

# SOBRE PREPARAÇÃO CULTURAL, ATENÇÃO E DISTRAÇÃO NOS MODOS DE ASSISTIR TV: UMA ANÁLISE DO CASO DA EXPERIÊNCIA DE MÚLTIPLAS TELAS

*On cultural preparation, attention and  
distraction regarding the ways of  
watching TV: An analysis of the multiple  
screens experience's case*

Carlos Eduardo Marquioni

## RESUMO

No artigo é abordada a existência do que se pode considerar como uma preparação cultural prévia, associada ao modo como o público assiste TV. São analisadas como instâncias dessa preparação tanto a atenção orientada ao televisor nas primeiras transmissões quanto a distração da audiência resultante do uso concomitante de vários dispositivos tecnológicos enquanto assistindo TV na contemporaneidade (constituindo uma *experiência de múltiplas telas*). Destaca-se ainda a necessidade de definição de um operador conceitual que considere a preparação cultural e a experiência de uso como chave para minimizar o risco de determinismo tecnológico nas análises e reflexões em relação à televisão.

**Palavras-chave:** Televisão. Experiência televisual. Múltiplas telas. Distração.

---

Docente do programa de Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, doutor em Comunicação e Linguagens, **coordenador (2018-2019)** do GP Estudos de Televisão e Televisualidades da Intercom, coordenador do grupo de pesquisa Tecnologias: Experiência, Cultura e Afetos (TECA) da UTP e membro do Grupo de Estudos Culturais (GECu) da Unesp/Franca.  
E-mail: [cemarquioni@uol.com.br](mailto:cemarquioni@uol.com.br)

Revisão da ABNT e do texto: Caroline Cavalcanti de Oliveira

Submetido em: 11.11.2017

Aceito em: 21.05.2018

## ABSTRACT

In this paper it is addressed the existence of what can be considered as a previous cultural preparation regarding the ways the public watches TV. Both the attention oriented to TV set in the first TV airings and the audience's distraction related to the concomitant usage of various technological devices in the contemporaneity (in a *multiple screens experience*) are analyzed as instances of such preparation. The definition of a conceptual operator that considers both the cultural preparation and the usage experience is presented as a key aspect to minimize the risk of technological determinism in analyzes and reflections related to television.

**Keywords:** Television. Televisual experience. Multiple screens. Distraction.

## Introdução

O aspecto oral das transmissões de TV costuma ser apontado como um elemento que contribui com a *sensação* para o telespectador de um acesso não mediado ao conteúdo televisual (argumenta-se que assistir TV seria análogo a participar de uma conversa entre amigos). A referida *sensação* pode ser utilizada para compreender o uso da expressão *aldeia global* (MCLUHAN, 2005, p. 112), para referenciar a *ambiência* criada a partir do acesso aos meios eletrônicos. Ao sugerir que com as tecnologias eletrônicas, seria constituída uma “rede global” (2005, p. 390), Marshall McLuhan estabeleceu (na década de 1960) uma relação com as análises de adaptações culturais, que teriam sido observadas durante a transição entre os estados oral e letrado na Grécia clássica (HAVELOCK, 1996), no século V a.C. Mais especificamente, as transmissões através das tecnologias eletrônicas habilitariam uma comparação com as seções conduzidas de poesia épica pelas musas gregas antes da (e nos primeiros séculos após a) invenção da escrita. Apesar da distância temporal envolvendo os períodos destes exemplos, entende-se aqui que, analogamente ao caráter inclusivo e que contribuía com a manutenção das tradições, a partir do recitar de poemas em seções públicas na sociedade grega (fazendo uso apenas da voz),<sup>1</sup> também o caráter oral da

<sup>1</sup> Para ilustrar a relevância dos poemas épicos na manutenção da tradição, podem ser citados trechos da obra de Aristóteles. N’A *Política*, por exemplo, o filósofo referencia a *Ilíada* para desenvolver algumas de suas ideias, como pode ser observado em trechos como: “Há disto uma prova em Homero: Agamenon suportava as injúrias nas assembleias gerais” (ARISTÓTELES, 2009, p. 108) ou, ainda, “Quando Homero diz que a dominação de muitos é um mal, não se sabe se ele entende por isso a dominação de todo um povo, como nós o fazemos aqui”. (p. 130). Ora, a referência à *Ilíada* permite inferir que, mesmo após o início do uso da tecnologia da escrita, o caráter oral das sessões de poesia épica permanecia relevante na sociedade grega. De fato, como afirma Eric Havelock, a “musa nunca se tornou a amante abandonada na Grécia. Apreendeu a escrever e a ler enquanto ainda continuava a cantar”. (HAVELOCK, 1996, p. 35).

televisão seria chave para materializar uma *inclusão tecnologizada*. Destaca-se ainda que, na perspectiva de McLuhan, com as tecnologias eletrônicas, a *tribo resultante* do uso dessas tecnologias teria alcance planetário (a *global village* não ficaria restrita aos limites físicos do ambiente no qual ocorre a seção oral), ampliando o caráter inclusivo e a divulgação cultural.

Contudo, apesar de a oralidade veiculada pelos meios de comunicação, baseados nas tecnologias eletrônicas, ter efetivo potencial inclusivo (particularmente quando comparada à escrita, uma vez que, no caso desta tecnologia, além do idioma utilizado é necessário conhecimento também do código de leitura/escrita para uso), defende-se aqui que as tecnologias eletrônicas não seriam tão *transparentes* como parece sugerir a proposta da *aldeia global*. De fato, é possível inferir que, para que a sensação de acesso não mediado ocorra, é necessária uma *preparação prévia* de ordem cultural da audiência para a geração de semioses *apropriadas*, em relação ao dispositivo. Essa preparação cultural parece ter tamanha relevância que, tanto a *atenção* dedicada ao dispositivo para a geração de sentido quanto a *distração* eventual, em relação ao aparato, podem ser consideradas objeto de preparo prévio.

Para justificar o destaque *cultural* da preparação prévia, deve-se observar que cultura é considerada aqui como associada a (e constituindo) *significados compartilhados* que, atribuídos “na vida, são feitos e refeitos”. (WILLIAMS, 1989, p. 8). Também há que se observar que apesar do estranhamento que pode ser provocado ao se afirmar a necessidade de que tal preparação ocorra *previamente* (e o leitor deste artigo pode eventualmente não conseguir recuperar em suas memórias pessoais quando ou de que modo ela ocorrera em seu caso particular), deve ser notado que a preparação está associada a *convenções* (WILLIAMS, 1971, p. 13),<sup>2</sup> que contribuem para a constituição da *experiência televisual* (assim como variações dessa experiência).<sup>3</sup>

Complementarmente à experiência, em função da multiplicidade de tipos de programa definidos e veiculados ao longo das décadas de produção televisual, entende-se que teria ocorrido, no caso da TV, ainda um segundo

<sup>2</sup> Uma “convenção abrange tanto o *consentimento tácito* quanto os *padrões aceitos*” (WILLIAMS, 1971, p. 13; grifos do autor): o caráter tácito tende a dificultar a percepção ou lembrança do preparo cultural prévio.

