

GEMINIS

[ABORDAGENS MULTIPLATAFORMAS]

GEMINIS

GEMINIS

GEMINIS

GEMINIS

GEMINIS

GEMINIS

GEMINIS

GEMINIS

GEMINIS

ESPECTATORIALIDADE E MATERIALIDADE NA TELEVISÃO MULTIPLATAFORMA: UMA ANÁLISE DO PROGRAMA SUPERSTAR

MELISSA RIBEIRO DE ALMEIDA

Mestre e Doutoranda em Comunicação pela Universidade

Federal Fluminense, Bolsista CAPES.

E-mail: melissa.ribeiro@yahoo.com.br

RESUMO

Tensionando as relações entre tecnologia, materialidade e cognição, o presente artigo tem como objetivo analisar a recepção televisiva combinada com a navegação simultânea na Internet em outros dispositivos. A proposta é investigar os possíveis impactos que a televisão multiplataforma gera na experiência subjetiva, sensorial e cognitiva dos telespectadores, recondicionando hábitos e comportamentos. Para elucidar as questões que se colocam, elege-se como objeto de estudo o programa SuperStar. O artigo propõe uma análise do modo como a alteração do status material dos dispositivos pode influenciar as relações que o telespectador estabelece com o meio televisivo.

Palavras-chave: Televisão; Convergência Digital; Internet; Materialidade.

ABSTRACT

This article aims to analyze television reception combined with the simultaneous navigation on the Internet in other devices, tensioning the relationships between technology, materiality and cognition. The proposal is to investigate the possible impacts that multiplatform TV generates in the subjective, sensory and cognitive experience of viewers, reconditioning habits and behaviors. In order to elucidate these questions the program SuperStar was chosen as the object of study.

Keywords: Television; Digital Convergence; Materiality.

1 INTRODUÇÃO

Desde o seu surgimento na primeira metade do século XX, a televisão permaneceu como o espaço para a exibição de conteúdos televisivos. Por décadas pensava-se que esse formato de vídeo pudesse circular exclusivamente nos aparelhos de TV porque esse era o único dispositivo ou a condição técnica possível. Mas as mudanças tecnológicas que se configuraram nos últimos anos, culminando com a convergência digital, apontam para transformações significativas nas práticas comunicacionais, incluindo a experiência televisiva. Conforme Manovich (2001), as tecnologias digitais permitem converter todos os conteúdos midiáticos para a linguagem digital, modificando, contudo, as formas de produção, armazenamento, distribuição e recepção. Os dispositivos digitais móveis de comunicação – *notebooks*, *smartphones*, *tablets* – permitem, por exemplo, que conteúdos televisivos sejam transportados para a base digital e acessados em qualquer lugar e por meio de diferentes suportes.

A experiência televisiva contemporânea vem passando por uma ampla reformulação e o uso simultâneo da Internet e de mídias sociais durante a recepção televisiva tem papel fundamental nessa transformação. Os conteúdos televisivos se expandem para múltiplas plataformas e o telespectador passa a utilizar a Internet para ampliar sua experiência televisiva, buscando informações sobre o que assiste na televisão e compartilhando opiniões com outros telespectadores.

O *Twitter* tem se consolidado como a principal plataforma para os usuários trocarem informações sobre o que assistem, compartilharem vídeos e opiniões sobre a programação e interajam com outros telespectadores. Um estudo da Nielson, empresa que faz a medição da audiência midiática norte-americana, constatou que a audiência televisiva é impulsionada conforme o volume de *tweets*, já que comentários publicados no *Twitter* podem levar novos telespectadores a acompanhar um programa de TV e, do mesmo modo, quando um programa gera audiência significativa na TV a quantidade de publicações na rede social aumenta consideravelmente.

