

## **O meu Telejornal já não é o nosso: Questões que o determinismo tecnológico coloca ao dispositivo televisivo**

Luís Miguel Loureiro\*

### **Resumo**

Quando a sua aplicação se cruza em campos da produção e recepção mediática como a Televisão e os Novos *Media*, as teses centradas no determinismo tecnológico revelam duas imediatas limitações. A primeira tem a ver com a noção de controlo dos respectivos dispositivos: os ‘espectadores’, passivos e controlados externamente, transformam-se supostamente, pela entrada em jogo do potencial das tecnologias, em ‘utilizadores’ totalmente autónomos e interactivos. Contudo, nestas análises, o determinismo tecnológico revela ainda uma segunda faceta paradoxal: é que o olhar que promove estabelece-se, invariavelmente, a partir da influência da tecnologia sobre dinâmicas que dela parecem depender. Assim, apesar de afirmar, com os Novos Media, a aparente vitória final do ‘utilizador’, na verdade, é sempre o dispositivo de produção de base tecnológica, qualquer que ele seja, que concentra o ponto de vista determinista. É a desmontagem crítica deste paradoxo que o presente artigo pretende promover. Para tal, escolhemos como objecto analítico o dispositivo ‘O Meu Telejornal’, disponível *online* no *site* de notícias da estação pública de televisão RTP. Neste texto, procura-se discutir, por um lado, os pressupostos de elaboração do dispositivo, para, por outro, questionar a relação funcional entre o dispositivo assim elaborado e os seus pretensos destinatários, levando-nos, enfim, a tentar perceber o verdadeiro lugar do ‘espectador’/‘utilizador’.

**Palavras-chave:** televisão, convergência, *Telejornal*.

\* Jornalista da RTP (Rádio e Televisão de Portugal), doutorando em Ciências da Comunicação no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Em Março de 2009, a empresa pública portuguesa de Televisão RTP inaugurou no seu portal de Internet o serviço *O Meu Telejornal*. Trata-se de uma evolução funcional da fragmentação em notícias vídeo que já se observara anteriormente. O utilizador *online* da página de vídeos de informação da estação passou a ter não só acesso aos diversos conteúdos noticiosos separados notícia a notícia, extraídos para o *site* a partir dos principais serviços noticiosos da estação em sinal aberto (o programa da manhã, *Bom Dia Portugal*, e os noticiários do almoço, *Jornal da Tarde*, e da hora de jantar, *Telejornal*), como a poder organizá-los de acordo com um *alinhamento* por si definido para imediato ou posterior visionamento. A experiência significa, pois, a potencial geração de uma miríade de novas *totalidades* estabelecidas individualmente por cada um dos *utilizadores-espectadores* a partir dos fragmentos da *totalidade* primordial definida pelo *produtor-difusor*, bem como a consagração de uma *destemporalização* da relação entre emissor e destinatário da mensagem televisiva. Serão essas novas totalidades *partilháveis* como é a totalidade primordial que lhes dá origem? Pressupondo o sucesso de experiências como esta, está ou não colocado em causa o próprio dispositivo televisivo como o conhecemos? Onde fica o produtor? Que novos discursos emergem? Chegou a prometida era da *pós-televisão*?

Neste artigo, mais do que respostas a estas questões, procuramos essencialmente um olhar crítico sobre as consequências que uma perspectiva fundada nas teses do determinismo tecnológico<sup>1</sup> está a ter na elaboração dos dispositivos alternativos de interação que envolvem a reutilização e potencial reapropriação de aspectos constitutivos do dispositivo televisivo tradicional. De facto, embora crescentemente questionadas na academia, especialmente pelas Ciências Sociais, essas teses continuam a dominar os discursos sobre Televisão e a tomar conta de importantes processos de decisão. Escolhemos o questionamento do *espectador* e do lugar que este ocupa nos diversos dispositivos como ângulo central para estabelecer esse olhar.

