

Acontecimento e Media

CALEIDOSCÓPIO

JORNALISMO TELEVISIVO NA INTERNET: EMERGÊNCIA E DESAFIOS

O jornalismo televisivo na Internet encontra-se numa fase proto-histórica dado que se limita a fazer a transposição dos conteúdos do dispositivo tradicional para o ecrã do computador. Todavia, os sujeitos apropriam-se de cada novo dispositivo tecnológico configurando novas formas de mediação (Damásio, 2005: 186). Assim, é vital a emergência metamórfica de uma nova dimensão semiótica assente numa literacia não-linear que convida o espetador a desempenhar um papel mais ativo (Danvynger, 2003: 237) explorando narrativas que exigem maior participação mental por parte do público (Brooks, 2003: 251).

Pretende-se, portanto, que a pantalha do computador, o “palimpsesto eletrónico” que produz imagens a partir da “neve eletrónica”, grau zero de onde emergem todas as imagens vídeo (Cádima, 1996: 189), seja explorado por via de novas convenções capazes de aproveitar o novo campo hipermediático. Como referem Missika e Wolton (2010), o dispositivo comunicacional evolui de um modelo clássico em pirâmide para um modelo matricial, “interativo, através do qual se joga uma autonomia crescente do sujeito”.

O jornalista da Web TV confronta-se, assim, com a necessidade de adotar uma nova prática discursiva para afrontar com êxito a metamorfose emergente, concedendo coerência à complexidade do conjunto hipermediático, imagético, verbal e infográfico que a enforma.

A televisão converteu-se à Internet porque a mensagem do dispositivo televisor de massas

Daniel Catalão

Jornalista RTP

Universidade Lusófona do Porto

DANIEL CATALÃO

pode reconfigurar-se e direcionar-se a um sujeito específico criando uma experiência personalizada (White, 2006: 343).

A emergência de novos dispositivos móveis vai colocar a televisão na mão. O advento de equipamentos como os *tablet* e a evolução da qualidade gráfica dos ecrãs dos PDA (*Personal Digital Assistant*) abre um novo leque de oferta de conteúdos que podem ser visionados em qualquer lado. A televisão vai no bolso. Um *tablet* vai aproximar a experiência de ver televisão àquela de ler um livro. Como bem alerta Días-Noci (2010), “a televisão não está interessada num dispositivos que imite o papel, mas sim num ecrã portátil que permita reproduzir os seus conteúdos”.

As redes celulares de quarta geração vão amplificar de sobremaneira a potencialidade dos *tablet* por permitirem a distribuição móvel de vídeo com qualidade de alta definição. O ulterior desenvolvimento de tarifas a preços que se assemelhem aos verificados já hoje nas redes móveis de dados será o derradeiro catalisador para banalizar os conteúdos de vídeo nos dispositivos portáteis.

Este é, assim, o momento estratégico para desenvolver os códigos linguísticos jornalísticos hipermediáticos tendo em conta a banalização da distribuição mutiplataforma. É vital defender o essencial do jornalismo, mas não é mais possível escamotear a necessidade de reconfigurar as práticas jornalísticas e os modelos de produção.

Este processo multidimensional a que chamamos convergência afeta os meios de comunicação em todas as suas valências empresariais, tecnológicas, profissionais e editoriais, “propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregadas” (Días-Noci, 2010).

A emergência de uma nova semântica

Porque o fenómeno é ainda imberbe, os jornalistas televisivos em espaço Web carecem de *guidelines* que lhes permitam criar peças adequadas aos diferentes ecrãs. É necessário, em consequência, clarificar códigos sintáticos e semânticos que obviem a construção de mensagens e que tornem a linguagem o menos ambígua possível quando vertida para diferentes dispositivos.

Aos jornalistas de televisão coloca-se, portanto, um novo desafio iniludível: a emergência da notícia televisiva no ecrã de computador. Todavia, aqui ela aparece desfasada do *continuum* em que se enquadra na emissão televisiva, o Telejornal que se desenrola com um fio condutor orientado por um apresentador/pivô.

