

Análise do apropriamento do formato de revista eletrônica pelo programa “Fantástico”

Tárcila Driely de Souza Cabral

Aluna de graduação da Universidade Federal de Alagoas (Ufal)

Um novo entendimento contemporâneo de comunicação

A comunicação em si é um mecanismo que vive em transição no seu processo histórico, seja pela tradição da oralidade no passado, na expansão e influência com o surgimento da leitura, assumindo papéis mais efetivos estabelecendo verdadeiras relações com o público graças ao advento das tecnologias e novas mídias. Atualmente a corrente não só permite como exige a participação dos consumidores nestes sistemas em diversos canais disponibilizados. Esta teoria abordada por Henry Jenkins destaca a importância da participação das massas na construção de conteúdos híbridos, a população dita o que deve embasar a agenda, e os profissionais moldam estes sistemas. A convergência ajusta mídias alternativas a esta era midiática, um movimento atual, mas que desponta em conceitos notórios.

Jenkins frisa que esta construção se dá quando o público compreende que estes canais não devem operar apenas enviando o fluxo de informações, eles devem ser interativos e a massa tem de opinar. Através de algumas transformações o espaço mercadológico ganha uma expressão cada vez mais popular, sendo perceptível a mudança no estilo de produção televisivo por exemplo.

Em pauta, uma influência preconizada por Jenkins e talvez por Bourdieu, quando este último citava a possível morte do jornalismo impresso, os noticiários que moldaram as estruturas para dar ênfase às imagens em detrimento dos textos, configurando um modelo chamado pelo autor de televisão impressa. Se não se pode de fato competir com os novos aparatos tecnológicos, deve-se juntar as novas tendências. Nesta era contemporânea a televisão vê-se num ensejo de crise, a internet e toda uma nova gama de

possibilidades e mídias enfrenta a TV, e aí entra a mescla da participação de massas, que é facilmente oportunizada pelos meios listados e teve de ser incluída ao canal mais antigo.

A *Cultura da Convergência* vai pautar, por exemplo, programas como o Fantástico. No ar desde 1970, o itinerário adotou um termo recente intitulando no formato de “Revista Eletrônica”, tendência nova pouco discutida e para tanto a primeira discussão abordará em delinear o que é este termo.

Revista Eletrônica, um conceito

Para conceituar o tema é preciso entender primeiramente as suas especificações, uma revista eletrônica é um formato contemporâneo porque surgiu através do próprio advento da internet, uma plataforma moderna. As primeiras revistas científicas no Brasil, publicadas em 1981 segundo o portal Scielo, seguiram influências globais que perduraram inclusive até hoje sendo em sua maioria científicas e de pesquisa. Com o crescimento da participação brasileira nas bases indexadas de publicação, houve uma grande popularização da revista e uso também em outras áreas da comunicação da internet, migrando para ao campo de notícias, política, cinema, o que não varia em sua definição é a sua plataforma que é digital, ou seja, um portal acessado pela internet.

Por ser de fácil disponibilidade o formato era utilizado por inúmeros canais que estavam adentrando a até então pouco conhecida “era da informação”, o que ganhou força com a cultura midiática de convergência. A revista eletrônica tornava-se o espaço perfeito para a atração de leitores, ela reunia em um único formato a praticidade de leitura, o fácil acesso e variedade de temas num acervo digital extenso, e a participação e interatividade que a nova era proporcionava, ou seja, ela ofertava inúmeras possibilidades a um leitor universal. Atualmente editoras de revistas impressas passaram a veicular seus periódicos digitalmente, pois foram incorporadas aos estímulos e rentabilidade proporcionada no formato, editoras como a Abril e Globo já atuam no meio.

Como foi dito previamente, o modelo era utilizado substancialmente por periódicos científicos, exemplares acadêmicos com muita adesão. Porque o modelo se tornou tão popular entre os acadêmicos então? A plataforma Scielo cita que as principais motivações da sua utilização era de que, o espaço impresso exigia tempo, apresentava limitações, tinha alto custo de publicação e preços elevados de assinatura. Uma publicação final incluindo custos diretos e indiretos de publicação e impressão custaria U\$40 mil por assinatura.

