

O espaço que a TV broadcast ocupa no debate público brasileiro¹

Hugo Henrique Ripardo dos SANTOS²

Larissa Leda F. ROCHA³

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO

Este artigo visa discutir o espaço que a TV broadcast ocupa no debate público brasileiro, a partir de pesquisas teórico-bibliográficas com autores de referência nos estudos sobre o sistema midiático de modo geral e a televisão em particular, somados à observação empírica do objeto. O broadcast tornou-se um fenômeno social e de massa: o televisivo. A televisão é a responsável por unir audiências heterogêneas e possibilitar a criação de um laço social. Embora não seja mais hegemônico como já foi um dia, ainda é muito relevante e bastante presente no cotidiano nacional por toda sua capacidade de mobilização social e de publicizar temas e questões de interesse público.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão; broadcast; televisivo; laço social.

Considerações iniciais

Com o crescimento e difusão da internet e da digitalização, há uma debate sobre o fim da televisão broadcast, aberta, generalista (Buonanno, 2015; Wolton, 1996). Trata-se de uma perspectiva que se faz presente nas discussões sobre o fim da televisão: o pessimismo broadcast (Turner e Tay, 2010). Autores como Carlón (2009, 2014), Verón (2009) e Scolari (2014) que afirmam que a televisão aberta, tal como era nos anos 1960 e 1970 não existe mais e que a televisão generalista ainda se mantém devido às programações ao vivo, a exemplo das transmissões de eventos esportivos, cobertura de eleições ou notícias de morte de pessoas célebres. Por sua vez, há autores, por exemplo, Buonanno (2015), Orozco Gómez (2014) e Wolton (1996) que defendem que a televisão aberta está ainda mais viva do que nunca.

¹ Trabalho apresentado no IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluno do curso de Comunicação Social – Rádio e TV. Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica - PIBIC. Membro do grupo de pesquisa ObEEC (UFMA/CNPq).

³ Professora do Departamento de Comunicação Social, do Programa de Pós-Graduação em Artes Cênicas e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, todos da UFMA. Coordenadora do grupo de pesquisa ObEEC (UFMA/CNPq). Pesquisadora financiada pela FAPEMA por meio do edital Universal 2022.

Nesse trabalho, o objetivo central é discutir sobre o espaço que a TV broadcast ocupa na sociedade brasileira, a partir de pesquisas teórico-bibliográficas com autores de referência nos estudos sobre o sistema midiático de modo geral e a televisão em particular⁴, somados à observação empírica do objeto.

A TV broadcast é a televisão linear, financiada por anunciantes e marcada pela existência de uma grade de programação bem definida e vertical, ou seja, é estabelecida pelo canal de televisão. Por isso, não há uma reciprocidade direta do espectador com a emissora e são raras as possibilidades de intervenção na programação. É conhecida por ser o ponto focal entre as máximas da audiência⁵ (Buonanno, 2015).

PROCESSOS MIDIÁTICOS E MUDANÇAS NA TV

Na história das mídias, é recorrente que, quando uma nova tecnologia surge, venha com ela o receio de que a anterior esteja ou se torne obsoleta. No Brasil, isso ocorreu com a transição do rádio para a televisão nos anos de 1950, por exemplo. Havia um discurso de que aquele meio de massa foi ultrapassado por este e chegou o momento do novo assumir o protagonismo. Contudo, o que se observou foi convivência entre eles, ainda que ajustes e adaptações tenham sido necessários. Conforme descreve Araújo (2016), os profissionais de entretenimento do rádio migraram para a televisão e, dessa maneira, os programas de auditório e as radionovelas deslocaram-se para o novo veículo. Ao passo que o rádio focou no jornalismo, um exemplo foi o programa Repórter Esso⁶. Processos midiáticos semelhantes ocorrem, hoje, em relação aos distintos modelos de televisão. Para falar de como essa interação se dá no cenário contemporâneo, é necessário definir em qual fase a TV está.

Atualmente, a televisão está na era da abundância (Ellis, 2000 *apud* Buonanno, 2015, p. 68) “caracterizada pela incessante proliferação de canais, disseminação

⁴ Usamos as periodizações propostas por Ellis (2000) para falar da televisão de modo mais geral para contemplar a fase contemporânea dela e a proposta por Andres e Souza (2020) para falar da televisão brasileira com um recorte temporal e histórico mais delimitado.

⁵ As máximas da audiência são os diferentes perfis de espectador que a televisão generalista consegue alcançar.

