

Economia Política da Teledramaturgia: aportes teórico-metodológicos e práticas de pesquisa

Andres Kalikoske

(Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos)

O trabalho se propõe a analisar os estudos desenvolvidos pelo Núcleo de Análise da Teledramaturgia (NAT) no período compreendido entre março de 2010 e março de 2012. Para tanto, busca-se um recorte a partir das produções audiovisuais realizadas no Brasil, México e Argentina, principais pólos de produção da ficção seriada latino-americana na contemporaneidade. Através da reflexão de questões teórico-metodológicas levantadas a partir da Economia Política da Comunicação (EPC), buscou-se implementar três movimentos fundamentais: o diálogo argumentativo com economistas políticos da comunicação, enquanto eixo estrutural da análise; a observação da realidade midiática, aliada a informações críticas relevantes, inclusive participando de espaços de análise diversos; e a integração de trabalhos científicos que problematizem especificamente a questão da teledramaturgia, ainda que vinculadas a contribuições alheias, ou seja, não especificamente vinculadas ao eixo da EPC. Seus pesquisadores consideram que, para equilibrar os altos custos desde a chegada da TV digital, abatimentos ou reutilizações de recursos também foram edificados. Com o advento da convergência, o momento atual coloca-se paradigmático, uma vez que um novo processo cultural tem desafiado o tradicional modelo de negócio dos conglomerados. Trata-se de um fenômeno global, que atinge diretamente a economia do audiovisual mundial. Na publicidade, por um lado, os anunciantes passaram a utilizar cada vez mais mídias digitais como canal de distribuição, o que, de certo modo, representa um pequeno avanço na desigualdade gerada pela mídia hegemônica, ao permitir espaços de custo mais acessível para pequenas empresas. Mas isto não representou uma mudança no sistema, que segue tendo a mercantilização como seu mote. Nesta interface de negócios do passado e serviços do futuro, a audiência se divide e o faturamento decresce enormemente nas mídias tradicionais. Paralelamente, o incremento tecnológico e a digitalização possibilitaram que atores não-hegemônicos e organizações subalternas conquistassem novos recintos nos planos da comunicação e cultura – ainda que modestos –, proliferando seus conteúdos comunitários e alternativos. Na TV comercial da América Latina, a tradicional telenovela do *prime-time*, por exemplo, até então exclusivamente disponibilizada no antigo eletrodoméstico preto e quadrado, que mantinha o telespectador passivo e reunia as famílias na sala de jantar, ora pode ser consumida em computadores, celulares, *smartphones*, *tablets* e até mesmo em telas dispostas em espaços de circulação pública, como elevadores, *shoppings* e *outdoors* digitais. Múltiplas telas, dotadas de mobilidade e portabilidade, e locadas em lugares inusitados e nunca antes vistos, condicionam o sistema televisivo à pulverização. Durante a vigência de tais estudos, o NAT integrou o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCC) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Para socialização dos resultados, buscou-se um posicionamento orgânico, ou seja, aliado ao mundo do trabalho, das organizações políticas e culturais, desenvolvendo consciência crítica capaz de dirigir a sociedade. Procurou-se, acima de tudo, exercitar o diálogo combativo, buscando a proliferação de discursos não-hegemônicos em espaços alternativos.