### **O fim da televisão: o espectador em crise**

Foi da conversa tecnológica que surgiram as primeiras noções de que a televisão, meio século depois de nascer, estaria já a contar os seus dias. O dispositivo, tornado tradicional pelos novos *media*, estaria também em vias de se tornar totalmente obsoleto. Desde 1995 que autores como Alejandro Piscitelli falam em *pós-televisão*. O investigador argentino considerava então que o avanço da computação à distância, com o crescente e facilitado manuseamento caseiro de conteúdos vídeo acabaria por subjugar a TV que conhecemos (1995: 23). Num livro que, anos mais tarde, dedicou ao assunto, Piscitelli desenvolve a sua argumentação partindo do prólogo de Alberto Ure. O texto, retirado de uma crónica escrita pelo autor no diário argentino *Clarín*, fala do modo centrípeto de funcionamento do dispositivo televisivo, mas também da peculiar posição do *espectador* nele:

<sup>1</sup> Muitos dos estudos e propostas que envolvem uma relação entre novos e velhos *media*, mesmo que não o assumam explicitamente ou que inclusivamente o tentem evitar, filiam-se na tradição sociológica do determinismo tecnológico, na qual “a tecnologia é tratada como se existisse acima da sociedade (como se fosse uma variável independente) e determinasse a sua forma, o que faz com que as análises se confinem aos chamados impactos sociais da tecnologia” (Simões 2006: 77).

O prazer estético funcionou sempre como um *zapping* sobre o objecto, porque toda a obra de arte é sempre uma obra aberta, embora não saibamos bem qual será a recombinação secreta que fará com que o receptor continue a segui-la. Além disso, a Televisão é um meio que abarca todos os objectos, submetendo-os às suas regras. (Ure in Piscitelli, 1998: 18)

Isto é, para o dramaturgo e cronista, já há muito que está latente o conflito relativo a quem controla o quê no ecrã televisivo. Ure resolve-o de modo peculiar, defendendo a ideia de que, mergulhado num oceano de imagens onde o dispositivo o pretende manter sob um suposto controlo, o *espectador* de televisão se torna cínico (Ure in Piscitelli, 1998: 20-21). Não foi certamente por acaso que Piscitelli chamou esta reflexão sobre a posição do *espectador* ao prólogo de uma obra em que desenvolve, a partir do entorno tecnológico que cerca o dispositivo televisivo, os seus argumentos sobre os últimos dias da televisão (1998: 33-75). Será, assim, neste cinismo, que Piscitelli inspira a sua proposta de uma *pós-televisão*. Esta seria o resultado terminal do encontro com um *espectador* que se volta cínica e criticamente contra o dispositivo televisivo tradicional e revela a sua face na consumação de um controlo efectivo do ecrã, obtido graças à promessa do novo universo da interacção *online*. Um *espectador* que se consome e se consoma. E deixa, por isso, de *ser*.

Para autores como o jornalista Ignacio Ramonet tem sido nos próprios ecrãs de televisão que esta fase *pós-televisiva* se vem desenhando. Há uma espécie de *TV do real* que emerge especialmente a partir de programas de *voyeurismo* colectivo como o *Big Brother*, mas que irrompe também nos restantes formatos, mesmo os de informação, fazendo surgir novas celebridades descartáveis e precárias para as quais “a recompensa simbólica não é apenas a satisfação pessoal, o narcisismo de ter aparecido na televisão, de ter conseguido fazer uma única e efémera passagem (num jogo, num concurso, num depoimento). Agora, é tornar-se a personagem de uma história” (Ramonet, 2001). Os sinais de uma *pós-televisão* seriam, então, dados por uma massiva invasão do ecrã televisivo por *espectadores* que deixaram de ser. Eliseo Verón recorre à semiótica de Peirce para explicar a sua convicção de que a terceira etapa da história da Televisão se iniciou precisamente com os programas que convidam a um cada vez maior *voyeurismo*, onde o novo interpretante central consiste “numa configuração complexa de colectivos definidos como exteriores à instituição-televisão, mais atribuíveis ao mundo não mediatisado do destinatário” (Verón, 2001: 7). Ou seja, Verón desloca o eixo do interpretante dominante para o exterior da televisão: é aos públicos que cabe o novo lugar central na enunciação mediática. E assim, para o semiólogo argentino, esta será mesmo a derradeira fase, a que decretará o fim da televisão de *grande público*: a deslocação do interpretante para o exterior da instituição-televisão (multiplicando-o) contraria, por definição, a noção de escassez de oferta que activava grandes audiências.

