterChef Brasil* para ilustrar as análises: a opção é justificada pelo fato de o programa materializar a experiência de TV mencionada anteriormente em função dos dois elementos chave do sistema televisual – (i) o fluxo planejado e (ii) o aspecto de “ao vivo”. Durante a transmissão, *MasterChef Brasil* exibe na tela da TV, associadas ao conteúdo veiculado (previamente gravado e editado), algumas das postagens realizadas pela audiência nas redes sociais. Ou seja, inserida no fluxo, a gravação é atualizada, tornando o programa “quase ao vivo” (MARQUIONI e OLIVEIRA, 2016).

Dos modos de ver TV: compartilhando atenção entre aparatos

Enquanto é possível considerar que o aparato no qual se assiste ao conteúdo exerce influência apenas relativa em relação à experiência televisual, é importante destacar ao menos dois aspectos que envolvem o dispositivo técnico que merecem ser abordados ao analisar conceitualmente o ato de ver TV. Um primeiro é associado à preparação da audiência: se, no passado, anúncios publicitários anunciavam os modos de ver ainda antes da chegada do dispositivo, na “longa duração” – após o início das transmissões – a audiência passou por novas preparações que culminam com uma quase naturalização associada a encontrar o dispositivo em vários lugares além da sala de estar. Um segundo aspecto – decorrente do primeiro e que também requer preparação cultural – envolve o fato de que, na contemporaneidade, o público eventualmente não utiliza apenas um único dispositivo para assistir TV, estabelecendo um compartilhamento

do olhar entre dois aparatos: ambos remetendo a uma “tele” visão. Os dois aspectos merecem refinamento para compreensão.

Tendo-se em conta que, culturalmente, ocorrem novas preparações da audiência “na duração”, o primeiro aspecto mencionado pode ser associado a uma espécie de nomadismo relativo ao ato de assistir TV (ou ainda: é possível identificar variações nos modos de ver televisão que remetem inicialmente a certo deslocamento dentro do ambiente doméstico), particularmente analisando “a localização física do televisor nos domicílios e a influência desta localização nas *formas de assistir TV*” (MARQUIONI, 2014, p. 9). Desde a sugestão inicial de que o dispositivo deveria ocupar a sala de visitas ou “um lugar coletivo da casa, no qual se [reuniriam] pessoas próximas para assistir, em conjunto, àquilo que naquele instante era possível” (BARBOSA, 2010, p. 24) até a espécie de espalhamento da audiência por diversos cômodos domésticos (em função de maior acesso à tecnologia motivado por fatores de ordem histórica, social e econômica e que possibilitaram uma diversificação de aparelhos de TV nos domicílios, seja com a suposta intenção de atender a interesses do grupo familiar – como a TV na cozinha – ou especificamente dos indivíduos que o compõe – como a TV nos dormitórios), é possível observar variações nos modos de ver e no relacionamento entre os indivíduos que acompanhavam o fluxo televisual. Contudo, o aumento da quantidade de aparelhos televisores nas residências (não apenas em outros cômodos além da sala de visitas, mas eventualmente em substituição a esse cômodo da casa) acarretou um assistir TV menos coletivo; associado a essa maior individualização, há que se considerar um “comentar” também limitado em relação ao conteúdo veiculado durante as transmissões.

Após o que pode ser considerado um espalhamento intradomiciliar, observável na década de 1990, um novo fenômeno relativo à TV pode ser observado especialmente a partir da década de 2010, associado à transmissão do sinal digital das emissoras de televisão aberta no Brasil, que passou a ser recebido também em dispositivos móveis. Dessa vez, a união de fatores de ordem tecnológica (digitalização e *gadgets*

portáteis com capacidade de recepção do sinal digital das emissoras de TV) a um aspecto econômico/social (o acesso aos dispositivos também por membros das camadas economicamente mais pobres) proporcionou expansão da experiência televisual para além dos limites dos lares. Contudo, mais do que simplesmente acompanhar a programação em locais extradomicílios, a capacidade de comentar os conteúdos veiculados passa por adaptação a partir do uso concomitante de redes sociais ao ato de assistir TV, “inclusive com telespectadores que estão fisicamente não apenas em cômodos distintos, mas em localidades diferentes” (MARQUIONI, 2014, p. 10).