<sup>3</sup> Neste artigo considera-se que a experiência televisual, ou experiência de TV, constitui o fator de reconhecimento (em caráter cultural) da televisão *enquanto* televisão. Para tal reconhecimento, a experiência é associada ao “*ethos televisual* [...] [:] o ato de assistir TV, culturalmente estabelecido, definiria a experiência enquanto hábito da audiência, que possibilitaria ao público inclusive entender e reconhecer o meio” (MARQUIONI, 2016a, p. 9) para além do aparato, do *hardware*, da plataforma – do aparelho de TV propriamente dito. Na perspectiva adotada, a experiência de TV é resultado de dois elementos fundamentais do sistema televisual (MARQUIONI, 2016a, p. 80-85): o (i) “fluxo” planejado. (WILLIAMS, 2005, p. 89-90) e o (ii) efeito de “ao vivo”.

nível de *preparação*, que o autor deste artigo tem referenciado como *contrato de leitura*. Considera-se que este contrato é estabelecido (MARQUIONI, 2016a) a partir da “forma cultural” (WILLIAMS, 2005, p. 39-76)<sup>4</sup> e do gênero (BAKHTIN, 1997, p. 301) do programa de TV – por exemplo, *notícias e telejornal*, respectivamente. Por entender que, ao assistir formas culturais e gêneros distintos são acionados elementos de geração de sentido também distintos, o autor deste artigo tem analisado o que considera alternativas para decifrar *como* assistir o conteúdo veiculado – afinal, acompanhar um telejornal é diferente de assistir uma telenovela (os *códigos* a acionar são distintos para minimizar o risco de o telespectador confundir, por exemplo, ficção com conteúdo factual).<sup>5</sup>

Apesar da complexidade dessa espécie de decifração de sentidos *em camadas* (no sentido que parece inicialmente ocorrer a percepção da experiência para, em seguida, ser definido o contrato de leitura), potencialmente em função de a televisão ser, simultaneamente, uma tecnologia e uma forma cultural (WILLIAMS, 2005) – e a cultura estar em contínua redefinição –, têm ocorrido reconfigurações no modo de assistir TV. Uma dessas reconfigurações (abordada neste artigo) tem promovido atualizações na experiência de TV com o uso de dispositivos conectados à internet *enquanto* o telespectador assiste aos conteúdos veiculados. As expressões *segunda tela* e *TV social* foram adotadas para nomear as ações executadas<sup>6</sup> quando o uso de próteses tecnológicas adicionais materializa uma “atividade do telespectador que é relacionada com um programa de televisão” (BLAKE, 2017, p. 3) ao qual ele assiste.<sup>7</sup>

<sup>4</sup> Entende-se “forma cultural” como um elemento-chave do contrato de leitura desde as primeiras emissões televisuais, quando “formas culturais”, que existiam antes da televisão (no jornal, rádio, cinema, reuniões públicas etc.) contribuíram com a geração de sentido relativo ao conteúdo veiculado na TV. (WILLIAMS, 2005, p. 39).

<sup>5</sup> Sabe-se que, ocasionalmente, pode ocorrer, por parte de alguns telespectadores, uma confusão entre os conteúdos factual e ficcional em algumas emissões de TV: no caso do Brasil, tal confusão costuma se dar especialmente nas telenovelas; nos Estados Unidos, há relatos de confusão em relação a séries de TV. (MURRAY, 2003, p. 244). Mas é possível mencionar que nos “séculos XVII e XVIII [já] era comum brincar com as fronteiras da ilusão apresentando um romance como uma reunião de cartas verídicas. Os leitores daquele tempo [também] eram constantemente confundidos”. (MURRAY, 2003, p. 107). Defende-se então que, enquanto a confusão (no caso da TV) pode ser justificada em parte devido às “marcas de enunciação do cotidiano” (SODRÉ, 1991, p. 224) transmitidas, outra potencial motivação associada a esta espécie de *leitura* inapropriada envolve uma preparação prévia limitada para a decifração de sentido em relação à “forma cultural” e ao gênero veiculado.

<sup>6</sup> Para compreender as variações no uso dos termos, consulte Marquioni (2016b).

<sup>7</sup> “O conceito de ‘segunda tela’ é a estória de um casamento de conveniência entre duas plataformas de mídia ubíquas: televisão e dispositivos móveis. [...] [A] televisão e [os dispositivos] móveis foram vistos como rivais [que disputavam a] atenção dos telespectadores. Contudo, com o domínio da televisão interativa e social, essas duas formas de mídia dominantes estabeleceram uma parceria. [...] Trata-se do ato de envolver conteúdos de mídia relacionados em duas telas concorrentemente. Normalmente, isso se refere a um aparelho de TV convencional, com uma plataforma móvel como um *smartphone* ou *tablet*.” (BLAKE, 2017, p. 1). O dispositivo tecnológico adicional é utilizado pelo telespectador “como uma extensão de seu aparelho televisor” (PROULX; SHEPATIN, 2012, p. 84), que *expande* a experiência que ele teria com o uso de uma única tela.

Uma vez que tal cenário de reconfiguração está relacionado diretamente à experiência de TV, o autor deste trabalho adotara anteriormente a expressão *experiência de segunda tela* para referenciá-lo.<sup>8</sup> Contudo, o fato de que alguns pesquisadores passaram a referenciar o fenômeno utilizando as expressões *terceira tela* ou ainda *quarta tela* (ALVAREZ-MONZONCILLO, 2011, p. 44) motivou o autor deste artigo a empregar a expressão *experiência de múltiplas telas* para nomear o modo de ver televisão em questão, procurando abarcar tantas quantas forem as telas utilizadas durante a experiência.

Considerando então (i) a hipótese de que o modo como o público assiste TV e compreende o conteúdo veiculado está relacionado com uma preparação cultural prévia e que (ii) o uso de tecnologias constitui um fator-chave para adaptações culturais, defende-se aqui que, para analisar conceitualmente o uso de dispositivos adicionais concomitantemente ao ato de assistir TV, dever-se-ia ultrapassar o aspecto meramente tecnológico: afinal, a(s) tela(s) adicional(is) pode(m) ser “melhor entendida[(s)] não como um objeto ou um dispositivo de mídia, mas como uma *experiência*”. (BLAKE, 2017, p. 1; grifo do autor). Ainda, na perspectiva do artigo, cada reconfiguração da experiência teria potencialmente uma experiência anterior que atuaria como elemento de preparação cultural – inclusive porque a experiência emergente constituiria uma reconfiguração daquela anteriormente existente.<sup>9</sup>

Com esta abordagem parece falaciosa inclusive a afirmação da existência de *nativos digitais*: pode ser considerada uma aquisição de repertório para uso dos dispositivos através da preparação cultural prévia e, uma vez com acesso ao aparato tecnológico e preparado culturalmente, o uso do *gadget* se dá independente da época de nascimento do indivíduo. De fato, complementando a afirmação segundo a qual o “abismo entre conectados e não conectados não é regional, mas de classes” (VILCHES, 2003, p. 39), há que se considerar que tal abismo não está relacionado simplesmente a gerações, como pode ser observado no caso da Europa, em que

mais da metade da população acima de 55 anos instalou uma conexão de banda larga cujo principal benefício é precisamente sua agilidade em termos de multitarefas. Ver TV enquanto se usa um laptop ou smartphone (e, em hipótese, também um iPad [um *tablet*]) é agora hábito compartilhado por todas as faixas etárias. (BAUMAN, 2012, p. 31).

<sup>8</sup> Consulte Marquioni (2016b).