Mais recentemente, outro autor do espaço francófono, o sociólogo Jean-Louis Missika entrou também no debate, publicando, em 2006, o livro *La Fin de la télévision*. Para Missika, os argumentos já não se debatem hoje no campo tecnológico. Não é a televisão como tecnologia que está em causa, mas a televisão como meio capaz de reunir as sociedades modernas: “Estamos num mundo de omnipresença de imagens e

de inexistência de média. Cada vez mais imagem, cada vez menos televisão. Estamos prestes a conhecer uma sociedade sem televisão” (2006: 7). A grande mudança residirá na natureza da relação do *espectador* com a programação: se, numa fase inicial, a *paleotelevisão*, na designação proposta por Umberto Eco, o *espectador* assumia a posição, de inferioridade, do *aluno* perante o *professor* (2006: 13), esta evoluirá posteriormente, na *neotelevisão*, para uma posição de maior igualdade entre o *animador* e o *animado*, apesar de se manter um determinado ascendente exercido por um dispositivo de produção que garante ainda que haja *quem fale* e *quem escute* (2006: 21). É precisamente o desaparecimento contemporâneo desta diferenciação que, para Missika, anuncia a *pós-televisão* (2006: 29): um dispositivo que, paradoxalmente, avança para o seu epílogo produzindo diariamente as suas *estrelas*, do cidadão anónimo ao apresentador do telejornal (2006: 35). Mais: a *pós-televisão* já não é capaz, como antes, de reunir as multidões defronte dos ecrãs na partilha dos grandes cerimoniais colectivos, os quais a própria televisão tinha a capacidade de *criar*. Para Missika, os grandes acontecimentos da contemporaneidade *ultrapassaram* a televisão, esta deixou de *mediar*, deixou de *ter algo a dizer*, limita-se a transmitir aquilo que a negociação dos direitos lhe permite (2006: 88-90). Isto é, a *pós-televisão* perdeu a capacidade de reunir, é ela própria que se *re-une* ao acontecimento. Perdeu, assim, também, a capacidade de *sincronizar* o debate público e, com isso, acompanha o que, para o autor, é a própria desintegração do espaço público (2006: 93-105).

### **Rendez-vous para um novo espectador ou uma televisão que resiste**

A televisão de arquitectura analógica, ou seja, a televisão como a conhecemos das últimas décadas, tem muito pouco de verdadeiramente interactivo: nela resta-nos pouco mais do que o *zapping*. A emissão, organizada na lógica sequencial de uma única linha temporal, é-nos facultada em fluxo contínuo. Programa após programa. Como consequência desta simultaneidade na difusão e recepção das mensagens audiovisuais, explica Felisbela Lopes que “a compreensão daquilo que é emitido só [é] possível se aquele que vê conseguir aproximar-se das relações contextuais que fixam o sentido de cada fragmento” (1999: 69). Ou seja, o receptor só pode compreender a mensagem, tornando-a efectiva, se a acompanhar com atenção ao mesmo tempo em que esta é emitida. O sincronismo é, assim, parte integrante essencial da percepção desta televisão sequencial e ordenada no tempo, através da sua programação. Este facto, que uma visão mais técnica pode considerar anacrónico ou mesmo ultrapassado à luz dos avanços tecnológicos mais recentes, é, como vimos, paradoxalmente percebido por autores como Dominique Wolton como uma das forças maiores da televisão generalista, mesmo eventual condição para que esta continue a fazer sentido no panorama mediático contemporâneo (1994: 128). Assim, se por um lado a mensagem audiovisual veiculada pela televisão sequencial, em especial a generalista, requer um receptor passivo, essa passividade tem de conter, no entanto, uma forma mínima de participação individual.

Foi baseada nestas premissas que, durante o último meio século, a televisão tradicional construiu o seu domínio absoluto sobre o panorama mediático, aplicando sempre

a mesma receita técnica: uma emissão em fluxo contínuo, síncrono – entre emissão e recepção – e único. Por quanto tempo mais?