O que é relevante observar é que, se o ato de assistir TV parece mais individual a partir do uso de dispositivos móveis para executar a ação, a rigor, certa individualização já ocorria ao menos a partir dos anos 1990 com o espalhamento da audiência pelos cômodos das casas. Por outro lado, se tal espalhamento limitava a capacidade de o público tecer comentários associados ao conteúdo durante a veiculação do programa (uma vez que os indivíduos potencialmente estariam sozinhos enquanto assistiam TV), com o uso dos dispositivos móveis conectados à internet, esses comentários seriam potencializados virtualmente (e em âmbito global).

Complementar ao primeiro aspecto (e, curiosamente, envolvendo os mesmos *gadgets* móveis que possibilitaram assistir TV fora do ambiente doméstico, mas exatamente englobando uma operação conjunta desses aparatos associados ao televisor doméstico), um novo modo de assistir TV, nomeado de segunda tela (PROULX e SHEPATIN, 2012), tem sido observado na segunda década do século XXI. Trata-se do segundo aspecto mencionado anteriormente e se refere ao ato de o espectador acompanhar o fluxo em um televisor doméstico enquanto acessa, em seu dispositivo móvel conectado à internet, um “conteúdo extra disponibilizado para ele” (PROULX e SHEPATIN, 2012, p. 83):¹¹ o *gadget* é

11 Vale a ressalva de que, em termos culturais, é a experiência que merece ser analisada conceitualmente; nesse sentido, seja acessando uma rede social enquanto “assiste TV” (*social TV*), utilizando um aplicativo fornecido pela emissora ou simplesmente realizando uma consulta via mecanismos de busca, o espectador estaria em “experiência de segunda tela”.

utilizado, nesse contexto, “como uma extensão de seu aparelho televisor” (PROULX e SHEPATIN, 2012, p. 84).

Mas é importante observar que, analogamente ao que teria ocorrido ainda no século XIX, “seria um engano conceder a novas técnicas industriais a primazia na formulação ou determinação de novos tipos de observadores” (CRARY, 1992, p. 112): a rigor, não seria a disponibilidade dos dispositivos *per se* que proporcionaria o uso conjunto entre aparatos, mas uma preparação ocorrida na longa duração. Inclusive porque enquanto o aparelho televisor passava por espalhamento entre os cômodos dos domicílios, a audiência também iniciava a operação de outros dispositivos tecnológicos concomitantemente ao ato de ver TV – por exemplo, utilizando o controle remoto ou recursos de telefonia para participar de convites à interatividade feitos por programas televisuais¹²; no caso do uso de aparelhos telefônicos (tanto fixos quanto móveis), tipicamente o espectador já olhava para outro objeto (o aparelho telefônico) e mesmo para outra tela (ao menos no caso de aparelhos telefônicos mais recentes) concomitantemente ao ato de assistir televisão. Nesse contexto, acessar um *site* conectado à internet utilizando um gadget portátil pode ser compreendido como outro estágio nesse compartilhamento do olhar entre telas. Afinal de contas, é possível pensar no estabelecimento de uma “experiência visual como instrumental, alterável e essencialmente abstrata” (CRARY, 1992, p. 24) e que fora constituída também culturalmente, uma vez que, a cada dia, “nos tornamos *ainda mais* espectadores: o espetáculo está em todos os lugares, desde as telas grandes e pequenas até as *mise-en-scènes* sociais e midiáticas” (COMOLLI, 2008, p. 27).