Outra questão importante é que as novas práticas comunicacionais requerem um condicionamento das habilidades e competências cognitivas e sensoriais, já que a ação do

corpo, as formas de atenção e de percepção, as sensorialidades e as especificidades materiais desses diferentes suportes, aliadas à experiência da comunicação móvel e em rede, constroem novas situações comunicacionais (RÉGIS, 2008; PEREIRA, 2006). Nesse sentido, o presente artigo tem o objetivo de analisar a recepção televisiva com o uso concomitante de dispositivos digitais móveis de comunicação, buscando tensionar as relações entre tecnologia, materialidade e cognição. O foco é a investigação sobre o modo como a alteração do *status* material dos dispositivos pode influenciar as relações que o telespectador estabelece com a TV e com seus conteúdos.

De fato, em *Arqueologia do Saber*, Michel Foucault (2008) postula que o *status* material dos enunciados interfere na própria constituição dos enunciados.

Poderíamos falar de enunciado se uma voz não o tivesse enunciado, se uma superfície não registrasse seus signos, se ele não tivesse tomado corpo em um elemento sensível e se não tivesse deixado marca - apenas alguns instantes - em uma memória ou em um espaço? Poderíamos falar de um enunciado como de uma figura ideal e silenciosa? O enunciado é sempre apresentado através de uma espessura material, mesmo dissimulada, mesmo se, apenas surgida, estiver condenada a se desvanecer. Além disso, o enunciado tem necessidade dessa materialidade; mas ela não lhe é dada em suplemento, uma vez bem estabelecidas todas as suas determinações: em parte, ela o constitui. Composta das mesmas palavras, carregada exatamente do mesmo sentido, mantida em sua identidade sintática e semântica, uma frase não constitui o mesmo enunciado se for articulada por alguém durante uma conversa, ou impressa em um romance; se foi escrita um dia, há séculos, e se reaparece agora em uma formulação oral. As coordenadas e o *status* material do enunciado fazem parte de seus caracteres intrínsecos (FOUCAULT, 2008, p. 113).

Em sua reflexão, Michel Foucault mostra como as materialidades dos meios, sejam eles quais forem, constituem peças chave para o entendimento dos enunciados. Esse será o ponto de partida para a investigação que propomos sobre a televisão multipataforma – um modelo televisivo construído a partir da apropriação e da articulação entre diversos meios. A fim de compreender melhor o fenômeno em questão, propomos como objeto de estudo o *reality show* musical SuperStar, da Rede Globo de Televisão.

2 A RELAÇÃO ENTRE SUJEITOS E OBJETOS

Nossa perspectiva de análise parte de uma corrente contemporânea de pensamento que entende a materialidade dos objetos como importante elemento nos processos cognitivos e sensoriais e nas formas de pensamento, lançando um novo olhar sobre a relação do homem com a tecnologia e com os objetos em si, a partir de uma reformulação do par sujeito/objeto. Nesse contexto, os dispositivos técnicos não são

concebidos como meras ferramentas ou canais que transportam conteúdos de forma isenta, mas como peças fundamentais na comunicação, como objetos que nos afetam, nos tocam de alguma forma e atuam significativamente no processo cognitivo.

A discussão proposta inicialmente nos anos de 1960 pelo pesquisador da Escola de Toronto, Marshall McLuhan (2005), quando postulou que “o meio é a mensagem”, e retomada nos anos de 1980 por um ciclo de pensadores alemães, representados por Hans Ulrich Gumbrecht (2010), propõe um deslocamento da reflexão sobre a mediação tecnológica do campo hermenêutico para os aspectos materiais dos dispositivos. Reivindica, ainda, uma ruptura da fronteira sujeito/objeto, ultrapassando o estatuto central da interpretação e a supremacia do sujeito em relação ao objeto. Essa visão, contudo, não desconsidera completamente os efeitos simbólicos gerados pelos conteúdos dos meios de comunicação, seus sentidos ou significações sócio-político-culturais e ideológicas, mas defende que a materialidade do dispositivo produz efeitos tão importantes quanto aqueles gerados pelas mensagens veiculadas, assim como já nos havia mostrado Foucault (2008).