Na última década e meia inúmeros investigadores debruçaram-se sobre todo o tipo de questões ligadas à transição da televisão para o digital. As tecnologias, os conteúdos, os desafios, as dúvidas. No livro *Presente Y Futuro de la Television Digital* fazia-se, já em 1999, uma análise de largo espectro ao processo de digitalização da TV em Espanha e noutros países. Contudo, chegamos a 2009, dois anos após o prazo fixado como limite pelas autoridades federais norte-americanas para o final do período de transição para a digitalização total dos sinais de televisão (Lafrance, 1999: 283), e o que vemos de facto? A televisão digital existe há muito como tecnologia, mas potencialidades próprias da digitalização como a interactividade no televisor parecem ainda estar relativamente distantes, ou no mínimo, subaproveitadas. Já em 1999, o investigador canadiano Jean-Paul Lafrance avançava com um conjunto de possíveis explicações de cariz comportamental que, uma década após, se mantêm pertinentes: enquanto a Cultura da Televisão emerge essencialmente da passividade do *telespectador*, a Cultura Informática exige uma atitude pró-activa do *utilizador* (1999: 288). Steven Shaviro resume tudo a uma ideia: “a Televisão dirige-se aos meus ouvidos e olhos; mas a Net solicita todo o meu corpo” (2002: 200). A noção de distância, invocada por vários autores, tem aqui particular cabimento: a televisão vê-se a dois metros, ou mais, o computador utiliza-se a quarenta centímetros. Se é verdade que, no essencial, as diferenças comportamentais se mantêm, temos razões para crer que estas se têm vindo a tornar meramente contextuais. Será antes no modo de utilização do ecrã que a diferença reside. Isto é, a utilização do ecrã como monitor de computador, quando nele processamos um texto ou navegamos na Internet, leva-nos a lançar o corpo todo na relação. Mas é ou não verdade que o ecrã contemporâneo, mesmo o do computador de mesa, tantas vezes evolui no sentido do ecrã televisivo e nos induz ao afastamento físico e à mera ligação pelo olhar? Estaremos, assim, perante o cenário de uma mudança que resulta da convergência e integração dos dois comportamentos, produzindo como efeito uma reconfiguração do dispositivo televisivo daí resultante?

O cepticismo manifestado em 2001 por autores como Manuel Castells<sup>2</sup> relativamente à convergência televisão-Internet está, de facto, de forma cada vez mais evidente, a esbater-se na evolução posterior para a chamada *web social* (ou *web 2.0*)<sup>3</sup>, especialmente naqueles que estabelecem o entretenimento como factor central do uso da Internet. Neste particular, *sites* e redes de partilha social como o *YouTube* surgem como referência incontornável na forma como os actuais utilizadores da Internet a procuram

<sup>2</sup> Castells considerava que, “em vez de convergir com os *media*, a Internet está a afirmar o seu carácter específico como meio de comunicação” (2004: 236), para concluir que, então, a Internet era essencialmente comunicação, enquanto a televisão era principalmente entretenimento (2004: 236-237). Trata-se, contudo, de um cepticismo manifestado de forma cautelosa. Em *A Galáxia Internet*, Manuel Castells admite que pode estar enganado e que o curso dos acontecimentos o pode vir a desmentir (2004: 230).

<sup>3</sup> *Web social* ou *web 2.0* são designações utilizadas para definir a actual forma de uso e configuração da Internet dominada pela partilha de conteúdos gerados pelos próprios utilizadores, na qual se popularizaram as ferramentas de auto-edição desses conteúdos.

com o objectivo central da fruição. Isto é, a grande diferença da actual rede para a que Castells leu como estando longe do uso central dado à televisão é que, agora, a Internet parece servir cada vez mais o mesmo propósito da televisão. Se dúvidas restassem, é provável que o casamento celebrado no início de 2009 entre o *YouTube* e as produtoras japonesas de plataformas tecnológicas de jogos *Sony* e *Nintendo*, que permitiu cruzar o entretenimento proporcionado pelos conteúdos do *YouTube* com a fruição dos jogos em *interfaces* construídas sobre a plataforma televisiva, tenha servido para as dissipar.