⁶ O noticiário já existia nos Estados Unidos desde 1935. A partir dali, se estendeu para outros países (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Estados Unidos, Honduras, Nicarágua, Panamá, Peru, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela). Em particular, no extremo sul da América Latina (Argentina, Uruguai, Brasil e Chile), o Esso é referendado em livros e em sítios da Internet, como a mais importante síntese noticiosa do rádio e da televisão em cada país (Klößner, 2011, p. 2).

incontrolável da produção ao longo das mídias, telas, plataformas e o fenômeno, nacional e internacional, do completamente imersivo e viciante *fandom*”. A periodização proposta por Ellis não ocorre de forma tão linear como sugere, pois há uma coexistência entre diferentes configurações e formatos de televisão. Vivemos uma era de escassez, ampla disponibilidade e de abundância simultaneamente. No cenário brasileiro, a era descrita por Ellis pode ser vista por meio de alguns exemplos restritos ao grupo Globo: o canal broadcast, a TV Globo, os canais a cabo (TV paga), a exemplo do Viva, e a plataforma de streaming GloboPlay.

A televisão aberta não é mais hegemônica como já foi um dia, o que não significa que ela é irrelevante na atualidade. De acordo com dados do Obitel (2022), a TV aberta perdeu 1,9 pontos de audiência domiciliar entre 2020 e 2021. Todavia, o índice de penetração que ela possui na sociedade brasileira é de 80%. E segundo informações do Kantar IBOPE Media (2023), 76,2% da audiência assiste à televisão generalista, enquanto a televisão distribuída pela internet⁷ (Lotz, 2018) é consumida por 23,8% da audiência. Embora os dados mostrem uma queda na audiência broadcast, não implica dizer que esse formato televisivo será substituído por outro, tampouco pode-se afirmar que os formatos são, obrigatoriamente, competidores diretos. “Esses contextos de visualização não substituem a maneira clássica de assistir televisão em casa, mas são novos suplementos que misturam entretenimento, socialização e prazeres” (Orozco Gómez e Miller, 2018, p. 64).

O broadcast mudou e o cenário em que ele se encontra é instável e bastante fluido. Há diversos arranjos e rearranjos televisivos que convivem e se influenciam. É importante lembrar, ainda, que a televisão divide território com outras várias telas (celulares, notebooks, tablets) e demais dispositivos, a citar, os vídeo games.

A ausência de uma programação específica para jovens, os videogames e as redes sociais são algumas das causas de seu progressivo afastamento da televisão, ainda que a passagem do espectador passivo a protagonista na Rede também cumpra um papel importante na relação com a Internet dos nativos digitais (Lacalle, 2010, p. 87).

⁷ Segundo Lotz: “A televisão distribuída pela Internet é, assim, uma subcategoria do vídeo distribuído pela Internet, de tal forma que a categoria mais ampla de vídeo engloba o filme distribuído pela Internet (feito de acordo com as lógicas industriais das indústrias cinematográficas) e a vasta gama de vídeos produzidos fora destas estruturas industriais que os recursos da Internet permitem que as possibilidades de distribuição pela Internet permitem agora fazer circular” (Lotz, 2018, p.36, tradução nossa).

A televisão generalista incorpora elementos presentes nas mídias digitais para atrair público, principalmente, os mais jovens, os nativos digitais (Lacalle, 2010). Dessa forma, a TV generalista pode até ceder presença para o digital, mas aprende com ele. Ao invés de negar as redes sociais digitais e a internet, aquela os utiliza para se difundir cada vez mais.

Hoje em dia, desde 2017⁸, a televisão brasileira está na nona fase, denominada TV *everywhere* (Andres e Souza, 2020), caracterizada pela presença massiva da televisão em todos os dispositivos, desde a televisão tradicional aos dispositivos móveis.

Essa TV disponível e acessível em vários lugares e dispositivos se configura estrategicamente como omnichannel, isto é, utiliza-se de seus canais de diálogo com o telespectador para melhorar as experiências de consumo, ressignificar as ambiências online e offline, “zapeando” entre lá e o aqui; entre textos, intertextos, hipertextos e contextos; entre sujeitos enunciadore e enunciatários; entre o ser e o estar televisivo; entre telas; e entre suportes que vão desde a parede à palma da mão (Andres e Souza, 2020, p. 187).

Todo o alcance que a televisão possui é o resultado de um longo trajeto histórico, vindo desde os anos de 1950 até os dias atuais, bem como a conjuntura de outros fatores políticos, econômicos e sociais. Todos esses elementos contribuíram para que a televisão alcançasse o status de fenômeno: o televisivo (Orozco Gómez, 2014).