Atomizada num ecrã de computador, a notícia televisiva pode já não ser a mesma, estará descontextualizada porque ausente do seu *habitat* – “destemporalizou-se, desfasou-se, perdeu uma certa verdade” (Loureiro, 2008: 332). Ora, uma notícia assim disponibilizada pode não servir o interesse da mensagem jornalística, correndo o risco, inclusivamente, de acrescentar ruído comunicativo. Se um Telejornal representa um universo fechado e organizado graças a um fio condutor que lhe atribui um significado unívoco, já as notícias recortadas e atiradas para o ecrã

JORNALISMO TELEVISIVO NA INTERNET...

de computador via Internet correm o risco de se constituir numa torre de Babel. Fracionadas, não são mais que meros átomos de uma existência descontextualizada. Mais ainda quando a sua disponibilização é desprovida de enquadramento e de *links* que obstam a hipernavegação e a observação do todo e não somente da nuvem.

Estudos em curso, como o de Loureiro (supracitado), procuram identificar as implicações da apropriação da televisão por parte da Internet, mas olhando especialmente para o seu impacto no processo identitário de cada um dos utilizadores. Observa-se que a preocupação tem sido a de analisar as consequências do novo fenómeno comunicativo no recetor, mas existe um défice de concentração no emissor.

Apresenta-se-nos como um desafio o recentrar da investigação, olhar para o produtor e para as suas necessidades e auto exigências no sentido de obter êxito no desígnio de transmutar a linguagem televisiva tradicional numa nova linguagem televisiva hipermediática, dotada de novas convenções. Torna-se vital a definição de regras gramaticais próprias que permitam ao jornalista da “nova televisão” adaptar o seu discurso clássico a uma narrativa não linear que, contudo, não se afigure demasiado entrópica. Esta inovadora linguagem televisiva enquadra-se no desenvolvimento de novas literacias mediáticas e respetiva aquisição de novas competências comunicativas. E tal só é alcançado com êxito se o novo quadro referencial comunicativo implicar um processo cognitivo que garanta a partilha de signos comuns entre emissor e recetor.

Portanto, afigura-se como essencial desenhar o que Peirce designou como *representamen*¹, o veículo da informação (Peirce *apud* Rodrigues 2000), o corpo de um novo signo convencional na comunicação hipermediática.

O novo dispositivo tecnológico fornecido pela Internet impõe uma problematização dialética semelhante àquela estudada por Ferdinand de Saussure em torno da linguística.

Bem podemos aqui aludir à *arbitrariedade* do signo, ou seja, ao facto de o significante não depender da livre escolha do sujeito porque “não está no poder do indivíduo alterar o signo desde que ele tenha sido aceite por um grupo linguístico” (Saussure, 1971: 126).

Como bem esclarece Barthes (1997: 26), o signo é “verdadeiramente ‘arbitrário’ pois é instituído [...] por uma decisão unilateral” dado que a língua é elaborada por um grupo de decisão. À “massa falante” só está permitido retirar dela “mensagens (‘falas’), mas não participa na sua elaboração”.

Da mesma forma, cabe aos jornalistas de televisão elaborar os códigos hiperlinguísticos e os novos *representamen*.

Todavia, esta criação não pode obstar à participação do espetador, pois é sobre ele que exerce efeito e é dele que deve retirar lições sobre o êxito do processo comunicativo dado que, em última instância, a comunicação só se efetiva no recetor, pois é ele o descodificador final da mensagem.

Devemos, portanto, aceitar simultaneamente os conceitos saussureanos de *imutabilidade* e *mutabilidade* (Saussure, 1971: 129-140) dado que, se o falante não dispõe da prerrogativa de alterar o signo depois de convencionalizado, a verdade é que a mutação se verifica por via das intervenções que o conjunto dos falantes exerce sobre ele.

DANIEL CATALÃO

Uma nova técnica discursiva deve ser operacionalizada para que os jornalistas do velho ecrã saibam tirar partido do novo ecrã, cujas potencialidades se encontram num estado imberbe no que ao jornalismo televisivo diz respeito.

A extensão do homem

Nunca como hoje fez tanto sentido a ideia de McLuhan (1979) de ver os meios de comunicação como extensões do homem. A noção de interatividade com o conteúdo e a possibilidade de agir sobre a interface do computador através do rato ou mesmo com as mãos diretamente sobre a superfície do ecrã criam uma intimidade com o dispositivo antes inexistente.