<sup>9</sup> Novamente, a metáfora de Havelock segundo a qual a musa aprendia a escrever enquanto continuava cantando os poemas épicos, parece fazer sentido em relação à TV.

Mas, no caso do uso de múltiplas telas, associadas à reconfiguração na experiência de TV, tem sido apresentada a ocorrência de uma *distração* (PROULX; SHEPATIN, 2012, p. 106; BLAKE, 2017, p. 7; WOLFF, 2015, p. 74) da audiência, em função do compartilhamento de atenção entre dispositivos enquanto assistindo TV. O cenário tem motivado a avaliação de alternativas tecnológicas para minimizar o risco do impacto, na redução de verbas de patrocínio de produções de TV, em especial no caso de emissoras que utilizam o modelo de negócios baseado em venda de audiência. Para além de alternativas tecnológicas para equacionar o tema, procura-se apontar aqui que, inclusive, essa distração poderia ser analisada culturalmente, porque ela parece também resultante de uma forma de preparação prévia. Para abordar esse complexo contexto que envolve preparação cultural e distração, este artigo é dividido em três seções, além desta *Introdução* e das *Considerações finais*. Em *A preparação cultural para assistir TV*, é traçado um panorama para ilustrar a preparação prévia desde os primórdios da TV até o uso de múltiplas telas. Na seção *Das etapas para assistir TV*, é apresentada perspectiva segundo a qual, a partir da preparação cultural prévia, haveria uma série de etapas conduzidas (ainda que de modo não consciente) desde o momento quando o telespectador olha para um dispositivo até que ele constate *estar em experiência de TV* (trata-se de uma explicação do que fora mencionado anteriormente nesta *Introdução*, como uma decifração de sentido *em camadas*). Em *Distração enquanto preparação cultural*, argumenta-se que não apenas a atenção orientada ao dispositivo nos primeiros anos da TV, mas a própria distração pode ser analisada como associada a uma espécie de preparação cultural; a seção ainda menciona a necessidade de ser definido um operador conceitual para análises e reflexões relativas à TV, que considere tanto a preparação cultural quanto a experiência de uso de modo a minimizar o risco de se incorrer em determinismo tecnológico.

## A preparação cultural para assistir TV

A preparação cultural prévia pode ser analisada a partir do modo como foi constituída a audiência brasileira de TV, cuja preparação iniciara “[s]eis anos antes da instalação das primeiras emissoras no país” (BARBOSA, 2010, p. 16), através de publicidades em revistas impressas que apresentavam uma “designação prévia dos modos de ver e dos conteúdos que poderiam ser considerados relevantes” (BARBOSA, 2010, p. 21) – como pode ser observado na Figura 1. Alguns anos após as primeiras transmissões, a preparação cultural ainda continuava por meio de publicidades em revistas impressas, como pode ser conferido na Figura 2.

**Figuras 1 e 2** – Publicidades da revista *Seleções do Reader's Digest* (1944) e *O Cruzeiro* (1950)



Fonte: Barbosa (2010, p. 22, 29).

Avançando alguns anos, é possível citar o caso da criação na “revista Radiolândia, já no seu segundo número, em janeiro de 1954, [...] [d]a coluna ‘Televisolândia’” (BARBOSA, 2010, p. 29), para abordar o tema da televisão. Os exemplos ilustram o aspecto central das publicações impressas na preparação do público de TV no Brasil (uma forma cultural anterior contribuindo com o entendimento de outra mais recente). E um fator que merece ser destacado é que nessa *preparação inicial*, havia destaque à atenção que deveria ser orientada ao dispositivo: além do texto das publicações, mesmo a imagem da criança apontando o local de atenção (na Figura 1), quanto os olhares do público para o aparato (Figura 2) ilustram a afirmação.

À medida que avançaram as décadas (e a audiência passou a ter certo domínio do modo de ver TV), a preparação cultural passou por sofisticções até ser alcançado inclusive o uso concomitante de dispositivos acompanhando o conteúdo veiculado. Com maior entendimento do aparato pelo público, ao invés de revistas impressas, a preparação cultural passou a ocorrer tanto com o uso de dispositivos relacionados a (conforme eram disponibilizados) quanto através do próprio conteúdo veiculado na TV. Especialmente a partir de 1980,<sup>10</sup> o uso do controle remoto habilitou

<sup>10</sup> Para análises de cenário anterior aos anos 1980 (e também para detalhamento dos casos aqui apresentados), consultar Marquioni (2016a, p. 93-99).

a manipulação pela audiência de dispositivos em operação conjunta ao aparelho televisor; nos anos 1990, programas de TV passaram a solicitar que o telespectador utilizasse o telefone fixo para participação ao vivo (enquanto o conteúdo era veiculado). Na primeira década do século XXI, foi ampliado o uso de um computador conectado à internet e de telefones celulares: esta ampliação motivou o envio de mensagens de texto às emissoras, utilizando tais tecnologias, que também eram manuseadas enquanto o público assistia à televisão. Paradoxalmente, essa etapa da preparação cultural parece ter *incentivado* a distração da audiência (a partir do uso de dispositivos tecnológicos que desviavam o olhar do televisor). Assim, quando analisada *na duração*, a manipulação conjunta de *gadgets* não constitui um fenômeno iniciado apenas com o uso de múltiplas telas: houve uma série de ações prévias que prepararam culturalmente a audiência para tal uso (ainda que a preparação não tenha sido necessariamente planejada pelas emissoras, ou mesmo que não tenha sido planejada visando à possibilidade do uso futuro de múltiplas telas),<sup>11</sup> e a distração parece também associada a uma preparação cultural.

Parece evidente que a preparação cultural prévia contribui tanto com a percepção da experiência de TV quanto com as redefinições nessa experiência. Afinal, assistir um programa em experiência de TV não requer mais exclusivamente o uso de um aparelho televisor: a ação pode se dar também em dispositivos móveis (como um *tablet* ou um *notebook*); ainda, pode-se acompanhar comentários (relativos ao programa) postados nas

<sup>11</sup> Preparação análoga à brasileira pode ser observada no contexto estadunidense quando considerada a revista *TV Guide* desde seus primórdios e mesmo em relação às múltiplas telas. Essa revista constitui um catálogo originalmente impresso da programação dos canais de TV comercial. Teve sua primeira edição em 3 de abril de 1953, e chegou a ser a maior revista semanal em circulação na década de 1970 (com uma tiragem de 20 milhões de exemplares), deixando de ser impresso no formato original, em 9 de outubro de 2005 – 52 anos após a primeira edição. (PROULX; SHEPATIN, 2012, p. 37). De fato, *TV Guide* passou por adaptações até ser disponibilizada no formato de *app*. Para compreender a extensão de tais adaptações, é possível mencionar que, na década de 1980, foi disponibilizado o EPG (*Electronic Program Guide*) para uso doméstico pelas operadoras de TV a cabo: com o EPG, os espectadores podiam consultar a grade de programação no próprio monitor de TV, com o uso do controle remoto. Em 2010, o público passou a usar o IPG (*Interactive Programming Guide*) que, além de ocupar menos área do monitor de TV que a versão anterior, também habilitou a obtenção de informações detalhadas em relação aos programas, lembretes para o horário de exibição, personalização de lista de programas e troca entre canais, a partir dele. Em 2011, foi disponibilizado o *Social TV Guide* – ou SPG (*Social Programming Guide*) –, constituído por *apps* disponibilizados em *gadgets* que habilitam experiência de segunda tela, permitindo aos usuários/espectadores compartilharem conteúdos enquanto assistem TV, por meio da integração entre o canal de fundo e o programa veiculado (habilitando diálogo em relação a um conteúdo). (PROULX; SHEPATIN, 2012, p. 37-47). Cada uma dessas adaptações no *TV Guide* pode ser analisada enquanto um *estágio* na preparação cultural até a redefinição no modo de assistir TV, com o uso concomitante de dispositivos conectados à internet. Ainda em relação à preparação cultural da audiência de TV estadunidense, é possível mencionar relato apresentado pela pesquisadora Janet Murray, relativo à televisão digital nos Estados Unidos, dando conta de que, no ano de 1997, haveriam “centenas de salas de bate-papo e grupos de discussão pela rede afora, frequentemente acessando esses ambientes coletivos **enquanto assistem** aos programas de televisão”. (2003, p. 237, grifo nosso).

