**Análise Televisual Convergente: um procedimento metodológico para ler os processos comunicativos de telejornais e programas televisivos**

**Resumo**: A partir de um mapeamento de metodologias empregadas em trabalhos acadêmicos sobre telejornalismo produzidos entre 2015 e 2017 em 11 bancos de dados, este artigo sugere a relevância do olhar sobre as imagens e suas combinações com palavras na produção de sentidos e propõe o reconhecimento da necessidade de articular às análises dos telejornais e de programas televisivos quatro instâncias que configuram os processos comunicativos no ambiente convergente: singularidades da ambiência, circulação, características de organizações e de práticas produtivas e interações das audiências. Nesse sentido, apresenta o esquema analítico da Análise Televisual Convergente (ATC), um procedimento metodológico possível para a leitura crítica dos textos audiovisuais nas pesquisas em comunicação e em processos de aprendizagem num momento de transformação da produção e consumo de conteúdos e formatos em áudio e vídeo decorrente da digitalização dos meios.

**Palavras-Chave**: Telejornalismo. Programas televisivos. Análise Televisual Convergente. Metodologia. Processos de aprendizagem.

**Convergent Televisual Analysis: a methodological procedure for the critical reading of the communicative processes of TV News and television programs**

**Abstract**: From a mapping of methodologies employed in academic works about television journalism, produced between 2015 and 2017 in 11 databases, this article suggests the relevance of looking over the images and their combinations with words in the production of meanings and proposes the recognition of the necessity to articulate to the analyses of TV News and television programs four instances that constitute the communicative processes in the convergent environment: singularities of ambience, circulation, features of organizations and productive practices and interactions of audiences. In this sense, this paper presents the analytic framework of the Convergent Televisual Analysis (ATC), a methodological procedure for the critical reading of audiovisual texts in communication research and learning processes at a time of transformation of production and consumption of audio and video contents and formats in resulting from the digitalization of media.

**Key words**: Television Journalism. Television programs. Convergent Televisual Analysis. Methodology. Learning processes.

**Introdução**

No século XXI, a Comunicação se inscreve como uma área relevante do conhecimento científico para a compreensão das mudanças sociotécnicas e culturais da atualidade (MARINHO; MARIÑO, 2018), mas também deve ser compreendida como um conjunto de investigações capazes de contribuir para a transformação social, ultrapassar o paradigma cognitivo hegemônico e se constituir em uma ciência redescritiva no interior do bios midiático (SODRÉ, 2014). Ou seja, para além do estudo das intencionalidades da produção midiática, a Comunicação deve viabilizar o entendimento de conversações e controvérsias socioculturais ou de práticas cotidianas de resistência e de resiliência coletivas. Nesse sentido, torna-se relevante observar as subjetivações que provocam fissuras nas ordenações de forças dominantes diante da complexificação dos processos de comunicação midiáticos na contemporaneidade, que instiga reflexões sobre fundamentos epistemológicos e metodológicos, permeados por diversas abordagens, capazes de auxiliar a compreensão das lógicas das mídias e das práticas socioculturais que emergem de seus usos e apropriações, dos circuitos comunicativos e das interações que se estabelecem no ambiente convergente (ALZAMORA, ZILLER, d´ANDRÉA, 2018; MARTINO, 2018; DUARTE; BARROS, 2017; BRAGA, 2017). Embora na realização da pesquisa todo conhecimento do social seja um recorte, uma redução ou uma aproximação da realidade, as metodologias empregadas podem auxiliar a “tradução” de maneiras do pensar e sentir de instituições e da cultura de comunidades distintas, bem como das articulações entre o singular, o individual e o coletivo (MINAYO, 2014).

Na década de 1970, Williams (2016) já se recusava a entender a televisão sob o viés do determinismo tecnológico, abrindo uma percepção deste meio como tecnologia e forma cultural, e destacando que esta não é uma força que age por si mesma com propriedades fixadas do meio, pois tanto responde a formas derivadas de outros tipos de atividades culturais quanto apresenta formas inovadoras. Ele também sinalizava que a análise de tevê não deve ser reduzida a efeitos homogêneos, ou ao seu controle, uma vez que há aqueles que são previstos e outros não previstos (WILLLIAMS, 2016). O pesquisador percebeu ainda que a televisão não é estruturada por unidades separadas nem dividida entre programas e anúncios publicitários, mas por um “fluxo planejado” da radiodifusão que influencia as formas textuais que veicula. Na medida em que a televisão se expande em outras plataformas na atualidade e que estas também influenciam as formas textuais que veiculam, a noção de fluxo de Williams foi superada. Hoje, entretanto, a própria Comunicação Social pode ser vista como um fluxo incessante de ideias, informações e expectativas que circulam em formas e reconfigurações sucessivas (BRAGA, 2017). Porém, isso não significa que a singular abordagem da televisão como experiência cultural de Williams tenha se dissolvido, tampouco que a análise dos programas televisivos (MACHADO, 2003) não possa oferecer algumas respostas, embora seja necessário descentrar a ênfase no produto e articulá-lo às singularidades da ambiência, à sua circulação, às características das organizações e das práticas produtivas e às interações das audiências, em um momento em que a produção e o consumo de conteúdos audiovisuais se tornam mais variados e acelerados e o acesso à TV é, aparentemente, cada vez menos mediado. A partir de um mapeamento de metodologias empregadas em trabalhos acadêmicos sobre telejornalismo de 2015 a 2017 em 11 bases de dados, este trabalho reflete sobre a necessidade de metodologias mais abrangentes para a análise de telejornais e de programas televisivos no ambiente convergente decorrentes da digitalização dos meios, discute a relevância do estudo das imagens no texto audiovisual e apresenta o procedimento da Análise Televisual Convergente (ATC).