A EXPERIÊNCIA DE ASSISTIR TV

Os pessimistas broadcast⁹ (Turner e Tay, 2010), a exemplo de Carlón (2009, 2014), Verón (2009) afirmam que a única força restante do broadcast está nas transmissões ao vivo e Scolari (2014) argumenta que, com a difusão dos dispositivos móveis, o consumo da programação acontece de forma cada mais atomizada, de modo a tirar o senso de comunidade do público. Entretanto, autores como Buonanno (2015) e Wolton (1996) defendem que a televisão, apesar de sofrer mudanças, ainda possui um lugar central na sociedade. Carlón e Verón estão certos ao afirmar que a televisão aberta é bastante poderosa nas transmissões ao vivo, pois essa é uma característica presente no

⁸ Ao longo do artigo, seguimos as demarcações históricas de Andres e Souza (2020).

⁹ Aqueles que veem a queda da participação (em particular) do mercado americano que agora assiste à televisão aberta como um sinal incontestável do colapso iminente da plataforma de transmissão por completo (Turner e Tay, 2010, p. 32, tradução nossa).

broadcast desde a sua primeira fase (1950-1962), a do improviso e do teste (Andres e Souza, 2020). Contudo, dizer que a televisão generalista sobrevive apenas por causa disso ou que a atomização tira o senso de comunidade é considerar a TV apenas como dispositivo e ignorar que ela é um fenômeno e é parte integrante do corpo social.

O broadcast possui uma qualidade fundamental: dá um senso de unidade para um conjunto que não é unitário. Com seu vasto alcance, a televisão generalista ocupa um espaço central no debate público pois é capaz de reunir audiências com perfis heterogêneos e possibilita a criação de um laço social (Wolton, 1996), além de conseguir unir quantidades massivas de pessoas em nome de um mesmo ideal: nacionalidade e comunidade social.

É necessário reconhecer que ela possui uma penetração intensa na sociedade brasileira devido à sua peculiar capacidade de criar e de alimentar um «repertório comum», por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexo, raça e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas às outras (Lopes, 2009, p. 22-23).

A televisão broadcast possui a magnitude que tem pela sua capacidade de “perpetuação” dos gostos da audiência, sua constante renovação e adaptação às tecnologias digitais, além de sempre anunciar-se para as audiências, pronta para ser consumida e para satisfazer as demandas do grande público. Nesse sentido, ela é a causa e efeito de si mesma (Orozco Gómez, 2014).

Eu destaco o televisivo¹⁰ como espaço de negociação entre a tela e o público e, sobretudo, de reconhecimento mútuo de certo tipo de expressão audiovisual e de situação do público, ritmo, formas de narrar histórias, de conectar imagens e tecê-las umas com as outras, assim como com os efeitos de voz e especiais (Orozco Gómez, 2014, p. 101).

Por ser símbolo de reunião entre pessoas, a televisão aberta tem um forte apelo em se comunicar, estabelecer laços sociais e mobilizar quantidades massivas de pessoas. Isso é possível de se observar em eventos de grandes proporções, por exemplo, as Olimpíadas; Copas do Mundo; eleições presidenciais ou mesmo na morte de pessoas célebres. Não se trata apenas de presenciar a ocasião, mas também vivenciá-la

¹⁰ O “televisivo” que Orozco Gómez diz é sobre a televisão deixar de ser apenas mais uma tela e se constituir em um fenômeno social e de massa.

coletivamente. É comum que familiares e amigos se reúnam de forma presencial em frente à televisão e torçam juntos pela vitória do time amado, por exemplo:

Diferentemente dos telefones, tablets e laptops, as grandes telas – a maioria Smart TV *screens* – geralmente têm locais definidos nos lares, mas não como os aparelhos de TV do passado, semelhantes aos móveis. As novas telas nos países da América Latina tendem a estar nas paredes, não como obras de arte, mas localizadas de modo a facilitar a visão conjunta da família – ou seja, para favorecer uma experiência de televidência coletiva (Orozco Gómez e Miller, 2018, p. 64).

A televisão se constitui como parte do cotidiano brasileiro e é por meio dela que construímos uma rotina, seja por meio dos telejornais que fazem companhia durante as refeições ou nas telenovelas que fazem parte do dia a dia e funcionam como um marcador sócio-temporal da rotina.