É possível considerar, então, que o uso concomitante de dispositivos não ocorre apenas a partir do acesso da audiência a *gadgets* portáteis com acesso à rede. De fato, especialmente porque, conforme mencionado ainda na Introdução, o ato de assistir TV é uma tarefa complexa,

12 Vale aqui ressaltar que não se tratam de programas interativos, mas programas que fazem convites para que o público realize interações a partir do conteúdo veiculado via internet. Informações acerca do modo como se consideram aqui os convites diretos para interatividade podem ser consultadas em Marquioni (2016, p. 100-112).

a utilização conjunta de (envolvendo compartilhamento de atenção entre) aparatos foi constituída culturalmente ao longo de décadas de reconfiguração da experiência televisual.

Como exemplo desta ação conjunta (por ser concomitante), convergente (por constituir um diálogo entre diferentes dispositivos) e sobretudo conexa (por ser situada em telas)¹³ inerente à experiência televisual na contemporaneidade, as postagens realizadas via Twitter em relação ao *reality show* de gastronomia *MasterChef Brasil* parecem ilustrar um novo padrão de comportamento associado à experiência televisual em programas que pressupõem participação, direta ou indireta, da audiência. Durante a veiculação da primeira temporada de *MasterChef Brasil*, foi possível observar, nas postagens relativas ao programa, que, ao realizar comentários no Twitter, por exemplo, o público reproduz, em relação à TV, um comportamento (ou uma ação própria) das redes sociais: não apenas o ato de torcer ou realizar pretensa votação¹⁴ em relação aos participantes (MARQUIONI e OLIVEIRA, 2016), mas opinar, emitir juízos de valor, expressar ideias. A rigor, a audiência passou a comentar os conteúdos da TV nas redes sociais; tais comentários “migraram”, por iniciativa das emissoras, para a tela da televisão, incorporando-se ao conteúdo – o que pode ser entendido como uma expansão dos limites do aparato. As Figuras 1 e 2 ilustram o fenômeno em *MasterChef Brasil* em relação a uma solicitação de participação da audiência para a pergunta formulada pela equipe de produção do programa “Qual o prato [sic] combina com vinho?”.

13 Nem sempre o espectador-internauta realizará ações de interatividade com o programa assistido na TV, mas também eventualmente acessando outros canais, programas ou conteúdos, realizando ações convergentes ou executando atividades díspares.

14 Considera-se uma pretensa votação em *MasterChef Brasil* pelo fato de as postagens em redes sociais não constituírem atuação efetiva do espectador: a audiência não exerce participação direta em relação aos concorrentes do programa. O resultado é definido exclusivamente por três *chefs* jurados sem considerar interferências da audiência.

Figuras 1 e 2: em *MasterChef Brasil*, solicitação de participação e manifestação da audiência via Twitter, transcritas “ao vivo” na tela da TV em sobreposição ao conteúdo gravado.



Fonte: imagens de *MasterChef Brasil*, primeira temporada, obtidas na internet.

Desse modo, a reconfiguração na experiência televisual, no que diz respeito ao uso de segunda tela, e a transformação do espectador em espectador-internauta não devem ser analisadas restringindo as reflexões à utilização funcional dos aparatos. A rigor, ocorrem também expansões dos limites do que seria a “moldura” da TV, caracterizando o que é abordado neste artigo como *frame* televisual – e que envolvem tanto uma ampliação do tempo de veiculação do conteúdo, considerando o fluxo planejado convencional, quanto uma alteração nos perímetros do aparelho televisor propriamente dito. É das adaptações na experiência associadas a essas reconfigurações que trata a seção seguinte.

A constituição do *frame* televisual: o tempo e o aparato

Com o objetivo de complexificar as relações que se estabelecem entre o indivíduo e a TV – mais especificamente sua tela e as telas dos dispositivos conectados à internet –, propomos uma percepção a partir da noção de *frame* sugerida por Gumbrecht (2006, p. 56), em seu “sentido literal, de moldura ou enquadramento [...] [, que] funciona como um limiar no fluxo da nossa percepção”. A análise da experiência televisual pensada a partir da tela (ou das telas, no caso do uso concomitante de dispositivos) permite evidenciar a “tele” visão associada a partir do “caráter limitado da imagem, destacável e até mesmo mobilizável, [...] [como] um dos traços essenciais que define o dispositivo” (AUMONT, 2004, p. 144).