Gumbrecht argumenta que os modos como nos relacionamos com os fenômenos humanos não podem estar restritos à hermenêutica, à interpretação que extrai sentidos quase sempre “profundos” ou “ocultos”, e sugere um deslocamento da centralidade da interpretação no campo das Artes e Humanidades com a constituição de um campo não-hermenêutico de investigação. Ele propõe uma lógica que considere não só o sentido, mas também a “produção de presença” dos objetos, das coisas em si, concebendo como presença a “relação espacial com o mundo e seus objetos. Uma coisa ‘presente’ deve ser tangível por mãos humanas – o que implica, inversamente, que pode ter impacto imediato em corpos humanos” (GUMBRECHT, 2010, p. 13).

Apelando aos sentidos, o impacto dos objetos presentes ou dos fenômenos de presença sobre os corpos humanos é denominado por Gumbrecht de “efeitos de presença”. Assim como McLuhan, Gumbrecht está interessado em saber como as diferentes materialidades da comunicação afetam o sentido que transportam. Para o autor alemão, “qualquer forma de comunicação, com seus elementos materiais, ‘tocará’ os corpos das pessoas que estão em comunicação de modos específicos e variados” (GUMBRECHT, 2010, p. 37). Segundo ele, a afetação dos corpos através dos sentidos se dá por meio de “momentos específicos de intensidade” – como ouvir uma música que nos toca de maneira especial ou vivenciar um momento decisivo numa competição esportiva – o que Gumbrecht chama de “epifania”.

É fundamental deixar claro que ao questionar a tese da universalidade da interpretação Gumbrecht não elimina a dimensão da “produção de sentido”, no

entanto reivindica que a “produção de presença” também se torne parte integrante e necessária na compreensão do mundo. Assim, ele defende que os “efeitos de sentido” e os “efeitos de presença” aparecem sempre juntos, embora estejam continuamente em tensão. Essa concepção coloca em xeque uma tradição largamente institucionalizada na modernidade, a partir do iluminismo, na qual o sujeito tem uma supremacia em relação ao objeto e o conhecimento só se torna legítimo se for produzido por um sujeito no ato de interpretar o mundo, gerando sentido.

O afastamento da centralidade da interpretação permite a emergência de novas formas de se pensar a relação sujeito/objeto. Esse novo ponto de vista considera, portanto, que os objetos com os quais nos relacionamos também contribuem para o nosso conhecimento sobre o mundo, pois nos afetam continuamente e fazem parte das relações que estabelecemos. Pensamento semelhante tem Daniel Miller (2013) ao afirmar a necessidade de se lançar um olhar sobre a “cultura material”, incluindo artefatos tecnológicos, roupas e objetos do cotidiano para o conhecimento sobre o mundo e as culturas. Em seu estudo antropológico ele demonstra, por exemplo, como as roupas interferem na construção da subjetividade e do próprio comportamento social. Do mesmo modo, Edwin Hutchins (2000) propõe a ideia de “cognição distribuída”, defendendo que a cognição se processa não exclusivamente na mente humana, mas em associação com o mundo material e social, atuando de modo contextualizado.

Essa concepção de “cultura material” como colocada por Miller e Hutchins é problematizada, contudo, por autores como Bruno Latour (2011, 2012), uma vez que ela supõe que há um mundo das coisas separado de um mundo cultural, das pessoas. Para Latour, diferentemente, a cultura se constrói juntamente com as coisas, uma vez que pessoas e coisas estão inseridas numa rede sócio-técnica estabelecida entre humanos e não-humanos e na qual tudo o que produz transformação dentro dessa rede funciona como um “actante” (LATOUR, 2012). De modo particular, Latour reconstitui essa separação entre humanos e não-humanos e afirma que os humanos são feitos pelos objetos assim como os objetos são feitos pelos humanos. Por esta razão, os humanos não seriam tão humanos e os não-humanos não seriam tão não-humanos, ambos seriam híbridos, “quase-objetos” e “quase-sujeitos” que só poderiam ser compreendidos juntamente.