Fechine (2014) destaca que a televisão generalista cria um vínculo de familiaridade com o telespectador. Ao assistir televisão inserida em uma grade de programação bem definida, dentro das mesmas condições de consumo (mesmo ambiente e horário), gera a sensação de estabilidade e conforto, porque a audiência se sente “em casa” ao consumir um conteúdo conhecido e que é contado e recontado de diferentes formas, diariamente, mas sem perder a identidade, bem como orienta a passagem do tempo para quem acompanha. Outrossim, a programação traz a sensação de companhia, mesmo que seja consumida de modo individual, como se a televisão se fosse um outro “ser” que se faz presente.

Ademais, a experiência de assistir televisão é um exercício coletivo, é saber que há outro assistindo ao mesmo programa em uma simultaneidade desespacializada (Buonanno, 2015). Esse senso de coletividade é construído na temporalidade da grade e dentro do espaço imaterial da televisão e através da copresença televisiva entre os telespectadores: “A TV está ‘sempre ali’ distribuindo conteúdos em um fluxo direto e corrente que acompanha o transcorrer do dia. Estabelece-se, desse modo, uma duração comum à televisão e ao ‘mundo’ e é a programação que funciona como interface dessas temporalidades” (Fechine, 2014, p. 124).

A autora também descreve que a programação broadcast traz um senso de normalidade, porquanto houver as transmissões cotidianas dos fatos que acontecem no

país e no mundo, sabemos que o mundo está funcionando normalmente e, caso algo fuja da normalidade, temos a certeza de que a televisão nos manterá informados¹¹.

Se temos a certeza de que a TV generalista nos informará, é porque confiamos nas informações transmitidas. Aprendemos a confiar na televisão pois crescemos com ela e, através da programação, conseguimos ver a realidade apresentada e a nos vemos dentro dela. Houve um processo de aprendizado para que as pessoas aprendessem a legitimar o que o rádio transmitia. O mesmo ocorre com a televisão até hoje.

A televisão broadcast está presente na vida das pessoas há décadas. A presença marcante do broadcast deixa evidente o motivo de ainda ocupar um espaço central: legitimidade. Crescemos com a TV aberta e foi com ela que aprendemos a ser espectadores, que aprendemos a gostar ou rejeitar determinados modelos narrativos e nos constituirmos como sujeitos.

A TV é constituída por uma particular combinação de linguagens, um conjunto de formatos que encaixam de certas maneiras as suas narrativas, uma fonte quase inesgotável de histórias, algumas com pretensão de ser reais, outras apenas ficção, tudo isso ao mesmo tempo em que a TV é uma “tecnologia em ebulição” constante e um objeto privilegiado de entretenimento, capaz de convocar metade dos cidadãos de um país (Orozco Gómez, 2014, p. 97).

Tomando as telenovelas como exemplo, a legitimidade está na representação que ela apresenta nas narrativas. A telenovela traz personagens e situações do mundo real para incorporar na ficção de modo que atribuímos mais realidade à ficção da novela do que à factualidade do jornalismo. “A TV é um dispositivo audiovisual poderoso pelo seu alto grau de fidelidade e verossimilhança na re-produção de realidades” (Orozco Gómez, 2014, p. 99).

No caso da telenovela, a legitimidade também se faz presente por meio das mudanças sociais que ela promove, o seu merchandising social (Lopes, 2009). Por abordar temas públicos em uma trama que envolve amores e desejos de personagens ficcionais, a novela, de modo geral, usa uma linha bastante tênue entre a realidade e a ficção. Desse modo, assistir aos abusos que são cometidos contra um casal de idosos¹² ou

¹¹ Fechine (2014) cita o atentado às Torres Gêmeas em 11 de setembro de 2001 como uma quebra da normalidade. No cenário brasileiro recente, um exemplo da quebra da normalidade foi a invasão do Congresso Nacional. Disponível em: bit.ly/3rOTJOe. Acesso em: 29 jul. 2023.

¹² A telenovela *Mulheres Apaixonadas* (Globo, 2003) mostra o casal de idosos Leopoldo (Oswaldo Louzada) e Flora (Carmem Silva) ser maltratado pela neta Dóris (Regiane Silva). A temática abordada pela novela ajudou na aprovação do Estatuto do Idoso no mesmo ano. Lei disponível em: bit.ly/43Op7Dw. Acesso em: 28 jul. 2023.

contra uma mulher¹³ tem um impacto significativo por ser uma questão com a qual as pessoas se identificam, ou por serem próximos a alguém que compartilha a dor dos personagens ou por serem elas mesmas que estão em uma situação análoga a que a teledramaturgia encena.