Se, para Aumont (2004, p. 144), “[t]oda imagem tem suporte material [e] toda imagem é também um objeto”, analisar a experiência televisual sob a perspectiva do *frame*¹⁵ pode auxiliar na percepção das práticas comunicacionais que se constituem com o acompanhamento de conteúdos por telas conexas, estabelecendo uma atmosfera que engloba um conjunto de ambientes. Mais especificamente, uma observação das práticas relacionadas aos modos como o assistir TV é reconfigurado com a presença de molduras adjacentes à do televisor. Ou seja, trata-se de uma extensão do aparelho de TV, alcançando os dispositivos que vêm sendo utilizados concomitantemente e que proporcionam um compartilhamento do olhar entre aparatos, e ainda associado à interação do sujeito, via internet, com o conteúdo veiculado na TV. Nesse sentido, é relevante destacar a noção de limites da imagem, dada pelas especificações da moldura apresentadas por Aumont (2004, p. 144-145): por um lado, temos a “fronteira material, tangível” da imagem ou do conteúdo transmitido pela TV – a “moldura-objeto” que define a própria fisicalidade do dispositivo. Complementarmente, haveria ainda o “limite sensível”, que manteria o enquadramento da imagem veiculada pela TV – a “moldura-limite” que encerra a imagem, distinguindo-a do que a circunda, instituindo um “fora-de-moldura”.

Vale destacar que o autor trata da moldura tanto no âmbito das artes (como a pintura e a fotografia) quanto em relação à TV. Para este dispositivo, Aumont faz referência ao “televisor de cantos quadrados e de tela plana [que] visa neutralizar tanto quanto possível essa moldura, fazer com que seja esquecida” (AUMONT, 2004, p. 144): uma vez que a publicação original é de 1990, de fato Aumont referencia os aparelhos televisores que ainda utilizavam tecnologia de tubo, mas já dispunham de tela plana.¹⁶

15 O *frame*, nesse caso, envolveria o indivíduo, o aparelho de TV, a tela do aparelho de TV, a tela do dispositivo, a imagem emitida em *broadcasting* e a imagem acessada no dispositivo.

16 Na perspectiva deste artigo, é importante notar, portanto, que, no caso da moldura da TV, a expressão “fora-de-moldura” já não parece fazer sentido se considerada a experiência televisual como configurada atualmente, em um momento posterior ao texto original de Aumont (que data de 1990), o que será abordado adiante.

Ao se considerar a forma ou o desenho dos aparatos que envolvem a experiência televisual, convém observar que uma predominância de proporções retangulares da moldura indica um caráter de convenção na produção e no consumo das imagens (AUMONT, 2004, p. 148): a relação direta da forma retangular com a noção de composição “geometricamente harmoniosa” (AUMONT, 2004, p. 269) pode ser observada desde a Antiguidade, com a arte grega, permanecendo característica da apresentação da pintura ao longo dos séculos, presente também no cinema e na televisão (AUMONT, 2004, p. 148). No que se refere a essa forma, a esse desenho de proporções retangulares da TV e dos dispositivos que possibilitam a reconfiguração da experiência televisual (o computador, o *smartphone*, o *tablet*) pelo espectador-internauta, é possível observar que, ao longo dos anos, a indústria vem conferindo à moldura (borda) da(s) tela(s) um tratamento de integração à forma do objeto: se, como mencionamos, antes era possível olhar para a TV como um móvel que dispunha de uma tela acoplada em sua superfície, se os computadores pessoais foram popularizados com o típico monitor de “tubo” (geralmente com revestimento plástico aparente), se o telefone já dispôs de um visor em cristal líquido que exibia os números e contatos, é possível perceber que, nos modelos mais recentes de tais aparatos, as telas da TV, do computador e do telefone têm se tornado os próprios objetos. A TV, que passou da forma tubular à superfície delgada, tem cada vez menos perceptível uma “moldura-objeto”, com as bordas de sua tela muitas vezes consistindo na própria forma do aparelho, evidenciando a “moldura-limite” do dispositivo, enquanto parece evidenciar-se outra moldura – intitulada aqui como “moldura-tempo”, apresentada a seguir. O computador doméstico, além de ter avançado no mesmo sentido, ainda acopla a própria estrutura da máquina na tela (como dito, são cada vez menos visíveis seus componentes, a exemplo do gabinete, já integrado ao monitor). Quanto aos dispositivos de telefonia, estes também se tornaram a própria tela, já não dispendo mais de um *dial* ou um teclado físico, mas concentrando todas as ações na tela que perfaz a