O início de 2009 revelar-se-ia, aliás, bastante profícuo em dados que fazem antever a possível generalização desta tendência. A colaboração entre a estação de televisão *CNN* e a rede social *online Facebook*, experimentada no acompanhamento do dia de tomada de posse de Barack Obama como presidente dos Estados Unidos, foi anunciada como uma operação de sucesso global. De facto, neste dia, a televisão foi literalmente transportada, adicionada e reapropriada pela lógica de *egocasting*<sup>4</sup> no ambiente *online*, originando vários números *record* que, por se apresentarem sem precedentes na história da Internet, foram alvo de um imediato fascínio. Devemos notar, contudo, que só nos Estados Unidos, as emissões tradicionais de televisão correspondentes continuaram a registar audiências bastante superiores. De acordo com dados da agência Nielsen Media Research, citados pela agência Reuters, referentes apenas a receptores ligados nas casas americanas (o que exclui a projecção para multidões que se reuniram junto a ecrãs gigantes e em locais como bares e cafés), o momento alto do acto de tomada de posse, entre as 12.00h e as 12.30h (hora da costa leste americana), foi seguido por uma média de 8,5 milhões de espectadores na *CNN*, 5,5 milhões de espectadores do *Fox News Channel* e 3,1 milhões de espectadores da *MSNBC*, ou seja, totalizando, só nestes canais de notícias, mais de dezassete milhões de espectadores, dez vezes mais que o total de *streamings* de vídeos simultâneos registados a partir do *site* da *CNN* para todo o universo da Internet. São dados que nos obrigam a manter algum do necessário distanciamento analítico em relação à onda de entusiasmo que o acontecimento motivou. O mesmo distanciamento que nos leva, no seguimento de um raciocínio que foi imediatamente proposto pela investigadora brasileira Beth Saad Corrêa no blogue *Intermezzo*, a deduzir a hipótese de que, quer através da emissão transportada e reapropriada na Internet, quer através das emissões televisivas tradicionais, este terá sido essencialmente um momento de *partilha*, em primeira análise, de âmbito nacional, mas também global, primariamente motivado por uma *partilha* de *identificação*.

Assim, tendo em conta os respectivos modos comportamentais de utilização, parece-nos que a Televisão e a Internet estão de facto a convergir, sendo, neste aspecto, o *entretenimento* e a *partilha* possíveis chaves que nos permitem entender melhor esta noção de *convergência*. Se é certo que este movimento fusional foi antecipado há mais de uma década por tecnólogos como Nicholas Negroponte (1996: 192), não deixa de ser interessante observar que, para se dar de facto, esta *convergência* comportamental

<sup>4</sup> Num artigo escrito em 2005 para a revista *The New Atlantis*, a especialista norte-americana em Bioética Christine Rosen propôs o *egocasting* como forma de explicar “um mundo onde exercemos um controlo sem precedentes sobre o que vemos e o que ouvimos” (2005: 67). Para Rosen, o grande perigo do que designa por tecnologias da personalização é o facto de nos permitirem “evitar conscientemente ideias, sons e imagens com os quais não concordamos ou de que não gostamos” (*idem*).

parece depender, pelo menos em parte, da transformação do *utilizador* num novo tipo de *espectador*. Confirmar-se-á, assim, a pertinência do trabalho da investigadora norte-americana Michele White.

O que White propõe é, na realidade, um olhar alternativo à corrente analítica que tem dominado a conversa sobre a Internet. Na sua obra *The Body and the Screen* (2006), a autora assume a necessidade de estabelecer uma ruptura em relação às teses que defendem que os *utilizadores* da Internet deixaram de ser meros *espectadores* (2006: 8). Pelo contrário, White serve-se de um conjunto de argumentos teóricos que conjugam, entre outras, a teoria psicanalítica do cinema e a teoria do dispositivo, para analisar em profundidade o modo como a Internet *produz*, de facto, o seu *espectador*.

A proposta de White não só não é inócua neste alternativo ângulo de abordagem que propõe relativamente aos contemporâneos uso, interacção e contemplação em meios *online*, como rasga uma perspectiva abrangente relativamente ao modo como inserimos no quotidiano a nossa relação com os ecrãs. Permite-nos formular, desde logo, uma hipótese cuja imanência a partir deste raciocínio é quase óbvia: a de que a *convergência* comportamental de que falamos não se resume a uma dinâmica de um só sentido, à qual o discurso académico tem estado relativamente preso. Assim, não será apenas no dispositivo televisivo que se observará o reajustamento, tomado como mera adaptação perante uma nova realidade. Este terá também de acontecer relativamente à nossa posição perante o ecrã do computador, do telemóvel, isto é, os ecrãs da contemporaneidade. A conversa sobre *convergência*, mais do que uma conversa determinista que, grosso modo, parte da noção simplista de uma carroça na qual a televisão é *puxada* pela Internet, passaria assim a ser uma conversa integradora, na qual se tentam perceber as dinâmicas mútuas de aproximação ao nível da configuração dos dispositivos<sup>5</sup>. Fará, assim, sentido a ameaça terminal que paira sobre o dispositivo televisivo?