As ficções televisivas, dessa forma, se apropriam do compósito de histórias fundadoras que subjazem no imaginário popular – sejam tramas mais universais, como as mitologias e as narrativas bíblicas, ou histórias específicas de uma determinada cultura – e as ressignificam de acordo com seu contexto de emergência (Lima e Néia, 2017, p. 4).

Por causa dos fatores de representação e de sua vasta repercussão¹⁴, a novela é reconhecida como a narrativa da nação (Lopes, 2009). Ela é capaz de reunir os extremos de país para acompanhar os capítulos diários e discutir os temas e pautas sociais que são levantados e publicizados pela trama.

A linguagem narrativa da telenovela manifesta-se num modo peculiar de “contar histórias”: é como se aquela narração estivesse sendo contada por alguém da nossa família, por uma “pessoa” de nossas relações, o que permite aproximações e identificações por parte do espectador. Ela sempre narra “casos” que aconteceram aqui e acolá, construindo uma história sem fim, caracterizando uma espécie de conversação em andamento (Baccega, 2022, p.16).

A partir dos anos de 1990, a telenovela entrou na fase naturalista¹⁵, marcada pela hibridização cada vez mais intensa entre ficção e realidade, de forma a torna-los quase indissociáveis um do outro. Dessa maneira, as novelas são refletidas e refletem o *ethos* social do momento histórico em são elaboradas, desenvolvidas e exibidas pois as tramas estão inseridas no contexto da modernidade e do senso comum pós freudiano (Xavier, 2003), este é caracterizado pela troca do código moral religioso, por um novo código

¹³ A mesma telenovela, *Mulheres Apaixonadas* (Globo, 2003), apresentou um caso de violência doméstica sofrida pela personagem Raquel (Helena Ranaldi) que era, com frequência, espancada pelo marido Marcos (Dan Stulbach). Não apenas houve um aumento no número de denúncias de violência doméstica na época de exibição da novela, como também, três anos após o término da novela, foi aprovada a lei Maria da Penha. Lei disponível em: bit.ly/3Pm86Dr. Acesso em: 28 jul. 2023.

¹⁴ Um exemplo da repercussão das telenovelas brasileiras. Os últimos capítulos de algumas telenovelas da Globo chegam ainda a abocanhar cerca de 50% da audiência. O capítulo final da novela *Avenida Brasil* (Globo, 2012) atingiu 50,9 pontos de audiência com pico de 53,8 e *share* de 72% (participação no total de televisores ligados). Disponível em: bit.ly/4599Ep9. Acesso em: 29 jul. 2023.

¹⁵ Estamos seguindo a periodização da telenovela brasileira proposta por Lopes (2009).

moral centrado na psique humana e na racionalidade. A telenovela traz não apenas a normalidade factual sugerida por Fecchine (2014), como também aborda a normalidade e legitimação de todas as possibilidades de se constituir como sujeito, porque “consegue comunicar representações culturais que atuam, ou ao menos tendem a atuar, para a inclusão social, a responsabilidade ambiental, o respeito à diferença, a construção da cidadania” (Lopes, 2009, p. 22).

De 1996 até 2005, a TV passava pela sexta fase, da popularização e da informalidade (Andres e Souza, 2020), caracterizada pela crescente criação de programas que retratam as classes populares dentro da televisão, trazendo os conflitos e as questões enfrentadas no cotidiano. “Com o novo poder de consumo, as emissoras de TV aberta, sem exceção, não hesitaram em propor uma programação capaz de atrair, conquistar e fidelizar os novos telespectadores” (Andres e Souza, 2020, p. 176).

Quando pensamos em televisão aberta no Brasil, comumente a associamos à telenovela e ao telejornalismo. Se pensarmos no horário nobre¹⁶ brasileiro, percebemos que ele composto da seguinte forma: é um ciclo de alternância entre uma telenovela seguida de um telejornal. Segundo Wolton (1996), a construção de uma grade horária que possua jornalismo e entretenimento juntos parece estranha ou mesmo equivocada à primeira vista. Porém essa combinação auxilia na assimilação e na aceitação de uma notícia, especialmente quando é considerada “mais séria”, como no caso de reportagens sobre crimes e acidentes fatais.