redes sociais digitais utilizando diversos *gadgets* (como um *smartwatch*, por exemplo) ou realizar uma pesquisa (relativa ao programa veiculado) no *website* Google (também através de vários aparatos: por exemplo, um *smartphone*). Em outra situação, é possível assistir ao conteúdo televisual em uma *smart TV* e usar as redes sociais digitais (enquanto se assiste) para postar comentários utilizando a própria *smart TV*; neste último caso, a experiência de múltiplas telas (englobando tanto assistir TV quanto executar ações na Internet) ocorreria em um único dispositivo (mas que habilitaria *janelas* para as várias ações), desde que o *gadget* esteja conectado à Rede. Em outros termos, a experiência não depende de um suporte específico para ocorrer: enquanto experiência fica evidente que a tecnologia participa da materialização, mas não é ela (a tecnologia *per se*) a responsável final que determina o resultado da ação. Daí a afirmação da necessidade de se pensar em alternativas que minimizem o risco de se incorrer em “determinismo tecnológico” (WILLIAMS, 2005, p. 5) nas análises e reflexões relacionadas à TV.

Ainda em relação à preparação cultural, é necessário destacar que ela não é exclusiva do contexto de TV. A rigor, no momento quando este artigo é escrito, ela pode ser observada também em relação a outras “televisualidades”. (KILPP, 2017).<sup>12</sup> Para compreender a extensão da preparação cultural prévia em relação a *outras* “televisualidades” (além da televisão *per se*), é possível mencionar que a própria experiência de TV parece que tem contribuído com a preparação cultural no caso da experiência de assistir vídeos em *sites* na internet. Para ilustrar, pode ser considerado o *site* da plataforma de vídeos na internet YouTube.com; particularmente o momento quando são exibidas peças publicitárias nessa plataforma, uma vez que o modelo de negócios, baseado em venda de audiência (utilizado há décadas para patrocínio de produção da televisão comercial linear), tem sido utilizado no contexto do YouTube. Contudo, ainda que tipicamente não haja *breaks* comerciais *durante* a veiculação

<sup>12</sup> O conceito de *televisualidade* (apresentado por Suzana Kilpp) foi desenvolvido a partir da noção, também proposta por Kilpp, de “tele-visão” (KILPP, 2013), na qual a pesquisadora considerava o entendimento de que haveria algo mais virtual e duradouro – ou ainda anterior historicamente – à noção de *televisão*. O termo *televisualidade* foi adotado inclusive como parte do nome de um grupo de pesquisa (GP) que se reúne anualmente no congresso nacional da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom (trata-se do grupo Estudos de Televisão e Televisualidades). Em *e-mails* trocados entre os participantes daquele grupo em setembro de 2015 (relativos à atualização do nome e ementa do GP), Kilpp mencionou que defendia a existência de “diferenças fundamentais – técnicas, estéticas, estratégicas, operacionais etc. – entre a televisão e os usos e apropriações que são feitos dela nesses outros ‘lugares’ [como a Internet, *smart TVs*, etc.] [...] [Defendia] também que é preciso tratar de todas suas particularidades (como mídia) e potência (como *devir*), resgatando e marcando nesse GP a importância dos estudos de televisão para a área [...] [o que seria] alcançado pelo viés dos estudos da televisão (mídia) no escopo das **televisualidades** (seus *devires*)” (grifo nosso). O termo *televisualidade* pode ser associado ainda à noção de *audiovisualidade*, desenvolvida também por Suzana Kilpp (2008).

de vídeos naquela plataforma de vídeos na internet (apenas antes da apresentação do vídeo), a executiva do *site* de vídeos sob demanda, Hulu Beatrice Springborn, ao mencionar em entrevista concedida a Neil Landau o modo como seu sobrinho de 16 anos assiste vídeos no YouTube, faz uma afirmação que contribui com o desenvolvimento da experiência (e das reconfigurações da experiência), como abordado neste artigo quando comenta que, se “surpreende como a geração YouTube tem compreendido que ela [a apresentação das publicidades antes do vídeo] **é parte da experiência**”. (LANDAU, 2016, p. 26, grifo nosso).

A usual ausência de intervalos que interrompem a apresentação dos vídeos pode ser apontada como parte da justificativa, para se afirmar que a experiência no YouTube não é de televisão (mesmo quando se assiste a um programa que fora veiculado originalmente na TV). Mas, no contexto das publicidades da plataforma YouTube.com, se não há uma experiência de TV, é possível considerar a existência de *outra* experiência (derivada daquela de TV) – afinal, há a apresentação de publicidades antes do vídeo propriamente dito (ainda que sua exibição possa ser *reduzida* por decisão do usuário). De fato, o Google tem afirmado que teria inovado “com seu modelo de publicidade em vídeo no YouTube ao possibilitar que os usuários pulem [cancelem a exibição de] uma publicidade nos primeiros cinco segundos”. (BLAKE, 2017, p. 166). Em termos do modelo de negócios, o fato de que “o anunciante apenas paga se toda a peça publicitária, ou ao menos 30 segundos dela seja assistida” (BLAKE, 2017, p. 166) permite afirmar (de acordo com a noção de experiência televisual aqui adotada) que se trata efetivamente de *outra* experiência, mas que pode ser relacionada àquela previamente existente no modelo de TV comercial.

Assim, a plataforma YouTube.com (quando analisada enquanto “televisualidade”, considerando experiência de TV e preparação cultural) constitui um cenário que pode ser considerado ainda como de adaptação de uma “forma cultural” – no sentido em que um padrão cultural da televisão (associado à veiculação de intervalos comerciais antes e durante os programas de TV) migra parcialmente para um novo contexto (a exibição de vídeos em sites/plataformas da internet). Contudo, a complexidade da expansão da experiência e da preparação para outras “televisualidades” (ou mesmo para outras tecnologias) justifica o desenvolvimento de artigo específico. Aqui se limita a apontar a possibilidade ao abordar o caso da TV; mais especificamente, a próxima seção aborda como se daria a decifração de sentido *em camadas* referenciadas brevemente ainda na Introdução deste artigo.