## O meu telejornal e a nossa televisão

Analisados sumariamente os elementos de que dispomos<sup>6</sup>, não nos parece correcto afirmar que o público, enquanto *espectador*, esteja forçosamente a fugir da televisão, deixando-a sem alternativa que não seja o imperativo determinista de uma revolução tecnológica profunda. O que muitos estudos empíricos evidenciam, especialmente nos mais jovens (e não só) é não um abandono puro e simples da televisão (será, quando muito, um latente conflito com a sua lógica de oferta tradicional síncrona de sentido único), mas um movimento progressivo de integração de uma cultura comportamental fundada no individualismo da contemporaneidade, uma cultura que, estamos em crer, tanto induzirá

<sup>5</sup> No limite, como é óbvio, estas dinâmicas conduzirão à elaboração de um dispositivo resultante da integração.

<sup>6</sup> Aos dados que acima citamos junte-se, por exemplo, toda a panóplia de informações relativas aos tempos médios de visionamento televisivo que, num país como Portugal, têm tido variações mínimas de ano para ano e não indiciam, de modo algum, qualquer queda assinalável no visionamento televisivo, antes pelo contrário: por exemplo, de 2007 para 2008, observou-se um aumento global superior a cinco minutos por dia, por pessoa, sendo que segmentos como o das crianças dos 4 aos 14 anos e os jovens dos 15 aos 24, apesar de serem um dos segmentos da população que menos horas passa em frente ao televisor, viram mais televisão que no ano precedente (<http://www.marktest.com/wap/a/n/id-1290.aspx>).

comportamentos activos como comportamentos passivos, desde que orientados para a noção de satisfação narcísica ou de satisfação das necessidades imediatas. Ou seja, desde que dependentes da escolha individual do momento. Mas não é na tecnologia preexistente, e perpetuamente subaproveitada – ou não fosse essa uma ladainha que já nos habituamos a escutar nos discursos enformados pela tecnodependência –, que consideramos estar o cerne do problema televisivo da contemporaneidade. Será mais avisado, pensamos, um caminho que privilegie o conhecimento sobre o lugar do *espectador*, e o modo como este está a ser ajustado no seio dos dispositivos que o inserem na relação contemporânea com os ecrãs. Para isso necessitamos, de facto, de entender como, também *online*, isto é, em contextos que privilegiam o assincronismo individual da relação com o ecrã, se podem estar a gerar novos modos de utilização e permanência que permitirão elaborar um *espectador*, porventura diverso daquele que, antes, pouco mais podia fazer do que mover o polegar em direcção ao canal seguinte da grelha de televisão.

Dito isto, como inserir o *Meu Telejornal* nesta perspectiva analítica? Como se percebe, a nossa proposta não passa por reflectir o que ainda não pode ser reflectido. A experiência é demasiado recente. Podemos, contudo, propor um entendimento crítico dos princípios que levaram a RTP a disponibilizar *online* um serviço com as características deste e esses parecem-nos enquadrados por um discurso que coloca a tecnologia e as suas sempre prometidas potencialidades no centro, remetendo para a periferia as forças e dinâmicas sociais<sup>7</sup>. De facto, parece-nos que, na sua génese, o *Meu Telejornal* foi constituído na óptica de um serviço para *utilizadores* que terá a dificuldade de lidar com a possibilidade de estes se poderem tornar *espectadores*. Expliquemo-nos: ao ser convocado a escolher, do mosaico das notícias oferecido pelo ecrã, as que tenciona posteriormente visionar, bem como a ordem pela qual o irá fazer, o *utilizador* é chamado a navegar na página e a *clicar*, actos que insere naturalmente na cultura informática de que faz parte. A escolha pode ser feita numa só operação ou em várias, isto é, o *utilizador* pode voltar à página de notícias vídeo da RTP e juntar mais algumas peças ao seu *alinhamento*. Quando, finalmente, o *utilizador* escolhe ver o *Meu Telejornal* resultante desse conjunto de escolhas, com o que é que se depara? É provável que, como Jostein Gripsrud (2004: 218), ele se afaste instintivamente do ecrã de computador para ver o conjunto de notícias que escolheu, mas será que a sua metamorfose em *espectador* não comporta mais do que a simples passagem de uma posição a outra? Se assim fosse, não estaria o próprio dispositivo televisivo posto em causa pelo seu próprio processo de desconstrução? De facto, o que o *utilizador produziu* foi um *clip* que terá uma duração total que é a soma de cada uma das peças que o constitui. Só que, no alinhamento do noticiário de televisão, a soma é um discurso constituído sobre as regras da construção editorial, estabelecido sobre um eixo de temporalidade partilhável. Não arriscaremos muito ao afirmarmos que dificilmente algo disto estará presente no *clip*-sequência de