Os acontecimentos de grandes proporções também são transmitidos pela hipertelevisão¹⁷, no entanto, encontram uma maneira de difundir-se melhor no broadcast, não somente por questões de amplitude que este possui, mas também pela sua credibilidade. Uma notícia que circula na internet sobre a morte de uma pessoa célebre, por exemplo, consegue se espalhar rapidamente nas redes sociais digitais, porém, nem todos a tratarão com seriedade até que um veículo de televisão generalista noticie a mesma informação. O broadcast fornece um “viés de confirmação” ou um “status de seriedade” sobre os fatos, pois há uma organização sistemática dos canais de TV aberta

¹⁶ Horário nobre, ou *prime time*, abrange o período em que as pessoas voltam da escola ou trabalho e antes de irem dormir. Normalmente é considerado das 18h às 23h.

¹⁷ Scolari (2014) conceitua a hipertelevisão como é um modelo de televisão interativa, em que os espectadores são consumidores e produtores de conteúdo, além de ser descentralizada, tanto na criação e difusão de programações, quanto nos dispositivos porquanto pode ser consumida não apenas no televisor fixo, como também em dispositivos móveis: smartphones, tablets e notebook. Na hipertelevisão, a grade de programação não é linear, ela é criada e modificada pelo usuário de acordo com suas preferências e demandas. Ademais, pode ser financiada de diferentes maneiras: assinatura paga, inscrição gratuita e/ou paga e patrocinada por anunciantes.

baseada em um modelo de grade de programação, ou seja, a televisão generalista possui um espaço restrito para difundir as notícias. Logo, faz-se necessário condensar e destacar as informações mais importantes, com foco nos temas que sejam de maior interesse público, a exemplo, o preço dos alimentos ou uma campanha sanitária. Os dados noticiados por meio das redes sociais digitais tendem a ser mais dispersos, não necessariamente produzidos pelo jornalismo profissional e a abordar assuntos que podem não atender aos critérios de noticiabilidade jornalística.

Outro fator do status de seriedade da TV broadcast surge a partir da centralização das informações: a existência de setores de checagem das notícias para assegurar a veracidade das informações. Por meio da profissionalização do jornalismo, há um compromisso dos canais de televisão aberta com a verdade dos fatos e a produção de informação que obedece a critérios de noticiabilidade. Esse compromisso se estende para os portais digitais vinculados aos canais abertos. Entretanto, não há uma garantia de que o mesmo ocorra com todas as informações publicadas nas redes sociais digitais, porque estas operam dentro da descentralização, o que permite a geração de falsas notícias nos meios digitais, não feitas por jornalistas profissionais, em comparação com a TV broadcast.

Isso não é por acaso, a seriedade que se concede à televisão deriva de uma longa tradição de conhecermos o mundo por meio de que exibido na TV da sala de estar. Embora haja outros meios de contato com a realidade atualmente, a televisão ainda é um dos primeiros ao qual temos acesso.

Com toda a capacidade que possui de alcançar e mobilizar audiências massivas, a televisão generalista não é imune a influências externas, a exemplo da audiência e do Estado. Desse modo, a TV pode ser utilizada como uma ferramenta política, tal como o rádio:

Conjugavam-se, portanto, três características fundamentais na formatação do período iniciado por Getúlio Vargas: o crescimento das cidades, a institucionalização das relações contratuais trabalhistas (exigência da industrialização) e a busca da construção de uma identidade nacional. Esse contexto foi fundamental para o incremento de novas bases econômicas e culturais do Brasil, encaixando-se nessa perspectiva a necessidade de anunciar esse país aos brasileiros, através do rádio (Araújo, 2016, p. 26).

Deve-se ressaltar que, no Brasil, a televisão é um veículo de grande importância para, além da formação de uma unidade nacional, propagar as ideias do Governo vigente,

ou ainda favorecer a criação de uma identidade nacional em conformidade como a vontade do Estado, conforme pode-se observar durante a terceira fase da televisão (1971-1980), a da censura e da regulação (Andres e Souza, 2020).

Quando a TV Globo e a TV Tupi assinam um protocolo de autocensura em 1973, procurando controlar o conteúdo de suas programações, o que essas emissoras estão fazendo é circunscrever a vontade de se conquistar o mercado a qualquer preço, aceitando-se cumprir os compromissos adquiridos anteriormente junto ao Estado Militar (Ortiz, 1988, p. 120).