## Das etapas para assistir TV

A partir da preparação cultural prévia abordada na seção anterior deste artigo, entende-se que uma série de etapas seria conduzida (ainda que de modo não consciente) quando um telespectador direciona o olhar para um dispositivo (não necessariamente um televisor), até que ele constate *estar em experiência de TV* (MARQUIONI, 2016a, p. 85-86). A identificação da experiência é considerada relevante tanto devido à noção de “televisualidade” referenciada na seção anterior quanto porque o telespectador pode estar diante um televisor em *outra* experiência, que não de televisão – por exemplo, assistindo um DVD, ou com um *tablet* em experiência de TV (assistindo conteúdo de emissora comercial em *streaming* ao vivo): seria possível listar uma série de cenários análogos a esses dois – mas o que se espera evidenciar é que, com o aumento de dispositivos, é complexificada inclusive a percepção de qual seria a experiência proporcionada pelo aparato tecnológico para o qual se olha (uma vez que *gadgets* diferentes podem ser utilizados para proporcionar uma mesma experiência).<sup>13</sup> Em outros termos, assistir TV engloba não apenas estar diante de um dispositivo com a sensação de uma conversa entre amigos (como mencionado no início do artigo), mas também identificar qual é a experiência proporcionada pelo dispositivo – é onde a relevância da preparação cultural prévia se apresenta como chave de entendimento.

A rigor, uma sucessão de semioses é executada para que ocorra a sensação de acesso não mediado ao assistir TV: (a) inicialmente o espectador necessita identificar o “fluxo” e o efeito de “ao vivo” (constatar estar em experiência de TV propriamente dita) para, (b) em seguida, definir qual contrato de leitura deve utilizar (a partir da identificação da “forma cultural” e do gênero veiculado, avaliar *como* assistir ao conteúdo). Finalmente, o telespectador irá (c) fruir e potencialmente entender o conteúdo veiculado. Vale destacar que as semioses relativas às ações apresentadas ocorrem

<sup>13</sup> Para exemplificar o que se considera aqui como uma complexificação na percepção em função do aumento de dispositivos, é possível citar entrevista com uma criança publicada na Folha de S. Paulo como parte da série especial *Criança do dia*: Valentina Elias Orlando, de sete anos de idade, ao ser questionada se preferia assistir TV ou ficar na internet, respondeu que ambas, “TV e internet, claro. Não tem como escolher, porque **os dois são a mesma coisa**. Algumas TVs não têm **Youtube** e **Netflix**, mas, na minha, do meu quarto, tem. No **celular** sempre tem também. E eu adoro, muito, muito, um programa chamado ‘Liv e Maddie’. Eu assisto no Box, que é um *videogame*, onde a gente tem vários vídeos”. (SALDAÑA, 2017). Evidentemente, a criança entrevistada não considera em sua fala a TV enquanto experiência: sua resposta é orientada ao dispositivo tecnológico no qual ela assiste seu programa favorito sempre que desejado. A resposta de Valentina exemplifica o que o autor deste artigo considera uma confusão recorrente associada ao uso do termo TV (ou televisão) para referenciar o modelo de negócios (particularmente aquele associado à venda de audiência), a tecnologia de distribuição (TV terrestre, via satélite, cabo), o dispositivo (a plataforma, o aparelho televisor) e a experiência. Um dos resultados práticos dessa *uniformidade na nomenclatura para referenciar quatro itens distintos* parece ser a afirmação reiterada que a *televisão estaria em vias de ‘morrer’*.

tipicamente em um pequeno intervalo temporal, que pode variar entre segundos ou poucos minutos, uma vez que o indivíduo tenha repertório para decifrar o sentido (por ter sido preparado anteriormente em termos culturais).<sup>14</sup>

Contudo, enquanto a percepção de que se estaria em experiência de TV no passado recente, envolvia as etapas apresentadas no parágrafo anterior, com a multiplicação de dispositivos (e com o uso associado de múltiplas telas) ao menos uma etapa adicional passa a ser observada/executada: (d) definir quais *gadgets* conectados à internet serão utilizados para executar ações relacionadas ao conteúdo televisual (ou mesmo definir em qual dentre as múltiplas telas será acompanhado o conteúdo de TV).<sup>15</sup>

Mas há que se destacar que, com o uso concomitante de múltiplas telas, passou-se a afirmar que haveria uma *distração* da audiência em função do compartilhamento de atenção entre dispositivos. Essa distração tem sido apontada como um potencial redutor das verbas de patrocínio em produções televisuais, motivando a avaliação de alternativas tecnológicas pelas emissoras, para minimizar o risco de impacto financeiro no patrocínio televisual com a distração. Contudo, quando a distração é analisada enquanto associada à preparação cultural, parece ser evidenciado que apenas a adição de alternativas tecnológicas pode não ter o resultado esperado (afinal, a cultura não pode ser prescrita).

Desta forma, ainda que o conteúdo apresentado nas seções anteriores tenha abordado essencialmente a preparação cultural associada à *atenção* que deveria ser orientada ao aparelho televisor, para a geração de sentido em relação ao dispositivo – apesar de ser sabido que, no passado, era possível executar outras ações pelo público que o distraía durante a veiculação do conteúdo televisual (como folhear uma revista, executar tarefas domésticas, etc.) –, com a experiência de múltiplas telas, passa a

<sup>14</sup> Há que se observar, contudo, que o entendimento do conteúdo veiculado também é complexo e não é abordado no presente artigo. Apenas para ilustrar (em linhas gerais) a complexidade associada, é possível mencionar as três formas distintas de geração de sentido apresentadas por Stuart Hall (2006): tratam-se das leituras *preferencial*, *negociada* e *contrária*. Esta última forma de leitura (a *contrária*) ocorreria quando o sentido decifrado é o oposto daquele esperado por quem codificou a mensagem. Como exemplo de uma *leitura contrária* pode ser mencionado um caso da experiência pessoal do autor deste artigo (pede-se, então, licença para um breve relato pessoal): por ocasião dos atentados terroristas de 11 de setembro de 2001 em Nova Iorque, ao chegar a um estabelecimento com um aparelho televisor ligado e me deparar com as imagens de uma das *Torres Gêmeas* em chamas naquela lamentável manhã, ocorreu a impressão inicial que a TV estaria sintonizada em algum canal que veiculava um filme de ação. Apenas alguns minutos depois foi possível constatar que se tratava de uma transmissão factual *ao vivo*. O exemplo procura evidenciar que o entendimento do conteúdo transmitido constitui outra camada adicional de decifração de sentido (além da experiência e do contrato de leitura). Definitivamente, parece simplificador pensar em acesso *não mediado* ao assistir TV.

<sup>15</sup> Por exemplo, no caso de “jovens telespectadores, [...] g]eralmente o dispositivo móvel é utilizado como a *primeira tela*” (BLAKE, 2017, p. 2; grifo no original), ou aquela tela na qual o indivíduo assiste ao conteúdo televisual propriamente dito.

ser observado um formato de *distração especial* (no sentido de ser, mais do que possível, esperada: *apriorística*). A próxima seção avança argumentando por que mesmo essa *distração especial* também pode ser analisada como resultado de uma espécie de preparação cultural prévia.