Pensar que não-humanos são agentes determinantes no conhecimento do mundo é considerar que os objetos, as “coisas do mundo” (GUMBRECHT, 2010), estando em nossa frente, produzem “presença”, afetam nossos sentidos por sua materialidade e nos permitem uma experiência não conceitual que também pode construir modos de pensar e de agir. É nesse sentido que ao analisar o modelo do panóptico como uma

materialidade arquitetônica, que estabeleceu a partir de uma série de técnicas disciplinares um modo de ser próprio da Sociedade Disciplinar, Michel Foucault (2007) evidencia que as circunstâncias materiais, juntamente com as conjunções históricas, constroem discursos e comportamentos, inscrevem modos de pensar e de agir. Para Foucault, a subjetividade emergente na modernidade do século XIX é inseparável da maneira com que técnicas disciplinares (que vão desde a construção arquitetônica das prisões, à disposição das carteiras dos alunos nas salas de aula, à altura das portas nos banheiros e ao quadriculamento dos indivíduos nas fábricas), instauradas em espaços de confinamento, agiram sobre o corpo e construíram um modo de pensar específico daquele momento histórico.

Nesse mesmo viés, Walter Benjamin (1985) enfatiza que os meios tecnológicos e suas materialidades traduzem a experiência subjetiva do homem moderno. A experiência do “choque” em Benjamin, por exemplo, equivale à ideia de uma mudança repentina comum no cinema e na vida moderna, mensurada pela intensidade do instante. De certa maneira, a concepção de “choque” em Benjamin como o toque físico e imediato dos objetos por meio de estímulos sensoriais efêmeros parece se atualizar ou reaparecer na noção de “epifania” postulada por Gumbrecht.

Desse modo, percebemos que para compreender as relações entre sujeitos e objetos é preciso não só pensar os vínculos que estabelecemos com os objetos, mas também as afetações que sofremos destes objetos, ou seja, é necessário partir da concepção de que o meio sempre produz uma forma de participação na nossa experiência afetiva e corporal, na nossa percepção, e que as experiências de afetação pelos objetos não passam exclusivamente por uma condição de sentido.

3 TELEVISÃO MULTIPLATAFORMA: MATERIALIDADE, SENSORIALIDADE, COGNIÇÃO

Lidando com um conjunto dinâmico de informações, disponíveis em múltiplas telas, sob diferentes linguagens e a partir de inúmeras possibilidades de interação, o telespectador contemporâneo necessita desenvolver processos cognitivos muito mais complexos, que combinam atividades intelectuais, motoras e afetivas. O uso de plataformas digitais exige o emprego de habilidades visuais, táteis e sonoras muitas vezes simultâneas e requerem, portanto, um treinamento constante do corpo para lidar com as novas interfaces e suas linguagens. Acessando mais de um dispositivo ao mesmo tempo, como quando assiste à TV e posta comentários no *Facebook* sobre o que está vendo, o telespectador processa níveis diferentes de atenção – atenção focalizada, atenção concentrada/sustentada e atenção voluntária (CLARK, 2001). A realização de

tarefas simultâneas pelos indivíduos requer ainda, como afirmam Dario Salvucci e Niels Taatgen (2011), a atenção dividida, a atenção difusa e a atenção discriminativa. Cada uma dessas formas de atenção requisita um conjunto de habilidades cognitivas e sensórias a serem desenvolvidas pelo corpo e pela mente na realização de uma determinada tarefa (RÉGIS, TIMPONI e MAIA, 2012).