forma do *smartphone*.¹⁷ Ou seja, não apenas os modos de ver TV estão sendo reconfigurados pelo comportamento do espectador-internauta, mas as próprias materialidades que tornam possível a experiência.

Nesse sentido, entende-se que a observação das configurações mais recentes dos dispositivos que conformam a experiência televisual evidencia, além de uma ação conjunta, convergente e conexa entre dispositivos, uma aparente integração entre ambiente e indivíduo, abstraindo a concepção de uma demarcação. A tendência ao apagamento da “moldura-objeto” seria uma indicação física das transformações nos limiares no fluxo da percepção (GUMBRECHT, 2006, p. 56) dos conteúdos televisuais na contemporaneidade, ou seja, da ocorrência de uma percepção conexa do conteúdo disponibilizado, veiculado, compartilhado com o indivíduo e seu entorno – este último, não mais relativo ao ambiente em que se situa o televisor, mas efetivamente um conjunto de ambientes, uma atmosfera (explicando o termo apresentado anteriormente) que envolve a experiência de um conjunto de indivíduos e seus aparatos: a “televisão já não está sozinha; [...] os computadores introduziram toda uma série de novas relações – interfaces – entre as pessoas e as telas” (KERCKHOVE, 2009, p. 226). A relação estabelecida por Aumont entre moldura e imagem permite equacionar conceitualmente a reconfiguração que vem sendo abordada neste artigo para o formato da experiência televisual, uma vez que o “formato define-se por dois parâmetros: o tamanho absoluto da imagem e o tamanho relativo de suas dimensões principais” (AUMONT, 2004, p. 145).

Em consequência desse contexto, mudanças na articulação do tempo também podem ser percebidas no conteúdo apresentado na tela da TV. No momento da transmissão, ao serem exibidos comentários, opiniões, votações e torcidas enviados pela audiência – o que é explícito em *MasterChef Brasil* –, é reiterada a percepção de um “agora” no assistir TV. No caso de programas previamente gravados – como *MasterChef Brasil* –, a

17 Não será exemplificado o *tablet* neste tópico uma vez que o dispositivo já surgiu com a configuração estabelecida (e similar) do *smartphone*, ainda não caracterizando o *tablet* uma evolução em relação aos seus usos; neste artigo, o *tablet* e o *smartphone* são considerados *gadgets* de função análoga quando associados à experiência televisual.