Os telejornais tendem a ser considerados produtos arcaicos da indústria massiva do século XX que reduzem a complexidade dos jogos políticos e dos arranjos econômicos e favorecem grupos dominantes. De fato, os telejornais enquadram a realidade, por meio de estratégias discursivas que valorizam a sua própria mediação, se oferecem com lugares de reconhecimento da(s) verdade(s) referente(s) à experiência social do país e exercem expressiva influência na compreensão da realidade cotidiana. Porém, o telejornalismo não é um gênero[[1]](#footnote-1) televisivo ancrônico na cultura digital, se reinventa no ambiente convergente, caracterizado pela coexistência de antigos e novos modelos de produção e consumo de conteúdos e formatos audiovisuais noticiosos que não constituem mundos diferentes, e permite aos cidadãos ter acesso e compartilhar informação sobre o Brasil e o mundo, sobretudo nas transmissões ao vivo de acontecimentos de grande repercussão. (AUTOR, 2016). Hoje, a população brasileira ainda assiste mais à programação da televisão em tempo real do que pela internet; e os telejonais são alguns dos programas mais assistidos e a principal fonte de informação para 63% da população brasileira, concentram grande parte do conteúdo das emissoras de televisão aberta no Brasil e reúnem expressivos investimentos financeiros[[2]](#footnote-2). Contudo, o telejornalismo está desafiado a encorajar o engajamento do público, tornando a experiência de ver os telejornais mais participativa (AUTOR, 2018). Os modos como os telejornais se expandem em múltiplas plataformas, bem como as maneiras que as audiências interagem com os noticiários por meio de dispositivos móveis e nas redes sociais, afetam as leituras dos acontecimentos em diferentes contextos, transformam o papel social do telejornalismo e as práticas produtivas e demandam novas abordagens teórico-metodológicas para a análise desses processos comunicativos. O esquema analítico aqui apresentado busca ampliar o escopo da metodologia da Análise Televisual (AT) anteriormente sistematizada (AUTOR, 2012; 2016)[[3]](#footnote-3), a qual tem sido utilizada por pesquisadores de diferentes níveis de formação, auxiliando o entendimento da complexidade dos códigos audio­visuais na elaboração e ressignificação dos sentidos dos discursos midiáticos de obras televisivas ficcionais e não ficcionais, no ensino, em monografias de conclusão de curso de Graduação e em dissertações de Mestrado e Teses de Doutorado na Pós-Graduação. Esta metodologia revisitada ganha aqui um sobrenome, e é nomeada de Análise Televisual Convergente, agregando à AT um procedimento metodológico possível para ler relações entre imagens, palavras, dispositivos[[4]](#footnote-4), pessoas e práticas produtivas no território virtual e ser utilizada como ferramenta para leitura crítica dos telejornais e de outras obras televisivas em pesquisas de comunicação e em processos de aprendizagem institucionais e informais. Afinal, o olhar não se opõe ao agir e a posição do espectador (ou do aluno) não deve ser reduzida à passividade e a contemplação (RANCIÉRE, 2017), pois corresponde à um conjunto de traduções de textos e materialidades distintas capazes de deslocar percepções e posições nos processos de aprendizagem sem desconsiderar as complexas relações entre palavras e imagens.