Garantindo-se um boletim já adotado e bem veiculado, o formato reunia todos os conteúdos comunicacionais, tanto textuais como visuais e ainda abria espaço para comentários, sugestões, enquetes on-line, participação nos seus sistemas de gestão administrativo e de material, isso engloba Jenkins e abraça o comportamento social.

Pensando ainda em aspectos mais técnicos as revistas eletrônicas podem variar o seu número de páginas, quando são artigos publicados podem dispor de 80 páginas, quanto às revistas de editoras, estas incorporam a sua estrutura física ao site digitalizando o exemplar, então podem ofertar entre 100 a 150 páginas em especiais. Lembrando que, são diversos os segmentos abordados num canal editorial, elas apresentam mais ou menos páginas de acordo com a publicação impressa.

“Fantástico” um apropriação do termo

O programa data da década de 70 e vem mudando o seu estilo desde então, ele se apresenta tradicionalmente aos domingos dentro de 2 horas de duração em esquetes. O fato é que, desde a sua implantação o programa apresentava um leque de possibilidades e apresentações, trazia reportagens, mas também curiosidades, clipes musicais – para quem não lembra os artistas estreavam seus vídeos musicais neste semanário. Com o tempo este se adaptou e passou a incluir séries, concursos, quiz, interatividade, aceita sugestões do público, porém sempre reforça esta característica presente de conduzir algo novo, atemporal, que reúne vários conteúdos, não sendo equivocado falar que seria este um programa de variedades.

A diferenciação da arte, na sociedade moderna, como sistema funcional autopoietico mostra-se com especial nitidez no destino de todas as tentativas que questionam os critérios tradicionais do belo, as funções de representações e, não por último, a qualidade simbólica de obras artísticas.

(LUHMANN). 1996. P 243.

Vale destacar que na época de sua criação outros estudiosos associam este período pós-guerra com o esvaziamento das áreas rurais, o crescimento urbano exacerbado e a produção industrial em massa. Isto gera um aumento da escolaridade na população, que entra num novo momento graças à televisão, onde as atividades e relações sociais passam a se pautar em seu contexto. Comportamentos, temáticas de discussão, até o direcionamento de suas ações, a televisão recebe uma grande aceitação e com isso poder e influência, e o melhor, exerce isto de maneira não evidente, forma ideologias sem dar este entendimento claro. A população passa a acompanhar mais fielmente os itinerários graças ao aumento de uma expectativa de vida e de certas condições financeiras.

Esta teoria se comprova com a leitura de “A cultura de participação”, de Clay Shirki, que menciona o surgimento de um período de transição, em que pessoas são pagas para pensar ou falar, algo significativo, pois não se produz mais algo mecanizado.

Analisando este histórico, o programa Fantástico passa a utilizar e buscar o termo de revista eletrônica para indicar o formato de seu semanário. A questão é que, somente no Brasil o título é utilizado para nomear e classificar o formato de programas. Este novo uso não foi muito bem estudado, nem existem preceitos específicos que ditem do que ele trata na televisão, afinal em tese e sentido etimológico, revista eletrônica é um periódico digital, com quantidade de páginas específicas, lançado em 1980 e predominantemente científico.

O itinerário apresenta um mix de entretenimento e informação retratado em programas de variedades. Neste caso há uma diferenciação não somente no estilo apresentado, mas na forma de trazer o conteúdo, em como se noticia,

na flexibilidade de abordagens. Existem preceitos e formatos que estabelecem o que é um padrão de revista eletrônica e porque ela se classifica assim, o fato do programa Fantástico ter um teor leve e diferenciado não elimina as características base de um programa televisivo.