acomodação “ao vivo” desses conteúdos contribui para a constituição de um “quase ao vivo” na TV (MARQUIONI e OLIVEIRA, 2016), alimentando a propriedade interativa da experiência televisual: “a instauração do ‘ao vivo’ na TV depende do modo como os discursos se organizam para produzir determinados efeitos de sentido” (FECHINE, 2008, p. 26). Considera-se, então, que a associação (e apresentação na tela da TV) de postagens realizadas nas redes sociais relacionadas ao conteúdo veiculado durante a transmissão do programa (que fora previamente gravado) promove uma relativização que amplia o tempo de veiculação do conteúdo (considerando o fluxo planejado convencional), permitindo inferir a existência de uma terceira ordem de moldura que efetivamente constituiria – em conjunto com as “molduras-limite” – o *frame* televisual, delineando novas relações comunicacionais no modo de ver TV: uma “moldura-tempo”. Assim como a “moldura-limite” (e mesmo a “moldura-objeto”), também a “moldura-tempo” compreenderia um “fora-de-moldura”. Nos modos de ver TV em seu formato contemporâneo, o “fora” da moldura constitui aquilo que está também fora da atmosfera que envolve a experiência televisual – o tempo “é antes de tudo, do ponto de vista psicológico, a duração *experimentada*” (AUMONT, 2004, p. 160, grifo nosso); em outras palavras, o *frame* televisual, expandido não apenas para além da tela, mas em relação ao tempo de veiculação, corresponderia à própria atmosfera.

Considerações finais

Efetivamente, parece haver uma reconfiguração dos modos de assistir TV em processo. Entendida como uma atmosfera, a noção de *frame* televisual – envolvendo o espectador-internauta com o aparelho televisor e os *gadgets* associados aos novos modos de ver televisão e, portanto, englobando molduras diversas em uma ação conjunta, convergente e conexa – permite evidenciar a constituição de uma nova experiência televisual na contemporaneidade. O cenário que se estabelece envolve não somente mudanças cognitivas, com o uso concomitante de aparatos,

mas particularmente uma nova percepção de espacialidade e de temporalidade no assistir TV.

O uso de dispositivos em ações conexas, correlatas ao conteúdo veiculado em *broadcasting*, demonstra a ocorrência de uma expansão dos limites da moldura do televisor:¹⁸ em conformidade com o espalhamento da audiência mencionado neste artigo, os limiares no fluxo da percepção (GUMBRECHT, 2006, p. 56) passam, na nova experiência televisual, por transformações no sentido de se ampliarem, ou mesmo abstraírem, as noções da ambiência relativa à presença da TV e do “agora” inerente à veiculação. Ocorre que, com o uso concomitante de dispositivos diversos, as ações relativas ao novo modo de assistir TV não compreendem necessariamente a presença do indivíduo diante do aparelho televisor, tampouco se restringem ao uso de redes sociais no momento da transmissão. Trata-se de um novo “assistir *em conjunto*” (PROULX e SHEPATIN, 2012, p. 60, grifo nosso) relativo ao cenário que engloba os espectadores-internautas e, sobretudo, à multiplicidade de telas que se sobrepõem e se fundem em ações conexas. A experiência televisual na contemporaneidade pode ser analisada, nesse cenário, por meio de seu entendimento como uma atmosfera que, composta por indivíduos, ambientes e momentos diversos, compõe um novo *frame* – um *frame* televisual.

As reflexões preliminares propostas neste artigo constituem parte de pesquisa em curso que foi motivada pela percepção de variação dos modos de assistir TV durante o acompanhamento da primeira temporada do *reality show* de gastronomia *MasterChef Brasil*. Para o desdobramento das análises, entende-se a necessidade de complexificações acerca da temporalidade na experiência televisual, uma vez que a noção de “ao vivo” na TV e a sensação do “agora” instaurada nessa experiência parecem constituir elemento fundamental para a compreensão das novas relações que se estabelecem entre os membros da audiência e a TV.

18 Moldura essa que, fisicamente evidente, já foi diretamente associada à experiência televisual, haja vista a popular metáfora da tela do televisor como uma “janela para o mundo” – ainda que tal metáfora possa ser questionada em relação a potenciais equívocos nas percepções da relação com o real.