**Leitura de Imagens**

Ao invés de se pensar as imagens apenas como instrumentos de poder que tornam inseparáveis o real e a aparência, projeções da ideologia ou tecnologias de dominação, destacando as suas potências maléficas, Mitchell (2017) sugere observar o campo social do visual, considerando que os processos cotidianos de olhar e ser olhado constituem um complexo campo de reciprocidade visual. Mesmo ao interagir com imagens digitais, que são constituídas por números e códigos planejados, não carregam vestígios do mundo social e histórico e indicam um novo regime do visível, os sujeitos e seus agenciamentos podem, por meio da interpretação, inverter ou desviar percursos prescritos tanto de formas-imagens representadas quanto de programas televisivos (GUIMARÃES, 2002). Existem diferentes possibilidades de leitura das imagens mediante o uso de métodos distintos, mas as pesquisas em comunicação tendem a focalizar as imagens técnicas, ou seja, imagens que sofrem a mediação e/ou a intervenção de um aparato técnico (MARTINO, 2018). Entretanto, os estudos das narrativas audiovisuais na atualidade não se debruçam sobre uma imagem particular, procuram entender como esta é constituída em um período histórico e em um contexto cultural específicos, o lugar onde circula como representação[[5]](#footnote-5) e reflete significações. Estudar a representação imagética, portanto, demanda compreender a política da representação, como as imagens atribuem valores a determinados grupos sociais e como as narrativas transmitem significados (BELTRÁN, 2018). Ranciére (2016) explica que a politicidade das imagens deve ser encontrada em um regime determinado de articulações que definem os seus sentidos e as suas funções na esfera social, o que ele chama de Regime de *imagéité* ou regime de imaginidade. Para o pesquisador francês, a representação “não é o ato de produzir uma forma visível; é o ato de dar um equivalente, coisa que a palavra faz tanto quanto a fotografia” (RANCIÉRE, 2017, p. 92), ou seja, “é um jogo complexo de relações com o visível e o invisível, o visível e a palavra, o dito e o não dito” (*idem*). Ele argumenta que a crítica do espetáculo identificou a imagem com a denúncia platônica do engodo das aparências e da passividade do espectador, e que as imagens vivem em uma atmosfera de julgamento. Porém, para o autor, o sistema de informação não funciona pelo excesso de imagens, mas pelo modo como seleciona seres que falam, fazendo do verbal o privilégio de poucos e do visual o território permitido às multidões. O autor considera que nem toda imagem seria alienante e sugere que as palavras também são formas de redistribuição dos elementos da representação. A imagem não é uma exclusividade do visível, há um visível que não produz imagem e imagens que estão todas em palavras. Segundo Ranciére (2016), as imagens são relações entre uma visibilidade e uma potência de significação e de afeto que lhes é associada e as preenchem; e as maneiras como nos afetam nem sempre são evidentes ou previsíveis. Afinal, tanto as imagens quanto as palavras usadas para asseverar a verdade também podem ser usadas para enganar (SANTAELLA; NÖTH, 2008). Cabe ao analista decifrar um regime particular de articulação entre o visível e o dizível e a análise do texto audiovisual não deve prescindir da leitura crítica da visualidade como recurso de construção de sentido. Afinal, os textos audiovisuais não são apenas meios de reprodução de valores e estéticas dominantes; são também práticas socioculturais constituídas por sistemas mais ou menos inventivos de representações e combinações entre som e imagem que não têm um sentido fixo (AUTOR, 2016). Entretanto, se a partir do mito platônico das caver­nas e durante séculos a imagem foi identificada como aparência e compreendida como um instrumento de manipulação, de persuasão religiosa ou política, estas assunções e premissas ainda influenciam pesquisas em comunicação, privilegiando a interpretação dos arranjos verbais no estudo das significações do texto audiovisual, como identificado no mapeamento das metodologias utilizadas nos estudos de telejornalismo de 2015 a 2017 em 11 bancos de dados.

**Mapeamento de metodologias aplicadas em estudos de telejornalismo**

Inspirando-se no percurso metodológico proposto por Autor (2015), foram coletados no mês de junho de 2018 os resumos publicados entre 2015 e 2017 de todas as Dissertações e Teses de Doutorado sobre telejornalismo catalogadas pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, a CAPES (<<http://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#!/>>), dos artigos publicados nas sete revistas científicas brasileiras A2 da área de avaliação Comunicação e Informação, identificadas no Qualis Periódico disponível na plataforma Sucupira[[6]](#footnote-6), e de todos os trabalhos apresentados nos congressos[[7]](#footnote-7) da Associação Nacional dos Programas de Comunicação (Compós), da Associação Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom)[[8]](#footnote-8). Posteriormente, foi realizada a leitura dos resumos e a interpretação dos resultados.