Novos mecanismos comerciais estão sendo criados para manter as indústrias suficientemente saudáveis para continuar a produzir. Novos mecanismos de medição estão sendo implementados para ajudar os anunciantes a atingir suas cobiçadas audiências. Novas práticas narrativas estão sendo adotadas para entreter essas mesmas audiências fragmentadas.

(JENKINS). 2009. P 8.

Em toda esta irreverência revela-se um programa de entretenimento, pois apesar das reportagens e da atualidade presente, ele apresenta uma marca e formato tipificado. Para compreender melhor basta analisar as revistas Science e Nature, são dois portais que podem trazer matérias dos cunhos mais diferenciados de pesquisa, mas que nutrem elementos em comum, são veículos on-line de conteúdo científico, de volume estabelecido. O mesmo ocorre com as editoras Abril e Globo, ambas podem dispor de inúmeras revistas abordando moda, comportamento, esportes, notícias, política, mas é possível reconhecer um formato similar seguindo padrões já concebidos.

Existem temas jornalísticos que não seriam abordados da mesma forma em portais eletrônicos e nem em itinerários de jornalismo especificamente falando. As pautas jornalísticas surgem com nova roupagem e não seriam veiculadas da mesma forma em outros canais, muito menos na revista eletrônica disponível na internet.

O estouro da bolha pontocom jogou água fria nessa conversa sobre revolução digital. Agora, a convergência ressurgiu como um importante ponto de referência, à medida que velhas e novas empresas tentam imaginar o futuro da indústria de entretenimento. Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas.

(JENKINS). 2009. P 33.

Segundo a autopoiese

O programa revela e aborda em seu site num de seus parágrafos uma classificação própria: “Olhe bem, preste atenção. Nós temos mágica a fazer. Assim é o Show da Vida, há 40 anos no ar”, uma filosofia embutida tanto no teor de suas edições quanto nos textos e publicidades abordados pela categoria. Torna-se um preceito que ele passa a inserir, de certa forma que o Fantástico, exhibe algo inédito e revoluciona padrões estéticos e de qualidade, que somados a hegemonia da rede Globo concebe um preceito.

À medida que a importância da mídia emerge com relação ao modo de ser da sociedade atual; à medida que mídia é estudada em relação a processos sociais os mais diversos, se intui um nexos entre a comunicação midiática e o modo de ser da sociedade atual.

(GUSMÃO). 2008.

Isso é verificado tanto nos espetáculos quase circenses veiculados, quanto em suas publicidades, a transmissão vende essa ideologia. Isto relembra uma tese de Kant, na qual os meios de comunicação produzem uma ilusão transcendental.

Como Luhmann cita, a sociedade sabe tanto sobre os meios de comunicação que não confia nesta fonte, isto demonstra uma paráfrase para compreender-se o que de fato está sendo disponibilizado por este canal. É necessário fugir do lógico, e não aceitar somente aquilo que está sendo entregue, indagar-se e isso os move a avaliar mais precisamente o que seria este formato apresentado.

O especialista segue explicando que esta comunicação conduzida deve ser compreendida por todas as instituições da sociedade, ou seja, os meios têm de ser e tornar-se reprodutores de uma comunicação explicativa, clara, acessível. Estas funções de fato já são vistas na abordagem diferenciada e nos mais variados conteúdos e tipos de matérias veiculadas. Fica evidente aí a não aceitação do enquadramento apenas jornalístico, e da não funcionalidade do

termo revista eletrônica, devido a plataforma não digital e características já abordados anteriormente.

A questão é que, este posicionamento de denominar o Fantástico neste gênero é reforçar uma concepção que se assemelha muito mais a interesses mercadológicos. Afinal, pesquisando e analisando o *mix* cultural de gêneros inseridos nos programas, especialistas sem medo nenhum enquadram estas edições como formato de entretenimento. O que se sabe é que na autopoiese as organizações se debruçam sobre as expectativas e exigências desmedidas do público, e, portanto estão sujeitas a essa aceitabilidade. A cultura de convergência pode interferir neste meio.