O sujeito estabelece uma relação de intimidade com a tecnologia, dá-se uma “erosão das fronteiras entre real e virtual, o animado e o inanimado, o seu unitário e o eu múltiplo” (Turkle, 1997: 12). Mas a intimidade do sujeito com o dispositivo computador ou com o ecrã de um telemóvel é distinta da que estabelece com o dispositivo televisor. A relação sensorial e afetiva diverge: com um telemóvel existe uma relação epidérmica, ele vai colado ao corpo, viaja no bolso. A relação sensorial com o computador é, igualmente, especial. Ele está próximo da vista, sente-se pelo tato quando se escreve ou quando se faz mexer o apontador através do rato ou de um painel tátil perto do teclado. Sente-se uma ação nele como se fosse uma extensão da mão. A relação com a televisão é mais distante e fria. O ecrã está longe, normalmente a mais de um metro. O sujeito não sente interação, reconhece somente o poder de o comandar através do efeito de *zapping*.

“Com a ajuda de um rato ou de uma câmara de vídeo, o computador transforma-se num ser inteligente capaz de nos envolver num diálogo” (Manovich, 2005: 1).

Mas, neste relacionamento íntimo entre sujeito e dispositivo tecnológico, o indivíduo comum não pretende dominar o funcionamento técnico do computador, pretende, isso sim, conhecê-lo para que lhe seja familiar. Não quer conhecer a técnica da interface, quer que ela seja familiar e sem segredos. “O objeto físico foi relegado para segundo plano. O objeto psicológico tornou-se o centro das atenções” (Turkle, 1997: 115).

Como bem alerta Damásio (2005: 217), o uso “implica uma apropriação efetiva da tecnologia pelo sujeito”, ele não se limita ao manuseamento instrumental. Ou seja, o uso da tecnologia de comunicação é um fenómeno participativo. “A tecnologia e o sujeito moldam-se mutuamente”. Portanto, uma nova tecnologia terá de ser capaz de integrar as crenças, valores e referências do indivíduo.

Não é estranho, assim, que o indivíduo exija mais da televisão, que queira agir sobre os conteúdos, que não deseje somente escolher o programa, mas o que quer ver dentro desse programa, quando e como lhe aprouver. O conceito é o fim do ‘mesmo programa’ e a génese de um mundo de “programas” e de “navegações”, “tantos quantos os respetivos utilizadores” (Missika e Wolton, 2005).

Como tal, ao invés dos públicos globais gerados pelos *media* tradicionais, os *media* interativos desenvolvem “públicos parciais” e “políticas *‘single issue’*” (Silveirinha, 2002).

JORNALISMO TELEVISIVO NA INTERNET...

A nova estratégia discursiva será, portanto, a de deixar para trás a dominação de um fluxo narrativo unívoco, para permitir um novo regime biunívoco, mesmo que ele tenha de ser feito “através de uma explosão de univocidades, de pequenos fluxos, uma espécie de resposta aos inúmeros constrangimentos criados pelo atual modelo de mediação e dominação” (Cádima, 1996: 77).

Tal mudança de paradigma afigura-se a mais acertada tendo em consideração o modelo holístico que constitui a Internet pois ela integra informática, texto, processamento de imagens e vídeo. Ela é, portanto, a “neve eletrónica”, grau zero de onde emergem todas as imagens vídeo (Cádima, 1996: 189).

Assim, o “palimpsesto eletrónico” em que se transformou o ecrã do computador deve ser explorado por via de convenções inovadoras capazes de aproveitar o novo campo hipermediático. Como referem Missika e Wolton (2005), o dispositivo comunicacional evolui de um modelo clássico em pirâmide para um modelo matricial, “interativo, através do qual se joga uma autonomia crescente do sujeito”.

No campo do jornalismo televisivo para a Internet, o contributo para a maior integração do espetador poderá ser materializado através da abertura de canais participativos e da construção de narrativas não lineares que abram espaço ao indivíduo para prosseguir o visionamento da história segundo o desejo pessoal, mas através dos caminhos pré-estabelecidos pelo autor da narrativa. A estrutura da nova narrativa deve ser um “instrumento de moldagem” (Dacynger, 2003: 238).