**Tabela 1 -** Síntese do mapeamento de metodologias aplicadas em estudos de telejornalismo (2015-2017)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| M**apeamento dos trabalhos sobre Telejornalismo 2015-2017** | **Número de Trabalhos** | **Metodologias aplicadas** |
| **CAPES**  Foi utilizada na busca a palavra-chave “telejornalismo”, e os filtros da grande área de conhecimento (Ciências Sociais Aplicadas) e da área de conhecimento (Comunicação). Os trabalhos produzidos em 2017 não estavam disponíveis no período da coleta. | Foram produzidos 57 trabalhos sobre telejornalismo em 2015 e em 2016, 47 dissertações de mestrado e 10 Teses de doutorado. Mas a amostra deste mapeamento foi formada por 44 Dissertações e 8 Teses, uma vez que três trabalhos de Mestrado e um de Doutorado não estavam relacionados a pesquisas sobre esta temática e o link de uma Tese levava a outra investigação. | Nem todas as pesquisas explicitam o percurso metodológico adotado nos resumos dos trabalhos. As metodologias referidas e utilizadas foram muito variadas e somaram um conjunto de 17 métodos diferentes de análise nas dissertações. A metodologia mais utilizada em cinco desses trabalhos foi a Análise de Conteúdo. Nas teses de doutorado a Análise do Discurso foi a metodologia mais aplicada, mas somente em duas investigações. No período estudado observou-se també variabilidade de métodos de análise empregados nessas investigações. Uma única pesquisa se debruçou sobre à concepção de um modelo de análise do telejornal baseada na semiótica discursiva. |
| Revistas Científicas A2  Os artigos foram identificados por meio de uma análise dos Sumários de cada uma das edições estudadas. | Entre 2015 e 2017 foram publicados 739 artigos científicos nestas revistas, mas apenas oito trabalhos sobre telejornalismo. O percurso metodológico é indicado com clareza em quatro dos oito trabalhos. | Apenas três artigos focalizaram a análise do texto audiovisual e somente dois textos se dedicaram à formulação ou a metodologias de análise das narrativas jornalísticas audiovisuais. |
| Compós  Os textos foram encontrados nos Anais do site da Compós, organizados nos diferentes Grupos de Trabalho existentes. | Em 2015, 2016 e 2017, foi registrada a produção de 60 trabalhos acadêmicos nos GTs Estudo de Jornalismo e Estudos de Televisão da Compós. | Seis trabalhos apresentados em ambos os GTs refletiram sobre o telejornalismo. Dois textos propuseram esquemas analíticos do jornalismo televisivo, amparados na Semiótica e na Análise do Discurso e o outro em pesquisa bibliográfica e entrevistas. As metodologias utilizadas nos demais artigos foram observação etnográfica, Análise Textual e estudo de enquadramento. |
| SBPJor  Os artigos foram identificados nos Anais dos Encontros de 2015 e 2016 no portal da SBPJor com a palavra-chave “telejornalismo”. Os Anais de 2017 não estavam disponíveis quando a coleta foi realizada. | Nos Encontros Nacionais dos dois anos verificou-se a produção de 38 trabalhos acadêmicos sobre telejornalismo. | Dos 38 trabalhos apresentados, 20 corresponderam a reflexões críticas ou não explicitaram o percurso metodológico. Entre os 18 trabalhos que fizeram referência às metodologias adotadas, as mais citadas foram a Análise de Conteúdo e a Análise do Discurso. Dois trabalhos estabeleceram diálogos com referenciais teórico-metodológicos de estudos de telejornalismo e três artigos esboçaram uma metodologia para a análise de telejornais. Os métodos explicitados nos demais textos remeteram a relações interdisciplinares entre a Comunicação, o Jornalismo e outros saberes. |
| Intercom  47 publicações foram identificadas nos Anais da Intercom, filtradas por meio da palavra-chave “telejornalismo” em 2015. Diante da ausência da ferramenta de busca, os artigos foram encontrados nos Grupos de Telejornalismo e de Televisão e Televisualidade em 2016 e em2017. | Entre 2015 e 2017, foi registrada a produção de 121 trabalhos acadêmicos sobre telejornalismo na Intercom. Não foi possível ter acesso ao resumo de um dos trabalhos e a amostra foi constituída, portanto, por 120 trabalhos. | As metodologias não foram citadas em 55 resumos e 51 indicaram diálogos com outros campos de conhecimento. A Análise de Conteúdo foi a mais citada em 14 resumos. A revisão bibliográfica foi referida em seis trabalhos, seguida da realização de entrevistas. Em quatro trabalhos foi adotada a Análise de Discurso e em outros quatro a Análise de Enquadramento. Identificou-se um conjunto de 14 artigos com percursos metodológicos ou esboços de modelos analíticos amparados em estudos de telejornalismo. A maioria dessas análises foi construída com aportes teóricos de campos distintos, com predominância da Análise de Conteúdo. Entretanto, há um referencial teórico que se fortalece nessas pesquisas e se desdobra em ferramentas metodológicas que se propõem a auxiliar as investigações sobre os telejornais. |

**Fonte**: Autoria própria (2018)

Este mapeamento evidencia um processo de consolidação dos estudos de telejornalismo (EMERIN; COUTINHO; FINGER, 2018), porém, demonstra que as metodologias empregadas nas investigações não são comumente indicadas nos trabalhos publicados em revistas científicas e apresentados em congressos nacionais e que a elaboração de métodos para análise dos telejornais tampouco é privilegiada como objeto de estudo. Os percursos metodológicos referidos para o desenvolvimento das pesquisas em telejornalismo são muito variados, estabelecendo interlocuções com outros campos de saber. A Análise de Conteúdo é a dimensão teórico-metodológica mais citada neste estudo, ratificando resultados de pesquisa anterior (AUTOR, 2015). Entretanto, ainda que não se manifeste um empenho significativo no estabelecimento de diálogos com metodologias já desenvolvidas nos estudos de telejornalismo, observa-se a emergência de trabalhos que buscam explorar modelos analíticos que reconhecem a necessidade de observação da imagem e da visualidade como elementos relevantes de produção de sentidos dos telejornais. A intenção de transcender a tradicional dimensão verbal no estudo da organização narrativa do texto televisivo jornalístico, já era anunciada em um dos pioneiros estudos de telejornalismo originário da metodologia da Análise Televisual. Contudo, a maioria das propostas metodológicas dos estudos de telejornalismo ainda privilegiam o conteúdo em detrimento da forma e identifica-se uma carência de olhares sobre as combinações de imagens e palavras produtoras de sentidos constituídas na escrita e na leitura, bem como sobre o sistema comunicativo onde o texto está inscrito, as práticas produtivas e as interações das audiências. Assim, revela-se a necessidade de estudar os sentidos das imagens associadas aos demais códigos audiovisuais e utilizar métodos capazes de abordar de maneira mais abrangente os processos comunicativos nas análises dos telejornais e de programas televisivos. Afinal, o texto não é simplesmente um produto, resulta de práticas discursivas historicamente situadas em contextos culturais específicos, ganha sentidos no trabalho interpretativo e estes não se manifestam, necessariamente, “na circulação da informação, mas no compartilhamento de sensações, sentimentos, afetos e/ou mesmo na própria condição de estarmos juntos” (LEAL, 2018, p. 27). Buscando agregar à compreensão dos sentidos dos textos as lógicas das mídias e as práticas comunicativas no ambiente convergente que também influenciam as suas significações, a Análise Televisual Convergente (ATC) se constitui como um procedimento metodológico possível para a leitura dos telejornais e de programas televisivos, articulada a quatro instâncias: as singularidades da ambiência e/ou dos dispositivos, as características das organizações e práticas produtivas, a circulação de um programa no ambiente convergente e as interações das audiências.