Há de se destacar, ainda, a necessidade de uma capacitação afetiva e social dos telespectadores para coordenar diversas conversas, ao mesmo tempo, com diferentes pessoas, sobre diversos assuntos e em plataformas com interfaces distintas. A espetatorialidade televisiva se torna uma experiência interativa, reconfigurando a própria ideia de socialização proporcionada pelo meio televisivo. A experiência social na televisão multiplataforma inclui formas novas de relação entre os telespectadores por meio das diferentes interações realizadas nas redes sociais.

Os dispositivos digitais permitem, por exemplo, que ao assistir a um conteúdo interessante os telespectadores acessem e enviem o material por e-mail ou *WhatsApp*¹ a um amigo ou o disponibilize em seu perfil no *Facebook*. A materialidade dos dispositivos móveis de comunicação e a própria situação de mobilidade têm apontado a necessidade de se produzir conteúdos especificamente para este formato, com programas de menor duração e filmagens que facilitem a exibição nas telas de menor tamanho. Uma série de serviços complementa o ato de ver TV. É possível comentar os programas diretamente nas páginas onde são disponibilizados, compartilhá-los com os amigos, fazer o *download* dos vídeos e modificá-los, revê-los ou armazená-los.

É importante salientar que os dispositivos portáteis requerem uma ação diferenciada do corpo. Para ter acesso ao conteúdo televisivo no celular, por exemplo, o telespectador necessita aprender as interfaces dos aplicativos e desenvolver habilidades sensório-motoras que permitem imprimir velocidade e força adequadas em telas *touchscreen*, comandar o movimento rápido dos dedos nos pequenos teclados, focar a visão nas telas reduzidas, segurar o dispositivo a uma distância que possibilite a compreensão das imagens e ainda administrar sua atenção dispersa entre diferentes estímulos do ambiente em movimento.

Tais variáveis interferem no sentido dos próprios conteúdos televisivos, pois o que precisa ser absorvido passa a ser não mais o conteúdo dos programas, mas o conjunto “televisão multiplataforma”, incluindo todas as informações e sensações resultantes da utilização simultânea da TV com outros dispositivos. É preciso considerar, portanto, que ao conteúdo exibido cada telespectador acrescenta novos dados a partir de sua navegação na Internet e de sua interação nas mídias sociais, ampliando sua

1 Rede social para smartphones e tablets que permite a troca de informações em forma de texto, áudio, vídeo e fotos.

experiência televisiva e se apropriando de novas ideias para compreensão dos textos televisivos e seu posicionamento diante do que é veiculado. A possibilidade de se apropriar, compartilhar e construir conteúdos também aponta para o surgimento de novas práticas sociais e de relacionamento, impactando diretamente a experiência subjetiva dos telespectadores. Cada um deles se torna o “centro” da comunicação: suas impressões, opiniões e atitudes se tornam conhecidas, compartilhadas e importantes, na medida em que ganham visibilidade.

As experiências sensoriais e cognitivas proporcionadas pela televisão multi-plataforma apresentam particularidades na relação dos indivíduos com a tecnologia e entre os próprios sujeitos. A portabilidade, por exemplo, possibilita o acesso a conteúdos televisivos dentro de um ônibus ou mesmo na rua, o que exige maior grau de atenção do usuário e uma nova postura auditiva, como o uso de fones de ouvido em ambientes barulhentos, só para citar um exemplo, eliminando ou reduzindo os demais sons do ambiente.

O tamanho reduzido da tela dos celulares exige uma maior proximidade do telespectador com o dispositivo para facilitar a compreensão das imagens. Na maioria das vezes o usuário segura o aparelho nas mãos enquanto assiste aos vídeos, exigindo uma postura não tão confortável se mantida por um longo tempo, o que faz com que os vídeos sejam assistidos em “pequenas doses”. Aspectos materiais como clareza e resolução da tela, volume e qualidade do som interferem na experiência televisiva proporcionada pelos aparelhos portáteis. Os dispositivos móveis de comunicação e as novas relações espaço-temporais por eles constituídas redefinem o sentido de “presença” da TV, alterando a relação dos telespectadores com o próprio meio, com sua linguagem e conteúdo e com o mundo ao seu redor.