A estratégia de comunicação exige, como tal, algumas alterações, dado que diminuiu o fosso entre quem acede ao conteúdo e quem o produz (Damásio, 2005: 190).

Este paradigma origina um espaço público cibernético que amplia a noção de paridade na argumentação, uma ideia que, segundo Silveirinha (2002), sustenta a noção de “igualdade de estatuto” e confere ao sujeito o “suporte de exercício público da razão” na esfera pública liberal. Ou seja, “todos se podem transformar em membros de um público” (*idem*).

Em 2003, Ashley Highfield, diretor de novos *media* e tecnologia da BBCi, anunciava, na conferência *Next Media*, que “a imagem tradicional da família reunida à volta do televisor está ultrapassada” (Quico, 2004: 19).

Um estudo realizado então pela BBC detetava quatro tendências: as pessoas estão a assumir o controlo do seu consumo de *media*; as pessoas querem cada vez mais participar e estar próximo dos *media*; as pessoas consomem cada vez mais diversos *media* em simultâneo; as pessoas querem partilhar conteúdos – vídeo, música, etc. – com outros pares (*idem*). Veja-se como a última das tendências foi anunciada um ano antes da aurora do arquétipo da partilha de vídeo, o YouTube, que nasceu em Fevereiro de 2005.

Mesmo assim, já em 1997, Gabel e Swyden (*cit. in* White, 2006: 347) alertavam para as diferenças ontológicas entre televisão e Internet citando um personagem da série televisiva “*Buffy, a caçadora de vampiros*”. Aí, a televisão era definida como a “caixa idiota”, enquanto a Internet era entendida como a “caixa boa” porque permite aceder ao conhecimento, à interatividade e à análise crítica.

DANIEL CATALÃO

Seja como for, a autora realça o facto de televisão e Internet serem descritas como uma “caixa”, o que correlaciona estas tecnologias e práticas sociais através de um “dispositivo de partilha” (White, 2006: 347).

Por seu turno, Palmer (2004) reforça a ideia de dispositivo ao retratar computador e Internet como algo incorporado quando descreve a Webcam como “a filha bastarda da TV” devido à sua obsessão pelo “ao vivo”.

A atualidade mostra que o jornalismo televisivo na Internet ainda se encontra numa fase proto-histórica, dado que se limita a fazer a mera transposição dos conteúdos do dispositivo tradicional para o ecrã do computador. Todavia, os sujeitos apropriam-se de cada novo dispositivo tecnológico reconfigurando novas formas de mediação (Damásio, 2005: 186). A metamorfose dessa nova dimensão semiótica consubstancia-se numa literacia não-linear que desafia o espectador a desempenhar um papel mais ativo (Danvynger, 2003: 237) através de narrativas mentalmente mais exigentes para o público (Brooks, 2003: 251).

Neste processo evolutivo, “tecnologia e indivíduos não são pólos que se sobrepõem, mas sim partes integrantes de uma mesma Dinâmica” (Damásio, 2005: 186).

A pulverização de conteúdos noticiosos implica, porém, um risco da perda do quadro de referência do real. Este novo espaço de acesso aos fluxos informativos pode, assim, paradoxalmente, constituir-se um desintegrador social de um sujeito inserido numa “aldeia global”. Mais ainda porque essa “aldeia global” é “repartida entre grandes famílias mediáticas, concentrando meios, uniformizando fluxos, instituindo novas legitimidades que dissimulam [...] a crise da autonomia do sujeito” (Missika e Wolton, 2005: 9).

Porém, os mesmos autores reconhecem que vivemos a era do “*self media*” graças às redes de comunicação, um novo campo hipermediático de convergência entre audiovisual, telecomunicações e informática que se transfigura num “complexo integrador” e que reforça o paradigma comunicacional e leva à “recomposição da esfera pública e política” (Idem: 10).

Díaz-Noci (2010: 252) explica que a convergência afeta os meios de comunicação em todas as suas valências empresariais, tecnológicas, profissionais e editoriais “propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregadas”.