**Análise Televisual Convergente: um esquema analítico flexível para o estudo dos telejornais e de programas televisivos**

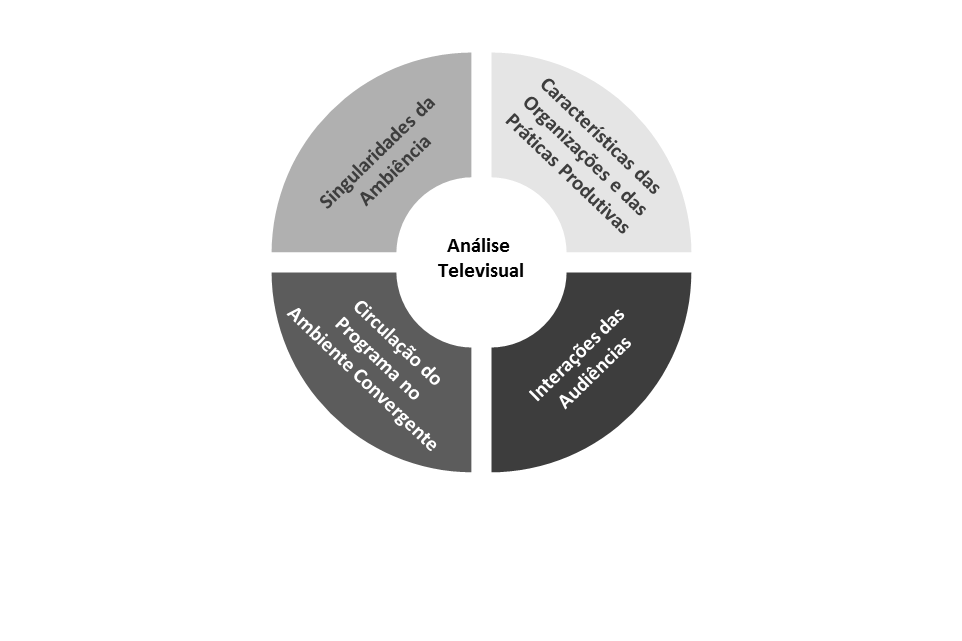
Nos estudos de televisão, o conceito de audiência ativa responde a inquietações referentes aos seus agenciamentos na decodificação dos textos e nas suas formas de intepretação. Entretanto, as audiências são distintas e suas relações com as mídias se manifestam de diferentes maneiras. Hills (2018) sugere que o termo “audiências difusas”, cunhado por Nicholas Abercrombie e Brian Longhurst, relacionado tanto à transmissão *broadcast* quanto à cultura *on demand*, seria o mais adequado para nomear as maneiras como as pessoas agem assistindo à TV ou utilizando mídias móveis para consumir e compartilhar conteúdos e formatos audiovisuais, bem como em outros momentos do cotidiano social, deslocando o foco na estrutura e no poder da mídia. Fausto Neto (2017), por sua vez, ressalta que na sociedade em midiatização, caracterizada pela centralidade das práticas midiáticas, as interações das audiências são mediadas por estratégias de contato que as induzem a se instalar em ambiências midiáticas, seguindo “operações pelas quais se destacam como coenunciadores de um trabalho tecno-simbólico que já não estaria apenas sob controle unilateral dos nichos institucionais de produção de mensagens” (FAUSTO NETO, 2017, p. 263). As regras dominantes dos jogos interacionais continuam a ser definidas pelos sistemas institucionais de produção e as audiências são projetadas em uma determinada cena na ambiência midiática, por meio de práticas discursivas. Porém, as atividades destes atores sociais oscilam entre atitudes contemplativas ou de apropriação e a produção não tem controle absoluto sobre o *script* de suas performances, o que também indica a necessidade de focalizar as dinâmicas da recepção na contemporaneidade[[9]](#footnote-9). As novas possibilidades de acesso e manejo das tecnologias de comunicação, entretanto, tornam a observação dos agenciamentos das audiências cada vez mais complexa e, segundo Braga (2017), um dos maiores desafios dos pesquisadores é apreender a circulação do produto após a recepção, uma vez que novos produtos são derivados dos primeiros (*Idem*). Para o pesquisador, o círculo do produto é mais amplo que a relação que se estabelece da emissão à recepção e as conexões entre diferentes dispositivos interacionais (e não apenas midiáticos) se caracterizam como um *circuito*, que direciona o fluxo comunicacional em determinados contextos. Assim, como os receptores são ativos, “a circulação passa a ser vista como o espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação” (BRAGA, 2017 p. 50) e podem emergir vozes que se posicionam de maneira crítica à mídia. Nesse fluxo, segundo o autor, o produto ocupa um lugar especial por sua materialidade e consequente facilidade de captura para observação e inferências (*Idem*), moldando e sendo moldado pelos ambientes em que se põe a circular, sob tensionamentos de outros campos sociais e práticas socioculturais. Partindo da análise do produto televisual, sugere-se então, como propõe Braga (2017), questionar como o telejornal e os programas televisivos de gêneros distintos ocupam um lugar e atuam nesse circuito, uma vez que até mesmo os processos de transmidiação emergem de relações entre um texto de referência e um conjunto de outros textos que em torno dele se organizam a partir de estratégias da produção, ainda que a cultura participativa possa fazer emergir uma variedade de conteúdos que escapam às instruções dos produtores (FECHINE, 2018). O texto de referência também se constitui como ponto de partida para os estudos sobre o estilo televisivo, que oferecem possibilidades de entender o programa isoladamente, tecer especulações sobre a cultua na qual ele está inserido e examinar as atividades e as ferramentas dos realizadores (ROCHA, 2016).