## Distração enquanto preparação cultural

O modo redefinido de assistir TV, fazendo uso concomitante de vários *gadgets*, tem sido apontado como o fator responsável por aumentar a “distração” (PROULX; SHEPATIN, 2012, p. 106) da audiência que assiste TV. Ocorre que, enquanto se afirma que os “Telespectadores são eficientes em se distrair” (BLAKE, 2017, p. 7), e os anunciantes “há tempos acusam os meios de atendimento a um público distraído” (WOLFF, 2015, p. 74), tem-se observado que os “Telespectadores estão aumentando o uso de telefones e *tablets* como ‘dispositivos de distração’”. (BLAKE, 2017, p. 149). Em outros termos, a experiência de múltiplas telas tem sido apontada como *potencializadora* da distração, em função de que sua materialização

requer que as pessoas desloquem sua atenção [olhando sucessivamente] para cima e para baixo entre telas. O movimento resultante da cabeça tem sido apelidado como ‘*meerkating*’ [referenciando o movimento do animal africano suricato]. Mesmo quando o engajamento [do público] é relacionado com [o conteúdo d]a televisão, pode-se constituir uma distração significativa, deslocando a atenção dos telespectadores do programa principal. (BLAKE, 2017, p. 3).

Tem sido destacado ainda que, com telas menores (como no caso dos aparelhos telefônicos celulares), potencialmente, há “maiores distrações”. (WOLFF, 2015, p. 74). Mas há que se observar que a distração pode ser também considerada como associada a um modo de ver TV. Afinal, sabe-se que parte da audiência mantém a televisão ligada como uma forma de *companhia* (inclusive o caráter oral mencionado ainda na *Introdução* deste artigo é chave para entender esse aspecto de *companhia*).<sup>16</sup> Também a realização de tarefas paralelas ao ato de ver TV é conhecida. O que ocorre

<sup>16</sup> Afinal, a preparação cultural prévia pode ser apontada como potencialmente responsável pela possibilidade de executar outras tarefas (sem olhar para o dispositivo) e ainda assim compreender, em certa medida, o conteúdo veiculado porque “a televisão, paradoxalmente, é um meio bem pouco ‘visual’ e o uso que ela faz das imagens é, salvo as exceções de honra, pouco sofisticado. **Herdeira direta do rádio**, ela se funda primordialmente no discurso *oral* e faz da palavra a sua matéria-prima principal”. (MACHADO, 2001, p. 71, grifo nosso). O grifo procura destacar que o rádio constituiu (com as revistas abordadas em seção anterior deste artigo) um dos elementos-chave para a preparação cultural prévia da audiência: a ressalva é relevante em especial em função do fato de ser possível, com este exemplo, ilustrar uma situação em que a preparação cultural prévia ocorreu de modo tácito e não planejado (a partir do rádio). Contudo, há que se considerar que a atenção tende ainda a ser reduzida

de distintivo, no caso da experiência de múltiplas telas, não parece ser então o aumento da distração *per se*, mas a constatação de que ela é *esperada*, no sentido em que se sabe, *a priori*, que um compartilhamento de atenção obrigatoriamente ocorrerá ao ser materializada uma experiência de múltiplas telas.

Em relação aos anunciantes, a experiência promove a preocupação que o uso de múltiplos dispositivos acabe “reduzindo o impacto dos anúncios na TV”. (BLAKE, 2017, p. 149). Uma alternativa para tratar tal redução envolve sincronizar os anúncios entre telas (CARNEIRO, 2012): um projeto de pesquisa foi iniciado em janeiro de 2016 pelo autor deste artigo, com o objetivo de analisar o fornecimento de *apps* pelas emissoras de TV comercial<sup>17</sup> como alternativa técnica e de mercado, para equacionar os efeitos da distração, sincronizando anúncios entre dispositivos. A justificativa principal para o fornecimento destes *apps* é “constituir um ponto focal para interação de grupo”. (BLAKE, 2017, p. 33). Em outros termos, com os *apps* as emissoras de TV podem exercer *algum controle* sobre o conteúdo visualizado pela audiência (inclusive peças publicitárias), aumentando a probabilidade de que o público assista aos anúncios dos patrocinadores, independentemente da tela para onde olhe a cada momento da materialização da experiência de múltiplas telas. Associado ao desenvolvimento de *apps*, tem sido possível observar, nas TVs ao redor do mundo, “um dilema e um debate [...] [:] os programas de TV deveriam procurar envolvimento com os telespectadores em *sites* de mídias sociais existentes ou tentar levá-los a um *website* dedicado ou [ainda fornecer um] *app*?” (BLAKE, 2017, p. 54).

A dúvida das emissoras está associada ao fato de que, adicionalmente à *distração apriorística* mencionada, e dependendo do tipo de programa, haveria necessidade de abordar de modos diferentes os conteúdos apresentados (ora o que pode ser em um *app*, em outros casos no *site* da emissora, ou ainda diretamente nas redes sociais digitais). Tais variações teriam como objetivo tornar *orgânica* (BLAKE, 2017, p. 40-45)<sup>18</sup> a experiência

---

durante a veiculação de *breaks* comerciais e, especialmente, no caso de peças publicitárias com apelo visual, os patrocinadores dos programas tendem a ficar *incomodados* com a percepção da potencial redução de atenção da audiência no caso da TV.

<sup>17</sup> Tais aplicativos constituem *softwares* de propriedade das emissoras, e têm sido referenciados como *companion apps*. (BLAKE, 2017, p. 33). Um aspecto-chave para o fornecimento desses *apps* é a necessidade de integração e sincronização de ciclos de vida (englobando produção de TV e desenvolvimento de *software*), o que tende a complexificar o processo típico executado pelas emissoras, durante a produção de conteúdos televisuais; o tema tem sido abordado pelo autor em outros artigos, e não é desenvolvido aqui.

<sup>18</sup> O caráter orgânico aqui é associado ao fato de que a preparação cultural proporcionaria, no caso das ações de múltiplas telas, uma interação *quase transparente* – analogamente à percepção mencionada anteriormente de que assistir TV proporcionaria a *sensação* de participar de uma conversa entre amigos. De fato, a preocupação em tornar as ações de interatividade orgânicas tem sido objeto de interesse dos pesquisadores do campo da Comunicação. Para uma visão desse caráter orgânico em relação aos hipertextos, consulte Bernstein (2002, p. 42).

de múltiplas telas do telespectador, contribuindo para controlar/organizar a *distração esperada*. Contudo, esse *equacionamento* da distração é complexo, e requer análises conceituais ainda antes da decisão tecnológica associada à plataforma para materialização da experiência (o *app*, o *site* ou a rede social digital).

Para compreender a afirmação e entender por que a distração parece, no caso da experiência de múltiplas telas, resultante de uma preparação cultural prévia, deve-se observar que “os modos pelos quais ouvimos, olhamos ou nos concentramos atentamente em algo têm um profundo caráter histórico”. (CRARY, 2013, p. 25). Associada ao caráter histórico, “a visão está imersa em um padrão de adaptabilidade a novas relações tecnológicas, configurações sociais e imperativos econômicos” (CRARY, 2013, p. 35), o que habilita o estabelecimento de relação direta com a preparação cultural prévia apresentada anteriormente. Para ilustrar essa afirmação, é possível citar, no século XIX, o “surgimento de novas formas tecnológicas de espetáculo, exposição, projeção, atração e registro” (CRARY, 2013, p. 26), que transformaram a necessidade de atenção até então requerida.<sup>19</sup> Este cenário pode ser exemplificado com a projeção de *A chegada do trem na estação: o medo* relatado em relação à seção de *cinema Lumière* em 1895 (COMOLLI, 2008, p. 67) pode ser explicado pela não preparação cultural do público (podem ser apontados tanto o caráter inovador da experiência de cinema quanto a não existência de contratos de leitura definidos para decifrar o sentido do conteúdo apresentado naquela seção original, como responsáveis potenciais pelo estranhamento durante a projeção). Os recursos visuais que passaram a ser oferecidos, a partir daquela sessão inaugural de cinema, promoveram adaptações nos modos de ver.<sup>20</sup> A rigor, é possível inferir que, até que fossem definidos *códigos* para a decifração do sentido no contexto visual, que emergia no século XIX, havia a necessidade de maior atenção orientada ao conteúdo para seu entendimento.