Entretanto, a televisão também possui um potencial para politizar a população, fornecer ferramentas para que ela desenvolva um pensamento crítico e para que os sujeitos tornem-se politicamente ativos na sociedade brasileira. Dessa maneira, o laço social é reforçado, nesse caso, por valores como a criação da identidade nacional e busca por melhores condições de vida para a sociedade e para o país. Percebe-se isto na televisão desde a quarta fase (1981-1990), a da abertura e da liberdade (Andres e Souza, 2020):

A partir dessa fase, as emissoras passaram a deter mais poder sobre a produção de seus próprios conteúdos, bem como a cobertura do movimento civil de reivindicação por eleições presidenciais diretas, conhecido como Diretas Já. Mesmo com o término do regime militar, em 1985, a televisão continuou servindo como importante ferramenta estratégica do governo, para comunicar à sociedade as ações da Nova República (Andres e Souza, 2020, p.176).

Considerações finais

A televisão, assim como diversas outras mídias, sofreu grandes mudanças ao longo da história. Com a popularização das tecnologias digitais e dos dispositivos móveis, tornou-se mais intenso o debate sobre a morte da televisão. Embora dados de pesquisa mostrem uma redução da audiência da televisão aberta no decorrer dos últimos anos, isso não implica afirmar seu fim. Mesmo que perca espaço em termos numéricos, os números mostram que ela ainda é bastante consumida e relevante, apesar das muitas opções de consumo. Não se trata somente de uma questão quantitativa, como também qualitativa sobre o impacto da TV.

A televisão generalista é o primeiro meio com o qual temos contato e é por meio dela que a realidade que rodeia. Ela nos ensinou a ser espectadores, a gostarmos ou não determinadas formas de narrativa, além de fornecer ferramentas para a construção de

conhecimento sobre o mundo e suas nuances. A TV tornou-se um fenômeno, o televisivo, pois se faz presente no cotidiano popular e ajuda a marcar a temporalidade social através da grade de programação, bem como constitui uma sensação de familiaridade, companhia e normalidade entre os telespectadores.

A TV broadcast ocupa um espaço central no debate público brasileiro por ser a formadora de um laço social entre grandes públicos heterogêneos. A legitimidade e o vasto alcance que possui, tornam-na capaz de trazer temas e questões de interesse público para reflexão, debate e até mesmo a criação de medidas para resolução de problemas que afetam o corpo social. O broadcast, por meio dos programas, possibilita não somente a criação de uma identidade nacional, como também fornece ferramentas para a formação dos sujeitos.

A televisão não está morrendo, está mudando, adaptando-se ao contexto da digitalização. A TV, como dispositivo de entrega, pode ser superada. No entanto, ela não está restrita à tecnologia e à materialidade. Ela é, simultaneamente, um fenômeno, uma linguagem e uma experiência que é parte integrante da sociedade.

REFERÊNCIAS

8 de janeiro: O que se sabe sobre os ataques golpistas em Brasília após um mês da invasão. [S. l.]: **Estadão**, 8 fev. 2023. Disponível em: bit.ly/3rOTJOe. Acesso em: 29 jul. 2023.

ANDRES, F.; SOUZA, G. Da parede à palma da mão: A TV brasileira everywhere em tempos de pandemia. **Revista Comunicando** / Vol. 9 - No 1 – dezembro de 2020 / Comunicar em tempos de pandemia.

ARAÚJO, E. W. F. **PALAVRA FALADA EM PULSAÇÃO: produção e recepção dos programas jornalísticos nas emissoras AM, em São Luís (MA)**. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: bit.ly/3YhdSsn. Acesso em: 29 jul. 2023.

BACCEGA, M. A. Reflexões sobre telenovela: o âmbito do ficcional como desenho do cenário das práticas de consumo. In: LEMOS, L. P.; ROCHA, L. L. F. (Org.). **Ficção seriada: estudos e pesquisas v.5**. Aluminio, SP; São Luís: Jogo de Palavras; Edufma, 2022.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Geral. **Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto da Pessoa Idosa e dá outras providências. ([Redação dada pela Lei nº 14.423, de 2022](#)). Brasília, DF: Presidência da República. Casa Civil, 3 out. 2003. Disponível em: bit.ly/43Op7dW. Acesso em: 28 jul. 2023.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Geral. **Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006.** Institui o Código Penal. Brasília, DF: Presidência da República. Secretaria Geral, 8 ago. 2006. Disponível em: bit.ly/3Pm86Dr. Acesso em: 28 jul. 2023.