Contudo, nos estudos dos modos de produção televisivos, a ênfase das pesquisas sobre circulação recai não apenas no produto, mas sobretudo na distribuição e disseminação de conteúdos audiovisuais para entender as atuais transformações da experiência de consumo de imagens em movimento decorrentes da portabilidade e da variabilidade de formas de acesso a esses diferentes produtos e os valores que lhes são atribuídos pelas culturas profissionais, uma vez que a indústria televisiva e suas produções carregam traços de determinadas organizações e de suas práticas produtivas. Assim, esses estudos combinam análises de práticas culturais com uma abordagem política e econômica das mídias. (MENOTTI; CRISP, 2015; MAYER; BANKS; CALDWELL, 2009). Sob essas perspectivas, é possível inferir que a análise do texto audiovisual sintonizada nas interações das audiências, nas formas de circulação dos conteúdos audiovisuais, nas características da ambiência e nos modos como suas significações também são conformadas nas organizações e práticas produtivas, permite apreender de maneiras mais amplas os atuais processos comunicativos. O esquema analítico da Análise Televisual Convergente auxilia a observação dos regimes de visibilidade do texto e das lógicas de produção, circulação e consumo em um contexto histórico e cultural específico. O gráfico 1, apresentado na próxima seção, oferece uma visualização dessa proposição metodológica, considerando-se a Análise Televisual anteriormente sistematizada (AUTOR, 2012; 2016b) como parte desse procedimento.

**Considerações Finais**

Como uma ferramenta flexível para a análise de telejornais e de programas televisivos a escolha da aplicação da ATC implica observar: 1. Singularidades da ambiência, destacando determinantes tecnológicos e econômicos que a atravessam e experiências de fazer ver e poder agir específicas, e/ou do dispositivo onde um determinado texto está localizado ou ainda os aspectos de um meio que intervêm na forma textual e viabilizam ações interativas; 2. Características das organizações e de suas práticas produtivas, buscando evidenciar as formas de comercialização e os modelos de negócio de uma emissora de TV, de um canal ou de uma plataforma, e a atuação e os desafios de profissionais e/ou colaboradores; 3. Os modos como os textos em áudio e vídeo são estruturados, inseridos ou não em uma grade de programação e produzem sentidos e representações, visibilidades e invisibilidades; 4. As maneiras como um programa ou um conjunto de conteúdos e formatos audiovisuais circulam no ambiente convergente e estabelecem relações com outros produtos televisuais similares; e 5. As interações das audiências, os modos como atribuem significações às narrativas de gêneros televisivos distintos e se sentem motivadas para a estabelecer os seus agenciamentos.

Gráfico 1- **Análise Televisual Convergente (ATC)**



Fonte: Autoria própria (2018)

Este esquema analítico busca evidenciar que, ao se tomar os telejornais e os programas televisivos como objetos de estudo, precisa-se reconhecer que estes estão atravessados por diferentes instâncias que complexificam as suas análises, ainda que nem sempre seja possível incorporar todas estas dimensões propostas. A Análise Televisual Convergente é um instrumento para análises críticas e criativas nas pesquisas em comunicação e em processos formais e informais de aprendizagem dos telejornais e de outros textos audiovisuais televisivos, de suas formas de circulação e das atuações dos sujeitos que produzem, fazem circular e consomem conteúdos e formatos em áudio e vídeo. Sem a pretensão de se sobrepor ou esgotar a diversidade de abordagens dos estudos de televisão e de telejornalismo e aberta ao diálogo com outros procedimentos teórico-metodológicas, a ATC busca projetar de maneira sintética um percurso analítico possível que pretende contribuir para outras formas de ver e agir na mídia e no mundo, e colaborar para as suas transformações.