Uma definição equivalente de *códigos para decifrar o sentido* pode ser observada em relação à televisão. No caso do Brasil, quando consideradas as primeiras transmissões, com “imagens esmaecidas e pouco nítidas” (BARBOSA, 2010, p. 17), que eram acompanhadas em silêncio, é possível inferir que, mais do que apenas *olhar* para o aparelho televisor, era necessário dedicar atenção (em função da pouca nitidez das imagens em

<sup>19</sup> Mas é possível apontar que “noções sobre a atenção e o estado atento foram formuladas em diferentes lugares muito antes do século XIX, remontando a Santo Agostinho e até antes dele”. (CRARY, 2013, p. 40).

<sup>20</sup> Para uma análise de *A chegada do trem na estação* considerando uma perspectiva cultural da noção intitulada pelo autor como constituindo uma *sensação de real*, consulte Marquioni (2013, p. 208-211); para uma espécie de atualização do formato de *medo*, em relação à TV e ao *videogame*, consulte Murray (2003, p. 34-36; p. 73-75).

um contexto de novidade visual) para a geração de sentido.<sup>21</sup> Naquele momento, potencialmente a TV era *efetivamente assistida* (não parece que ela seria mantida ligada apenas para que seu caráter oral *fizesse companhia* para um público menos atento). Em outros termos, apenas após algum conhecimento do código televisual (englobando tanto a experiência de TV quanto os contratos de leitura a aplicar), deve ter sido possível iniciar a *distração* em relação ao dispositivo: afinal, “a administração da atenção dependia da capacidade de um observador se ajustar à contínua reconfiguração das formas de consumo do mundo sensorial”. (CRARY, 2013, p. 56).<sup>22</sup>

No caso da experiência de múltiplas telas, pode-se considerar tratar-se de mais um contexto em que “as configurações variáveis do capitalismo impulsionam a atenção e a distração a novos limites e limiares” (CRARY, 2013, p. 36); a preocupação em relação à distração parece remeter inclusive a identificar novamente “quantos objetos ou eventos um indivíduo podia prestar atenção simultaneamente e por quanto tempo”. (CRARY, 2013, p. 47). O fato é que “a mobilidade, a novidade e a distração se tornaram [ao longo das décadas] elementos constitutivos da experiência perceptiva”. (CRARY, 2013, p. 53). No que se refere ao objeto abordado nesta seção do artigo, se a distração se tornou, com o tempo, parte da experiência televisual, no caso da experiência de múltiplas telas ela foi reconfigurada (e se tornou apriorística).

Considerando ainda que “o controle da atenção [...] tem menos a ver com os conteúdos visuais desses monitores e mais com uma estratégia ampla sobre o indivíduo” (CRARY, 2013, p. 100), é fundamental analisar cultural e conceitualmente a distração, em especial para abordar de modo complexo a preocupação dos anunciantes mencionada anteriormente.

Um aspecto-chave a analisar envolve o já citado caráter *orgânico* (BLAKE, 2017) que preferencialmente a experiência deveria ter; nesse sentido, interessa ao autor deste artigo a afirmação segundo a qual “a distração de segunda tela [ou de múltiplas telas] depende de vários fatores que incluem o **gênero do programa** de televisão e das **intenções e motivações** dos telespectadores”. (BLAKE, 2017, p. 4, grifos nossos). Em certa medida, *explicando* o uso dos termos grifados, James Blake argumenta que “geralmente a segunda tela é uma distração não bem vinda em relação à

<sup>21</sup> Este autor considera que, quando passaram a ser apresentadas na TV imagens gravadas com câmeras de segurança (e outras imagens *borradas*), também foi necessária atenção especial para a compreensão do registro visual. Outro caso curioso que parece ilustrar a preparação no modo de ver envolve as leituras das imagens nos exames de ultrassonografia (que são melhor compreendidas por quem foi *preparado* para *decifrar* seu sentido).

<sup>22</sup> Em relação a dificuldades com a distração no caso de *games* eletrônicos, consulte Murray (2003, p. 129).

experiência primária e um aprimoramento [também] não bem vindo”. (BLAKE, 2017, p. 30).

Enquanto o comentário de Blake aponta para os gêneros televisuais (que são parte dos contratos de leitura conforme considerados neste artigo),<sup>23</sup> entende-se haver distinções entre a perspectiva daquele pesquisador da Universidade de Edimburgo e a aqui adotada. Inicialmente porque parece que a distração não deveria ser abordada como *não bem-vinda*, mas sim como *apriorística* (afinal, as próprias emissoras prepararam o público para a distração. Também porque ocorre que o autor do presente artigo considera que, ao invés de se considerar as *intenções e motivações* da audiência dos programas, para materializar a experiência, parece preferível analisar a *tendência lógica* ao uso dos dispositivos concomitantemente ao ato de assistir TV por meio da noção de “teleologia pragmática” proposta por Charles Sanders Peirce.

Nesse entendimento, considera-se que, ao invés de o público materializar a experiência de múltiplas telas, devido a uma intenção (ou porque está motivado), ele o faria em função de uma tendência lógica (no caso, definida culturalmente). Novamente o aspecto da preparação cultural é chave, pois a experiência de TV ocorreria em função de “um processo de semiose *em processo*, envolvendo há tempos a geração de signos mais complexos e evoluídos” (MARQUIONI, 2013, p. 216) em relação à experiência de televisão.

A perspectiva teleológica pragmática fora utilizada anteriormente pelo autor deste artigo em relação à TV digital interativa brasileira,<sup>24</sup> durante a definição da noção de *Estrutura Teledigital*, um “operador conceitual para auxiliar a avaliar objetivamente quais tipos de programa têm [teriam, no caso da TV digital interativa] associados uma tendência interativa [...] [e] qual [seria] o momento e o formato técnico para interagir mais apropriado em cada caso” (MARQUIONI, 2013, p. 53). De fato, na definição anterior proposta para a *Estrutura Teledigital*, defendia-se que, em função da “forma cultural” e do gênero televisual sendo veiculado, haveria variações na tendência a materializar ações de interatividade. Assim, entende-se que também para a TV digital interativa brasileira, uma vez que o telespectador constatasse estar em experiência de TV, os contratos de leitura influenciariam diretamente a tendência a interagir em cada caso naquela tecnologia.

Uma alternativa para analisar modos de tornar *orgânicas* as ações executadas em experiência de múltiplas telas envolve então realizar uma adaptação da noção desenvolvida por este autor em relação à TV digital interativa brasileira para o contexto da experiência de múltiplas telas. A

<sup>23</sup> Vale recordar que o contrato de leitura seria definido em função da “forma cultural” e do gênero do programa televisual.