BUONANNO, M. Uma eulogia (prematura) do broadcast: o sentido do fim da televisão, **Matrizes**, São Paulo, V. 9 - Nº 1, p. 67-86, jan./jun. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i1p67-86>

CARLÓN, M.; SCOLARI, C. A. **El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate.** 1. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

_____. Repensando os debates anglo-saxões e latino-americanos sobre o “fim da televisão”. In: Carlón, M.; Fachine, Y. (orgs.). **O fim da televisão.** Rio de Janeiro: Confraria do Tempo, 2014.

FECHINE, Y. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. Carlón, M.; Fachine, Y. (orgs.). **O fim da televisão.** Rio de Janeiro: Confraria do Tempo, 2014.

KLÖCKNER, L. **O repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez História.** 2. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2011.

LACALLE, C. As novas narrativas da ficção televisiva e a internet. **Matrizes**, São Paulo, Ano 3, n. 2, p. 79-102, jan./jul. 2010.

LIMA, M. M.; NÉIA, L. M. Da Telenovela à Supersérie: Novas Prospecções quanto ao Horário das 23h da Globo. XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 40, 2017, Curitiba. **Anais.** Disponível em: bit.ly/3qHTOCL. Acesso em: 28 jul. 2023.

LOPES, M. I. V. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes**, São Paulo, Ano 3 – nº 1, p. 21-47, ago./dez. 2009.

LOPES, M. I. V.; ABRÃO, M. A. P. Et al. BRASIL: 2021, Ano da retomada da ficção televisiva, mas ainda pandêmico. **Obitel**, [s. l.], 2022. Disponível em: DOI: <https://doi.org/10.7764/obitel.22.S.4>. Acesso em: 28 jul. 2023.

LOTZ, A. D.; LOBATO, R.; THOMAS, J. **Internet-distributed television research: a provocation.** Media Industries, v. 5, n. 2, pp. 35-47. 2018.

OROZCO G. G; Carlón, M.; Fachine, Y. (orgs.). Televisão: causa e efeito de si mesma. **O fim da televisão**, Rio de Janeiro, 1ªED, p.96-113, jul. 2014.

OROZCO G. G; MILLER, T; A televisão além de si mesma na América Latina. **Matrizes**. São Paulo – Brasil. V.12 - Nº 3, p. 59-75, set./dez. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i3p59-75>.

ORTIZ, R; O mercado de bens simbólicos. In: ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo, Brasiliense, 1988. p. 113-148.

SCOLARI, C.A. This is the end: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão. In: SCOLARI, C, A; Carlón, M.; Fachine, Y. (orgs.). **O fim da televisão**. Rio de Janeiro: Confraria do Tempo, 2014.

SHARE DE AUDIÊNCIA DE VÍDEO – Todos os dispositivos: Consumo individual em domicílios. [S. l.]: **Kantar IBOPE Media**, mai. 2023. Disponível em: bit.ly/3NF7d7U. Acesso em: 28 jul. 2023.

ÚLTIMO capítulo de "Avenida Brasil" tem 50,9 de Ibope e é maior audiência da TV no ano. [S. l.]: **Uol**, 19 out. 2012. Disponível em: bit.ly/4599Ep9 Acesso em: 29 jul. 2023.

VOCÊ SABIA?: Estatuto do Idoso foi aprovado após Mulheres Apaixonadas: Drama da personagem Raquel (Helena Ranaldi) estimulou denúncias. [S. l.]: **Almanaque da TV Globo**, 17 jul. 2011. Disponível em: bit.ly/3NzQNgS. Acesso em: 29 jul. 2023.

Você sabia? ‘Mulheres Apaixonadas’ influenciou leis e gerou merchandising social: A novela de Manoel Carlos, ‘Mulheres Apaixonadas’, influenciou na aprovação de três Leis; saiba como!. **Contigo**, [S. l.], 3 jun. 2023. Disponível em: bit.ly/3NaRmMU. Acesso em: 29 jul. 2023.

TURNER, G. e TAY, J. **Not the apocalypse: Television future in the digital age**. International Journal of Digital Television, vol. 1, n. 1, p. 31-50, 2010. DOI: <http://dx.doi.org/10.1386/jdtv.1.1.31/1>

VERÓN, E. El fin de la historia de un mueble. In: CARLÓN, M.; SCOLARI, C. A. **El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate**. 1. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2009.

WOLTON, D. **Elogio do grande público - uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Atica, v. 52, 1996.

XAVIER, I. Da moral religiosa ao senso-comum pós-freudiano: imagens da história nacional na teleficação brasileira. In: XAVIER, I. **O olhar e a cena: melodrama, Hollywood, Cinema Novo**, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.