**Referências Bibliográficas**

AlZAMORA G.; ZILLER, J.; D`ANDRÉA, C. Mídia e dispositivos: uma aproximação à luz de Michel Foucault. In: LEAL, Bruno; CARVALHO, Carlos Alberto; ALZAMORA, Geane (Org.). **Textualidades Midiáticas**. Belo Horizonte: PPGCom UFMG, 2018.

AUTOR. Tendências e desafios da produção noticiosa audiovisual: Contribuições do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação (MJAE) – PPGCOM -UFRJ. In: Emerin, Cárlida; Coutinho, Iluska; FREITAS, Cristiane (Org.). **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Editora Insular, 2018. v. 7, p. 145-172.

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. **Televisão e Telejornalismo**: Transições. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Mapeamento das pesquisas em Telejornalismo no Brasil: um estudo da produção acadêmico-científica de 2010 a 2014. **Revista FAMECOS**: mídia, cultura e tecnologia, v. 22, n. 4, 2015. PPGCS-PUC-RS, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20534>>.

Acesso em: 23 out. 2018.

\_\_\_\_\_\_\_\_. Mídia e Jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. **Matrizes,** **Revista do PPG em Ciências da Comunicação da USP**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 231-250, 2012. Doi: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p231-250>>.

BELTRÁN, M. Representation. In: Kackman, M.; KEARNEY, M. C. (Org.). **The Craft of Criticism**. Critical Media Studies in Practice. New York: Routledge, 2018. p. 97-108.

BRAGA, J. L. Circuitos da Comunicação. In: BRAGA, José Luiz; calazans, Regina (Org.). **Matrizes Interacionais**. A Comunicação Constrói a Sociedade. Campina Grande: Eduepb (Editora da Universidade Federal da Paraíba), 2017. p. 43-64.

DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2017.

EMERIN, C.; COUTINHO, I.; FINGER, C. **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Editora Insular, 2018.

FAUSTO NETO, A. Indo Além do “Leitor-Modelo”. In: FIGARO, Roseli; BRIGNOL, Liliane Dutra (Org.). **Trabalho do Pesquisador**. Os Desafios à Empiria em Estudos de Recepção. Curitiba: Appris Editora, 2017. p. 257-279.

FECHINE, Y. Transmidiação como modelo de produção: uma abordagem a partir de estudos de televisão e linguagem. In: MASSAROLO, J.; SANTAELLA, L.; NESTERIUK, S. (Org.). **Desafios da Transmídia**: Processos e Poéticas. São Paulo: Estação das Letras e Cores: 2018. p. 42-63.

GUIMARÃES, C. O Novo Regime do Visível e As Imagens Digitais. In: VAZ, Paulo B.; CASA NOVA, Vera (Org.). **Estação Imagem**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2002.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio; Apicuri, 2016.

HILLS, M. Audiences. In: Kackman, M.; KEARNEY, M. C. (Org.). **The Craft of Criticism**. Critical Media Studies in Practice. New York: Routledge, 2018. p. 183- 194.

LEAL, B. Do texto à textualidade na comunicação: contornos de uma linha de investigação. In: LEAL, Bruno; CARVALHO, Carlos Alberto; ALZAMORA, Geane (Org.). **Textualidades Midiáticas**. Belo Horizonte: PPGCom UFMG, 2018. p. 17-34.

MACHADO, A. **A televisão levada à sério**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

MARINHO, S. MARIÑO, M. V. Uma Paisagem da Epistemologia e Metodologia em Comunicação. **Comunicação e Sociedade**, v. 33, p. 7-14, 2018.

MARTINO, L. M. S. **Métodos de Pesquisa em Comunicação**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2018.

MAYER, V.; BANKS, M. J.; CALDWELL, J. T. (Org.). **Production Studies**: Cultural Studies of Media Insdustries. Nova Iorque: Routledge, 2009.

MENOTTI, G.; CRISP, Virginia. **Besides the Screen**: moving images through distribution, promotion and curation. Londres; Nova Iorque: Palgrave Macmillan, 2015.

MINAYO, M. C. S. **O Desafio do Conhecimento**. São Paulo: HUCITEC, 2014.

MITCHELL, W. J. T. O que as imagens realmente querem? In: ALLOA, Emmanuel (Org.). **Pensar a Imagem** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

MITTELL, J. **Genre and Television**. From cop shows to cartoons in American Culture. Nova Iorque; Londres: Routledge, 2004.

RANCIÈRE, J. **O destino das imagens**. Rio de Janeiro: Contraponto Editora, Ltda., 2016.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. **O Espectador Emancipado**. São Paulo: Martins Fontes, 2017.