<sup>24</sup> Consulte Marquioni (2013, p. 214-217).

complexidade associada a essa adaptação justifica aprofundamento teórico e o desenvolvimento de análise específica – em curso na pesquisa conduzida pelo autor no momento em que este artigo é finalizado.

Por ora, afirma-se aqui que a *distração* com o uso de dispositivos concomitantemente ao ato de assistir TV, assim como a experiência de múltiplas telas, merece tratamento sistematizado para minimizar o risco de simplificações analíticas – especialmente porque a experiência aqui tratada parece não ter iniciado com o uso de *gadgets* móveis, a ponto de mesmo a distração poder ser analisada enquanto associada a uma preparação cultural prévia.

## Considerações finais

Apesar de eventualmente o telespectador ter a sensação de que o acesso ao conteúdo da TV seria direto (o que parece reforçado pelo caráter oral do meio), tal sensação parece resultante de preparações culturais prévias – que, *na duração*, não apenas atualizam os modos de assistir TV, como também redefinem a experiência de televisão.

Tanto o uso concomitante de múltiplas telas enquanto se assiste a TV quanto a multiplicidade de dispositivos que tem sido utilizada para acompanhar os conteúdos veiculados constituem exemplos dessa preparação e das redefinições na experiência. De fato, mesmo a distração que tem sido apontada como uma *vilã* associada à experiência de múltiplas telas pode ser analisada como resultado de uma preparação cultural: reforça-se a necessidade de realizar análises e reflexões mais detalhadas no contexto da televisão.

Uma opção para essa complexificação parece ser – não apenas no caso da televisão, mas também para outras “televisualidades” (KILPP, 2017) – relacionar aspectos culturais e de geração de sentido, com o uso da noção de “teleologia pragmática”, para definir um operador conceitual lógico que tanto habilite análises em perspectiva cultural quanto reduza os riscos de determinismo tecnológico. A alternativa é interessante também para que sejam realizadas as análises da *práxis* de produção televisual: ao considerar o aspecto cultural que engloba tanto a experiência quanto a preparação prévia, constitui-se um cenário para examinar alternativas de solução de problemas também práticos, que ultrapassa o mero fornecimento e uso contínuo de cada vez mais tecnologias associadas. Com tal perspectiva, parecem ser privilegiados os significados atribuídos pelo público em relação ao conteúdo que assiste. É no sentido de estabelecer elementos para definição desse operador conceitual lógico que avança a pesquisa em curso.

## Referências

ALVAREZ-MONZONCILLO, José M. *Watching the Internet: the future of TV?*. Lexington: Formal Press/Media XXI, 2011.

ARISTÓTELES. *A Política*. São Paulo: Edipro, 2009.

BARBOSA, Marialva Carlos. Imagem televisiva e os primórdios da TV no Brasil. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. *História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje*. São Paulo: Contexto, 2010b. p. 15-35.

BAUMAN, Zygmunt. *Isto não é um diário*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

BERNSTEIN, Mark. Vistas prazerosas: os jardins do hipertexto. In: LEÃO, Lucia (Org.). *Interlab: labirintos do pensamento contemporâneo*. São Paulo: Iluminuras, 2002. p. 39-45.

BLAKE, James. *Television and the second screen: interactive TV in the age of social participation*. London and New York: Routledge Taylor and Francis Group, 2017.

CARNEIRO, Rafael González. *Publicidade na TV digital: um mercado em transformação*. São Paulo: Aleph, 2012.

COMOLLI, Jean-Louis. *Ver e poder: a inocência perdida (cinema, televisão, ficção, documentário)*. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2008.

CRARY, Jonathan. *Suspensões da percepção: atenção, espetáculo e cultura moderna*. São Paulo: Cosac Naify, [1999] 2013.

HALL, Stuart. Codificação/decodificação. In: SOVIK, Liv (Org.). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2006. p. 365-381.

HAVELOCK, Erick A. *A musa aprende a escrever: reflexões sobre a oralidade e a literacia da antiguidade ao presente*. Lisboa: Trajectos 33, [1988] 1996.

KILPP, Suzana. *Audiovisualidades do voyeurismo televisivo: apontamentos sobre a televisão*. Porto Alegre: Zouk, 2008.

KILPP, Suzana. Tele-Visão, imagem-duração e o Tempo reality de TV na internet. *Verso e Reverso*, São Leopoldo, v. XXVII, n. 66, p. 187-195, set./dez. 2013.

KILPP, Suzana. Televisualidades em interfaces contemporâneas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (Intercom 2017), 40., 2017, Curitiba. *Anais...* Curitiba, 2017.

LANDAU, Neil. *TV outside the box: trailblazing in the digital television revolution*. New York and London: Focal Press, 2016.

- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2001.
- MARQUIONI, Carlos Eduardo. *Programas jornalísticos na TV aberta brasileira: entre atualizações da experiência televisual e a manutenção de antigos contratos de leitura*. Jundiaí: Paco, 2016a.
- MARQUIONI, Carlos Eduardo. Sobre o desenvolvimento de aplicativos de segunda tela para a TV comercial: a sincronização de ciclos de vida e a emergência de uma audiência conectada (notas iniciais de pesquisa). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 39., 2016, São Paulo. *Anais...* São Paulo, 2016b.
- MARQUIONI, Carlos Eduardo. *TV digital interativa brasileira: redefinições culturais e interações midiáticas em tempos de migração tecnológica*. Curitiba: UTP, 2013. (Coleção Recém-doutor, v. 1).
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem: understanding media*. São Paulo: Cultrix, [1964] 2005.
- MURRAY, Janet H. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Ed. da Unesp/Itaú Cultural, [1997] 2003.
- PROULX, Mike; SHEPATIN, Stacey. *Social TV: how marketers can reach and engage audiences by connecting Television to the Web, social media, and mobile*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2012.
- SALDAÑA, Paulo. Não dá pra escolher entre TV e internet, são a mesma coisa, diz Valentina, 7. Folha de São Paulo, São Paulo, 7 out. 2017. Seção Criança do dia. Disponível em: <[http://temas.folha.uol.com.br/crianca-do-dia/tecnologia/nao-da-pra-escolher-entre-tv-e-internet-sao-a-mesma-coisa-diz-valentina-7.shtml?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=newsfolha](http://temas.folha.uol.com.br/crianca-do-dia/tecnologia/nao-da-pra-escolher-entre-tv-e-internet-sao-a-mesma-coisa-diz-valentina-7.shtml?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsfolha)>. Acesso em: 7 out. 2017.
- SODRÉ, Muniz. Álbum de família. In: NOVAES, Adauto (Org.). *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991. p. 222-228.
- VILCHES, Lorenzo. *A migração digital*. São Paulo: Loyola; Rio de Janeiro: Ed. da PUC Rio, 2003.
- WILLIAMS, Raymond. *Drama from Ibsen to Brecht*. London: Chatto & Windus, [1952, 1968] 1971.
- WILLIAMS, Raymond. Culture is ordinary [1958]. In: GABLE, R. (Ed.). *Resources of hope: culture, democracy, socialism*. London: Verso, 1989. p. 3-18.
- WILLIAMS, Raymond. *Television: technology and cultural form*. Padstow: Routledge Classics, [1974] 2005.

WOLFF, Michael. *Television is the new television: the unexpected triumph of old media in the digital age*. New York: Portfolio/Penguin, 2015.