Consequentemente, tal convergência representa um desafio para os jornalistas, dado que os conteúdos são distribuídos numa base de multiplataforma o que, em rigor, exige a adaptação da mensagem à linguagem de cada uma dessas plataformas.

Estamos, portanto, perante uma nova literacia mediática definida por Damásio (2000: 3) como: “As competências subjectivas que permitem ao sujeito realizar o tipo de escrutínio e de avaliação da forma e do conteúdo dos objectos exigido por este novo ambiente comunicacional”.

Tais competências tornam-se essenciais à descodificação dos novos signos linguísticos hipermediáticos visto que a veiculação da mensagem não está toda contida na informação imágica. A descodificação depende sempre do edifício moral e cognitivo do sujeito, de um contexto epistemológico que lhe permite valorizar e reconhecer a informação, sob pena de se tornar em comunicação aberrante.

JORNALISMO TELEVISIVO NA INTERNET...

“As novas tecnologias da percepção implicam um movimento em frente extraordinário. Em última instância elas prometem uma tecnologia interativa que liga diretamente a imagem com o corpo/cérebro orgânico. (...) assim, elas empurram a figura do espectador passivo para o próprio centro da acção”. (Kogama, 1996: 53 *cit. in* Damásio, 2000: 9)

Mas se o espetador se sente a ir para o centro da acção, não percebe muitas vezes que, na realidade, na Internet está a ser puxado para uma relação de intimidade com a interface, graças a artifícios tecnológicos que o convencem ser merecedor de um tratamento de deferência. O interlocutor é, afinal, uma máquina provida de um programa informático “inteligente” que já depositou no computador do indivíduo dados (*cookies*) que permitem identificá-lo automaticamente em contactos futuros. Assim, quando o sujeito se liga a determinado serviço pode ser cumprimentado pelo nome e quando escolhe executar uma determinada tarefa pode receber sugestões de assuntos ou produtos relacionados.

Portanto, a mensagem impessoal do dispositivo televisor de massas pode ser agora reconfigurada na Internet para uma mensagem personalizada, direccionada ao espetador com recurso ao pronome “tu” para “criar uma experiência única e personalizada” (White, 2006: 343).

O indivíduo adquire uma noção de performatividade, porque age e cria, ainda que de forma ilusória e artificial.

Exemplo disso é o serviço da RTP designado como “O Meu Telejornal”. Aqui, o espetador pode seleccionar as notícias que pretende ver, alinhá-las pela ordem que deseja visioná-las e assistir, então, ao telejornal que escolheu, mas desprovido da contextualização fornecida pelo apresentador no noticiário original de onde provêm as reportagens.

Este noticiário expurgado daquilo que o espectador não deseja é, porém, uma ilusão de poder. Criar um Telejornal personalizado é tão só alinhar o que foi previamente produzido. O controlo incide apenas sobre a selecção e a hierarquização do visionamento. O poder de *gatekeeper* é alheio ao sujeito, continua nas mãos do jornalista. O indivíduo não é o decisor ideológico do conteúdo, apenas um seu escrutinador e hierarquizador parcial.

Este espaço constitui, indubitavelmente, um avanço na capacidade de intervenção do espectador no seu domínio de cognição. Mas é ainda um momento de paleo-Web TV. Os conteúdos a que acede são aqueles da televisão tradicional, recortados e colocados na estante cibernética. A notícia da Internet é a mera transposição da notícia da televisão.

No futuro jornalismo televisivo, o sujeito continuará a ter uma liberdade mediada. O decisor será sempre o jornalista, mas a narrativa deverá alterar-se fornecendo vários caminhos ao espectador. Ele entrará num labirinto hipermediático pré-definido, mas não caótico.

Será operacionalizada uma nova técnica discursiva que explore as potencialidades do ecrã de computador e dos novos dispositivos móveis, como os *tablet*, que “vão permitir alterar a forma tradicional de consumo” (Dias-Noci, 2010: 562), pois podem ser transportados e manuseados como um livro.

O desenvolvimento tecnológico tem proporcionado um substancial aumento de qualidade dos ecrãs, onde brilho e contraste permitem experiências visuais mais enriquecedoras e menos cansativas em termos fisiológicos.