<sup>7</sup> Será interessante, para uma análise mais aprofundada desta argumentação, o visionamento da peça de José Alberto Carvalho, emitida no *Telejornal* da RTP de 2/03/2009, mais concretamente das razões apresentadas pelo Director de Informação da estação pública de Televisão para a configuração da solução apresentada. Consulta *online* em: <http://tv1.rtp.pt/noticias/?headline=20&visual=9&tm=8&t=Site-da-RTP-surgiu-com-face-renovada-e-com-conteudos-reforçados.rtp&article=205901>.

notícias que o *utilizador* elabora de modo que, para os outros, será sempre mais ou menos aleatório: a temporalidade desfasou-se no sentido da individualização, a coerência discursiva do programa de televisão perde-se na miríade de possibilidades combinatórias dos seus fragmentos. O *Meu Telejornal* já não é o *nosso*. O *espectador* mergulhou nas águas da navegação e arrisca-se mesmo a nem sequer emergir. Ter-se-á, libidinosamente, transformado num utilizador capaz de um controlo tal que dificilmente dele abdicará. Será que, logo mais, ou logo ali, ele quererá mesmo ver, do princípio ao fim, todo o *clip*-sequência que, quase sem dar conta, produziu?

Como muitas outras propostas de solução da complexa equação contemporânea do consumo mediático, o *Meu Telejornal* não deixa de nascer de mais um paradoxo: embora pretenda actuar no âmago da recepção, promovendo uma alteração da mecânica de funcionamento desta, emerge no seio dos dispositivos de produção. Significará, por isso, mais uma entre tantas tentativas que a televisão tem realizado, ao longo das últimas décadas, para entender um *mistério da recepção* que, se é verdade que tem sido uma das suas forças maiores (Wolton, 1994: 72; 128), se abre agora, graças a uma digitalização que transforma decisões individuais em pegadas na areia tecnológica, à curiosidade da revelação total. O problema que a oferta tecnológica nunca consegue resolver não é saber como poderá ser *usada* mas, antes, de que modo será apropriada. Há uma metamorfose do *mistério* que interactua com a metamorfose do próprio dispositivo televisivo. Por outro lado, se existe promessa na posição do *espectador* é a da partilha. Dispondo-se a *receber*, o espectador dá-se a uma temporalidade em que pode receber *com outros*. Pelo contrário, a posição do *utilizador* constrói-se na individualização da *doação*, na qual o indivíduo que *utiliza* se dá ao *utilizado*, e daí a interactividade. A noção a reter aqui é a de um fluxo descontínuo bidireccional, que isola. O leitor dá-se ao livro para *em si* o livro se dar. Isto só pode suceder num encerramento temporal que não admite qualquer simultaneidade partilhável. Não há sincronismo intersubjectivo, apenas assincronismo subjectivo. Por isso, só *recebendo* se pode, ao mesmo tempo, *estar com*. O *espectador* partilha e assim, enquanto houver *espectador*, persistirá um horizonte de possibilidade para uma televisão partilhável, *de todos*. O investigador norueguês Jostein Gripsrud defende há anos este ponto de vista, que sustenta, precisamente, nas noções de partilha e de construção identitária individual e comunitária (2004: 213). Ou seja, se a convergência comportamental, que antes analisámos, está a elaborar um novo *espectador*, então esta convergência, conjugada com a própria condição de *ser espectador*, admitirá como consequência um dispositivo de mediação e coesão como a televisão. Será, assim, prematuro falar em ‘fim’, talvez até nem estejamos a falar de uma ‘revolução’, mas apenas de mais uma metamorfose do dispositivo televisivo no sentido, que defendemos, de uma *TV do ego* (Loureiro, 2008: 321-331): um dispositivo que centra ainda mais o indivíduo, abrindo-lhe as janelas temporais do mundo partilhável, que é também o mundo em que ele estabelece as trocas e dinâmicas que lhe moldam uma identidade em processo.