Outro aspecto a se destacar é que na Internet a programação televisiva é diluída em partes acessíveis conforme o interesse e a disponibilidade dos usuários, o que exige uma readaptação dos indivíduos em relação ao acompanhamento de narrativas e à conexão de informações. Por meio dos sites dos canais televisivos o usuário pode classificar seus programas favoritos, construir sua própria hierarquia informacional e organizar um banco de dados para acesso posterior. A possibilidade de voltar, rever as cenas e congelar as imagens também interfere em sua percepção sobre o conteúdo, impactando sua experiência cognitiva. Concomitante à transformação da TV, enquanto suporte e linguagem, percebe-se a transformação do próprio telespectador, de suas experiências enquanto consumidor e sujeito.

4 O CASO SUPERSTAR

A análise de um programa televisivo emergente no contexto da convergência midiática pode nos ajudar a compreender melhor as questões levantadas. Tomemos como objeto de estudo o *reality show* musical SuperStar, que estreou no dia 6 de abril de 2014, na Rede Globo de Televisão, apresentado por Fernanda Lima, André Marques e Fernanda Paes Leme. O programa teve 14 episódios e terminou no dia 6 de julho de 2014, com a vitória da banda Malta. Baseado no programa israelense *Rising Star*, SuperStar é uma espécie de show de talentos no qual 35 bandas se apresentam à frente de um telão de LED que impede a visualização do público e dos jurados. O painel exibe fotos dos telespectadores e dos jurados que votam a favor da banda presente no palco. Quando um número mínimo de votos é atingido, o telão se levanta e as bandas podem ver os jurados e a plateia. As bandas menos votadas são eliminadas do programa. A grande novidade, de fato, trazida pelo *reality show* é que a votação dos telespectadores é realizada somente pelo aplicativo oficial do programa, exclusivo para votação e que pode ser baixado para *smartphones* e *tablets*. Cada voto dos jurados contabiliza 7% dos votos, totalizando 21%, já que são três jurados: Dinho Ouro Preto, Fábio Júnior e Ivete Sangalo. Os outros 79% ficam a cargo do público e da plateia e são computados por meio do aplicativo.

Várias experiências semelhantes de participação do público já aconteceram na televisão brasileira, tanto em outros *reality shows*, como o *Big Brother Brasil*, *A Fazenda* ou *A Casa dos Artistas*, quanto em programas jornalísticos, esportivos e *talk shows*. Mas em todos esses casos, o público efetivava sua participação por meio de computadores com acesso à Internet, por ligações telefônicas ou por SMS². Em SuperStar, o programa só acontece com a interação dos telespectadores por meio de *smartphones* e *tablets*, não possibilitando a votação pela Internet ou por telefone. Outro dado é que o sistema de votação só pode ser acessado no momento em que as apresentações das bandas acontecem, ao vivo. Isso significa que para participar do SuperStar o telespectador precisa necessariamente fazer uso do seu *smartphone* enquanto assiste ao programa, lidando com dois dispositivos diferentes simultaneamente e trabalhando com materialidades, sensorialidades e processos cognitivos distintos aos associados à espetacularidade televisiva tradicional.