DANIEL CATALÃO

E tal como os bagos de uva do pintor grego Zeuxis (5 a.C.) pareciam tão realistas que até os pássaros voaram para os comerem, também estes novos ecrãs conjugados com uma literacia adequada permitirão à televisão da Internet atrair, cativar e aprisionar cada vez mais os utilizadores.

Bibliografia

- BARTHES, Roland (1997). *Elementos de Sociologia*. Lisboa: Edições 70.
- BROOKS, Kevin (2003). *Estruturas de Narrativas Não-Lineares, in Autoria e Produção em Televisão Interactiva*. Lisboa: COFAC.
- CÁDIMA, Francisco Rui (1996). *História Crítica da Comunicação*. Lisboa: Século XXI.
- DAMÁSIO, Manuel José. (2006). *Contributos para a constituição de uma literacia mediática*. [Em linha]. Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pagl_texto.php?html2=damasio-manuel-literacia-mediatica.html> [Consultado em 20/10/2010].
- DAMÁSIO, Manuel José (2005). *Estratégias de Uso e Consumo dos Novos Media*. Lisboa: COFAC.
- DAMÁSIO, Manuel José (2006). *Novos Media e Sociedade. Formas de Uso e Processo de Evolução in Novos Media: Produção, Desenvolvimento e Distribuição*. Lisboa: COFAC.
- DAMÁSIO, Manuel José (2000). *Contributos para a Constituição de uma Literacia Mediática*. [Em linha] Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pagl_texto.php?html2=damasio-manuel-literacia-mediatica.html> [Consultado em 20/10/2010].
- DANCYNGER, Ken (2003). *A Narrativa Não-Linear, in Autoria e Produção em Televisão Interactiva*. Lisboa: COFAC.
- DÍAZ-NOCI, Javier (2010). *Medios de comunicacñn en Internet: algunas tendencias*. [Em linha] Disponível em <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2010/noviembre/medios_comunicacion.pdf> [Consultado em 31/10/2010].
- KOGAMA, Tetsuo. (1996). *Video: the Acess Medium in Resolutions, Contemporary Video Pratices*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- LOUREIRO, Luís Miguel (2008). *Convergência e hipermodernidade: emerge a TV do ego in Prisma.com nº 7 2008*.
- MANOVICH, Lev (1995). *An Archeology of a Computer Screen*. Kunstforum International. Germany, 1995; *NewMediaTopia*. Moscow, Soros Center for the Contemporary Art, 1995.
- MANOVICH, Lev (2001). *The Language of New Media*. The MIT Press.
- MCLUHAN, Marshall (1979). *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem (Understanding Media)*. São Paulo: Editora Cultrix.
- MISSIKA, Jean-Louis e Wolton, Dominique (2005). *Televisão: das Origens ao Multimedia e à Interactividade* [Em linha] Disponível em <http://www.fcsh.unl.pt/cadeiras/http/artigos/Televisao_das%20origens.pdf> [Consultado em 29/10/2010].
- PALMER, Daniel (2004). *Webcams the Aesthetics of Liveness* [Em Linha]. Disponível em <<http://www.members.optusnet.com.au/daniel.and.kate/Webcams.html>> [Consultado em 3/11/2010].
- QUICO, Célia (2004). *Cross Media em Emergência em Portugal: O encontro entre Televisão Digital Interactiva, as Comunicações Móveis e a Internet in AAVV, Televisão Interactiva: Conteúdos, Aplicações e Desafios*. Lisboa, Edições Universitárias Lusófona/MEDIA Program.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (2000). *Introdução à Semiótica*. Lisboa: Edições Cosmos.
- SILVEIRINHA, Maria João (2002). *Novos Media, Velhas Questões*. [Em linha] Disponível em <<http://www.bocc.uff.br/pag/silveirinha-maria-joao-novos-media-velhas-questoes.pdf>> [Consultado em 28/10/2010].
- SAUSSURE, Ferdinand (1971). *Curso de Linguística Geral*. Lisboa: Edições Cosmos
- TURKLE, Sherry (1997). *A Vida no Ecrã. A Identidade na Era da Internet*. Lisboa: Relógio d'Água.
- WHITE, Michele (2006). *Television and Internet: Differences by Design*. Sage Publications.