ROCHA, S. M. Análise do estilo: um percurso metodológico. In: ROCHA, Simone Maria (Org.). **Estilo Televisivo** e a sua pertinência para a TV como prática cultural. Florianópolis: Editora Insular, 2016.

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. **Imagem**: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 2008.

Sodré, M. **A Ciência do Comum**. Notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014.

Williams, R. **Televisão, tecnologia e forma cultural.** São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: PUCMinas, 2016.

1. Os gêneros televisivos aqui não são compreendidos como etiquetas de produtos acabados ou vistos apenas sob as convenções dos textos, mas como categorias culturais que organizam as práticas televisivas e como estratégias de comunicação com o espectador em contextos específico (MITTEL, 2004). [↑](#footnote-ref-1)
2. Disponível em: <<http://midiadados.org.br/2018/Midia%20Dados%202018%20%28Interativo%29.pdf>>; <<http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>>; <<https://www.kantaribopemedia.com/dados-de-audiencia-nas-15-pracas-regulares-com-base-no-ranking-consolidado-0406-a-1006/>>. Acesso em: 20 out. 2018. Os anunciantes desembolsaram, em 2018, R$ 816.900,00 para veicular um anúncio de trinta segundos no intervalo do *Jornal Nacional*. Cf. Lista de preços de inserções comerciais disponibilizada pelas agências de publicidade com valores referentes ao período de 1º de abril a 30 de setembro de 2018, da Rede Globo. [↑](#footnote-ref-2)
3. Este percurso metodológico é formado por três etapas: a descrição (e/ou contextualização) do objeto de estudo, a análise televisual propriamente dita, formada por um estudo quantitativo e qualitativo, e a interpretação dos resultados. Seis categorias (Estrutura Narrativa, Temática, Enunciadores, Visualidade, Som e Edição) e três princípios de enunciação (Fragmentação, Dramatização e Definição de Identidades e Valores) são aplicados na segunda etapa da análise televisual (AUTOR, 2012, 2016). [↑](#footnote-ref-3)
4. Os dispositivos são aqui entendidos, como propõe Alzamora, Ziller e d´Andréa (2018), não apenas como uma tecnologia ou equipamento, mas como um regime ou quadro organizador inscrito em jogos de poder que também o condicionam e que funcionam como um *lócus* ou ambiência que gera relações e adapta-se às tentativas interacionais que abriga. [↑](#footnote-ref-4)
5. A representação é mais do que uma descrição, é uma das práticas centrais que produz a cultura, parte do processo pelo qual os significados, mapas conceituais, códigos ou sistemas de linguagem são produzidos, compartilhados e estruturam o olhar. Porém, os sentidos são abertos à história e à mudança, uma vez que dependem da intepretação. A estabilização de um sentido por convenções sociais não é absoluta e um regime de representação pode ser transformado (HALL, 2011). “As Representações Sociais [...] constituem a naturalização de modos de fazer, pensar e sentir habituais que se reproduzem e se modificam a partir de estruturas e das relações coletivas e de grupos” (MINAYO, 2014, p. 237) e tanto o “senso comum” quanto o “bom senso” podem revelar a natureza contraditória da organização em que os atores estão inseridos. [↑](#footnote-ref-5)
6. As revistas observadas foram: Matrizes, USP (<<https://www.revistas.usp.br/matrizes/>>); Galáxia, PUC/SP (<<https://revistas.pucsp.br/galaxia>>); Famecos, PUC/RS (<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/index>>); E-Compós, Compós (<<http://www.e-compos.org.br/e-compos>>); Revista Intercom, Intercom (<<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom>>); Comunicação, Mídia e Consumo, ESPM/SP (<<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc>>); e Em Questão, UFRGS (<<http://www.ufrgs.br/periodicos/periodicos-1/em-questao>>). Acesso em: 15 jun. 2018. [↑](#footnote-ref-6)
7. Disponível em: **<**<http://www.compos.org.br/anais.php>>; <<http://sbpjor.org.br/sbpjor/>>; **<**<http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/apresentacao5>>. Acesso em: 15 jun. 2018. [↑](#footnote-ref-7)
8. Agradeço à colaboração do ex-bolsista PIBIC, João Paulo Saconi Michael, formado em jornalismo pela Escola de Comunicação da Universidade xxx, pelo levantamento dos dados quantitativos desse mapeamento. [↑](#footnote-ref-8)
9. Nos estudos de televisão as atividades interativas das audiências no ambiente convergente são abordadas em pesquisas sobre *Social TV*, que torna a experiência pessoal de assistir TV uma atividade de grupo social e até mesmo global. Nessas investigações são observados os modos como os fãs remixam conteúdos e atuam como curadores nas redes sociais, sem deixar de considerar as estratégias comerciais e discursivas das indústrias televisivas que estimulam o envolvimento e o engajamento das audiências em diferentes plataformas, por meio de compartilhamentos de conteúdos gerados pelas emissoras e/ou aplicativos (BORGES *et al.,* 2017; FECHINE *et al.,* 2017 *apud* AUTOR, 2018). [↑](#footnote-ref-9)