## Bibliografia

- Castells, Manuel (2004), *A Galáxia Internet*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Corrêa, Beth Saad, “A posse de Obama e a experiência de compartilhamento nas redes sociais: o caso CNN com Live + Facebook”, in INTERMEZZO, Blog (2009), publicado a 21/01/2009, consultado a 22/01/2009: <http://imezzo.wordpress.com/2009/01/21/a-posse-de-obama-e-a-experiencia-de-compartilhamento-nas-redes-sociais/>
- Gripsrud, Jostein (2004), “Broadcast Television: The Chances of its Survival in a Digital Age”, in Spigel, Lynn; Olsson, Jan (org.) (2004), *Television after TV. Essays on a medium in transition*, Durham: Duke University Press.
- LaFrance, Jean-Paul (1999), “La Televisión del siglo XXI será digital o no será!”, in Bustamante, E. & Monzoncillo, J. M. A. (org.) (1999), *Presente Y Futuro de la Televisión Digital*, Madrid: Édipo.
- Lopes, Felisbela (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Coleção Comunicação, Coimbra: Livraria Minerva Editora.
- Loureiro, Luís M. (2008), “Convergência e hipermodernidade: emerge a TV do ego”, in *PRISMA.COM* n.º 7, Porto: CETAC Media, disponível online em: [http://prisma.cetac.up.pt/315\\_Convergencia\\_e\\_hipermodernidade\\_emerge\\_a\\_TV\\_do\\_ego\\_Luis\\_Loureiro.pdf](http://prisma.cetac.up.pt/315_Convergencia_e_hipermodernidade_emerge_a_TV_do_ego_Luis_Loureiro.pdf)
- Markttest (2009), *Crianças viram mais televisão*, publicado a 10/02/2009, consultado a 19/03/2009: <http://www.markttest.com/wap/a/n/id~1290.aspx>
- Missika, Jean-Louis (2006), *La Fin de la télévision*, Paris: Éditions du Seuil et La République des Idées.
- Negroponte, Nicholas (1996), *Ser Digital*, Lisboa: Editorial Caminho.
- Piscitelli, Alejandro, “Paleo-, Neo- y Post-televisión. Del contrato Pedagógico a la Interactividad Generalizada”. in Gomez Mont, Carmen (org.) (1995) *La Metamorfosis de la TV*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, Cidade do México: Universidad Iberoamericana.
- Piscitelli, Alejandro (1998), *Post-Televisión. Ecología de los medios en la era de Internet*, Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Ramonet, Ignacio (2001), “Big Brother”, in *Le Monde diplomatique* online (edição brasileira), edição de Junho de 2001, consultado a 30/03/2008: <http://diplo.uol.com.br/2001-06,a182>
- Reuters (2009), *Obama draws 37.8 million US TV viewers*, publicado a 22/01/2009, consultado a 22/01/2009: <http://uk.reuters.com/article/mediaNews/idUKN2150367720090122?pageNumber=2&virtualBrandChannel=0&sp=true>
- Rosen, Christine (2005), “The Age of Egocasting”, in *The New Atlantis – Journal of Technology and Society*, n.º 7, Washington: Ethics and Public Policy Center.
- RTP (2009), *Site da RTP surgiu com face renovada e com conteúdos reforçados*, publicado a 2/03/2009, consultado a 20/03/2009: <http://tv1.rtp.pt/noticias/?headline=20&visual=9&tm=8&t=Site-da-RTP-surgiu-com-face-renovada-e-com-conteudos-reforcados.rtp&article=205901>
- Simões, Maria João (2006), “Contributos para uma sociologia da tecnologia”, in *Configurações*, Revista de Sociologia, n.º 2, Porto: Campo das Letras.
- Shavro, Steven, “Ligações perigosas: a ontologia das redes digitais”, in Miranda, José Bragança de & Cruz, Maria Teresa (org.) (2002), *Crítica das Ligações na Era da Técnica*, Lisboa: Tropismos.
- Ure, Alberto (1998), “Un espectador cínico” in Piscitelli, Alejandro (1998), *Post-Televisión. Ecología de los medios en la era de Internet*, Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Verón, Eliseo (2001), *Les Publics entre production et reception: problèmes pour une théorie de la reconnaissance*, comunicação proferida nos Cursos da Arrábida 2001 – Públicos, Televisão, texto policopiado.
- White, Michele (2006), *The Body and the Screen – Theories of Internet Spectatorship*, Cambridge MA: MIT Press.
- Wolton, Dominique (1994), *Elogio do Grande Público – Uma teoria crítica da televisão*, Porto: Edições Asa.