Esta realidade dos meios de comunicação apresenta duplo sentido e, a realidade consiste em suas próprias operações, o autor da semiótica frisa que há todo um processo de difusão que é facilitado pela tecnologia. Esta forma de trabalho estrutura e limita, falando-se de meio de comunicação de massa.

Este mecanismo de operações e observações funciona como uma duplicação da realidade em sistema de auto-referência e de heterorreferência, onde eles tendem a se diferenciar nestes planos. O que ocorre atualmente é a confluência de temas que misturam produtos do televisivo do impresso e virtual. Com a chegada da televisão o impresso sofreu severas perdas de atuação e hoje se molda de forma muito semelhante aos padrões televisivos,

As teorias construtivistas citam que, os sistemas cognitivos atualmente não estão aptos a distinguir ou diferenciar entre as condições de existência de objetos reais e condições de seu conhecimento, porque não tem acesso a estes objetos reais, dificultando esta construção, pois apenas só tem a disposição destes objetos pelo conhecimento.

Dessa forma a mídia não pode comunicar a “verdade”, mas construir uma realidade própria, caracterizada por sua base tecnológica, que produz um receptor abstrato, e que devido a isto demanda uma mensagem específica. Essa mensagem, por outro lado, deve ser adequada as temáticas de acordo com o receptor. Essas temáticas são assim territórios de sentidos compartilhados pela mídia e receptores, mas não definem

questões de “verdade”. São apenas referências gerais utilizadas para um “acordo de sentido” entre sistemas autopoieticos.

(GUSMÃO). 2008.

É assim que o televisivo segue, sofrendo perdas agora por intermédio da internet, gerando uma possível substituição, ele segue tentando adaptar-se e trazer um pouco desse fator interativo para o seu meio, ele quer agora a participação assídua do seu público que migrou para o campo virtual.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais.

(JENKINS). 2009. P 30.

Ele segue tateando no cenário, o Fantástico mistura todos estes itens, quizzes, votações, portais online para assistir e retornar para a audiência televisiva com mais sagacidade de informações, há um apelo, que busca no termo uma fuga para a nomenclatura de variedades e entretenimento, que o igualaria a programas mais simplórios e menos badalados na televisão.

Luhmann explica que esta questão pode ser solucionada quando nós observamos as operações cognitivas de outros sistemas, estando ele em segunda ordem.

Para o padrão rede globo seria minimizar o status de suas produções enquadrar a atração no que ela realmente representa? Esta questão interessa aos estudiosos, apenas a aceitação e classificação adequada assim como tantos outros programas. Porém nota-se a partir daí um problema, esta classificação já está sendo amplamente utilizada para classificar outras atrações na TV: Domingo Espetacular, Hoje em dia; Rádio: Programa Gerações; Isto transforma e apropria o termo para outras plataformas sem o



devido estudo, perde o seu sentido original e desagrega. O Brasil é o único país que utiliza a nomenclatura para falar no ensejo televisivo, e este posicionamento de imprimir uma ideologia mais comercial, manipulativa, só deseja realmente vender. Produz-se o que está sendo utilizado e o pedido entra, o que é rentável se xeroça e inclui. Não se propõe questionamentos sobre o que está sendo posto, mas no final a rede ainda mantém a proposta de fazer crer que este é o espetáculo do show da vida, o qual brasileiros esperaram religiosamente para assistir todos os domingos semanais.

Referências

GUSMÃO, Carlos de. **A questão do objeto da Comunicação: contribuições da perspectiva sistêmica de Niklas Luhmann para a análise das relações entre mídia, comunicação e sociedade**. 2008. Disponível em: < <http://www.ichca.ufal.br/grupopesquisa/intermedia/gusmao.htm> > Acesso em 13 de novembro de 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LUHMANN, Niklas. **A obra de arte e a auto-reprodução da arte**. In: OLINTO, Heidrun Krieger. *Histórias de literatura: as novas teorias alemãs*. São Paulo: Ática, 1996. P. 241-271.