Referências

- AUMONT, J. *A imagem*. Campinas: Papirus, 2004.
- BARBOSA, M. *História da Comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2013.
- _____. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. *História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje*. São Paulo: Contexto, 2010. p. 15-35.
- COMOLLI, J. *Ver e poder – a inocência perdida: cinema, televisão, ficção, documentário*. Belo Horizonte: UFMG, 2008.
- CRARY, J. *Techniques of the observer: on vision and modernity in the nineteenth century*. Massachusetts: MIT Press, 1992.
- ELLIS, J. *Visible fictions: Cinema Television Video*. Eastbourne: Routledge, 2006.
- FECHINE, Y. *Televisão e presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta*. São Paulo: Estação das Letras e Cores: Centro de Pesquisas Sociosemióticas (CPS), 2008.
- GUMBRECHT, H. Pequenas crises. Experiência estética nos mundos cotidianos. In: GUIMARÃES, C.; LEAL, B.; MENDONÇA, C. *Comunicação e experiência estética*. Belo Horizonte: UFMG, 2006. p. 50-63.
- KERCKHOVE, D. *A pele da cultura: investigando a nova realidade eletrônica*. São Paulo: Annablume, 2009.
- MARQUIONI, C. E. Do uso concomitante de dispositivos tecnológicos: a experiência de Segunda Tela enquanto reconfiguração no modo de assistir TV. *GEMInIS: Grupo de estudos sobre mídias interativas em imagem e som*, UFSCar, ano 5, n. 1, p. 6-22, jan.-jun. 2014.
- _____. *Programas jornalísticos na TV aberta brasileira: entre atualizações da experiência e a manutenção de antigos contratos de leitura*. Jundiá: Paco, 2016.
- _____. *TV digital interativa brasileira: redefinições culturais e interações midiáticas em tempos de migração tecnológica*. 2012. 283f. Tese (doutorado em Comunicação e Linguagens) – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2012.
- _____.; ANDACHT, F. Conversando com a comida: MasterChef e o solilóquio como acesso privilegiado à autenticidade. *Famecos*, PUCRS, v. 24, n. 2, 2017.
- _____. Jogando com a comida: MasterChef e os recursos televisuais que tornam espetacular uma atividade ordinária. *E-compós*, Brasília, v. 19, n. 2, 2016.
- MARQUIONI, C. E.; OLIVEIRA, C. C. Para além da competição: consumindo afetos como cultura material no programa MasterChef: análises e reflexões iniciais. *Conexão: Comunicação e Cultura*, UCS, v. 14, n. 28, p. 73-97, jul.-dez. 2015.
- _____. Sobre novas formas de manipulação do tempo na televisão (ou Redefinindo a noção de TV ‘ao vivo’ via redes sociais). *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: Umesp, v. 38, n. 2, p. 209-229, maio-ago. 2016.
- OLIVEIRA, C. C. Dos modelos televisuais em vídeos na web: desdobramentos midiáticos do programa de receita culinária. *Rumores*. São Paulo: USP, v. 10, n. 19, p. 246-261, jan.-jun. 2016.

PROULX, M.; SHEPATIN, S. *Social TV: How Marketers Can Reach and Engage Audiences by Connecting Television to the Web, Social Media, and Mobile*. Nova Jersey: John Wiley & Sons, 2012.

SCANNELL, P. *Television and the meaning of live*. Cambridge: Polity Press, 2014.

WILLIAMS, R. *Television: Technology and Cultural Form*. Padstow: Routledge Classics, 2005. [1. ed. 1974].

Sobre os autores

Caroline Cavalcanti de Oliveira – Docente na FAE Centro Universitário (em Publicidade e Propaganda, Design e Letras) e na FAE Business School (especialização em Comunicação On-line). Doutoranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná.

Carlos Eduardo Marquioni – Docente do PPGCom da Universidade Tuiuti do Paraná/Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas/Pró-Reitoria de Pós-graduação, Pesquisa e Extensão. Doutor em Comunicação e Linguagens pela UTP. É coordenador do Grupo de Pesquisa Tecnologia: Experiência, Cultura e Afetos (Teca), registrado no CNPq, e vice-coordenador do GP Estudos de Televisão e Televisualidades, da Intercom.

Data de submissão: 04/07/2017

Data de aceite: 18/08/2017