O uso de diferentes plataformas na recepção televisiva implica comportamentos e ações diferenciadas do corpo pelos telespectadores. O foco visual, por exemplo, se altera da grande para a pequena tela, em frações de segundo, criando uma sensi-

2 Serviço de mensagens curtas de texto via celular. Do inglês, Short Message Service.

bilidade visual mais rápida e fragmentada. As mudanças ocorrem ainda na sensibilidade acústica do telespectador, uma vez que a afetação sonora e seus significados se constituem a partir de uma nova relação do indivíduo com o conteúdo sonoro da TV. Com efeito, a experiência audiovisual é construída por um conjunto de som e imagem em uma complementaridade plástica na qual um se torna parte do outro. Mas ao utilizar um outro dispositivo enquanto “ouve” a televisão, o telespectador vivencia uma experiência acústica diferente, pois o som se torna dissociado daquela imagem da TV. O que o telespectador agora vê não é mais a imagem da TV, mas a da tela do dispositivo, embora ele continue escutando o áudio da televisão. Tudo isso requer um novo aprendizado do corpo e do mente.

Contudo, se por um lado os dispositivos reivindicam determinadas materialidades corpóreas, por outro, as tecnologias são compatíveis com certos tipos de sujeitos, isto é, há uma espécie de preparação social e intelectual para a utilização dos meios, uma vez que as habilidades corporais e cognitivas parecem se conectar a determinadas vivências culturais (PEREIRA, 2006). As novas textualidades televisivas seriam impensáveis, como adverte Carlos Scolari (2008), se milhões de usuários não tivessem desenvolvido experiências hipertextuais nas últimas décadas. É nesse sentido que Jonathan Sterne (2012) entende as tecnologias como cristalizações de processos sociais e culturais. Em seu amplo estudo sobre a experiência da escuta, Sterne nos mostra que as diferentes tecnologias nascem em regimes de poder e de saber específicos e para entendê-las é necessário buscar o contexto que possibilitou seu desenvolvimento. Um percurso semelhante já havia sido realizado anteriormente por Jonathan Crary (1992) no que diz respeito à experiência da visão. Isso nos faz pensar que as materialidades do corpo e das tecnologias são atravessadas por questões históricas e culturais, colocando sempre em tensão a “produção de sentido” e a “produção de presença”.

Há uma situação específica do programa SuperStar em que conseguimos perceber de forma clara os “efeitos de sentido” e os “efeitos de presença”. Quando as bandas estão se apresentando ao vivo no palco, as fotos dos telespectadores e dos jurados que votaram nelas vão aparecendo no grande telão de LED que a separa da plateia e dos jurados. As “carinhas” que vão aparecendo no painel vão mostrando que a apresentação da banda está recebendo votações e, portanto, está tendo uma recepção positiva por parte do público. Quando os votos atingem um percentual mínimo (que varia conforme a fase do programa) a tela de LED sobe. Isso significa que a banda foi aprovada, ou seja, o “efeito de sentido” gerado é o entendimento de que a banda passou para a fase seguinte ou recebeu votação maior do que a banda anterior. Mas por trás dessa dimensão de sentido que o telão sendo levantado carrega há uma

dimensão de presença muito particular. Quando o painel se levanta, acompanhado de um efeito sonoro de explosão e de luzes coloridas impactantes, percebemos que a própria performance da banda no palco se modifica. E isso fica claro na expressão facial dos músicos e na própria voz do cantor. A resposta corporal dos componentes da banda quando o telão sobe é visível: sensações de alívio e de alegria são expostas fisicamente pelo corpo. E quando o painel não sobe, ficam claros os sentimentos de frustração e tristeza, muito embora haja um esforço dos músicos para não deixar que isso transpareça.

É interessante notar como o telão de LED constrói um diálogo entre os telespectadores e a banda e sua materialidade gera “efeitos de presença”. As fotos que vão aparecendo no painel materializam a satisfação dos telespectadores pela banda, manifestada em forma de votos, funcionando como uma espécie de aceno do público para os músicos. Com efeito, a performance musical é construída por um processo comunicativo que depende de certos códigos e respostas do público (FRITH, 2009). E no caso de SuperStar, a plateia é formada não só por quem está presente no auditório onde o programa acontece, mas também pelos milhares de telespectadores que se tornam “presentes” no palco por meio de suas fotos e interação via aplicativo em dispositivos móveis ou pelos votos manifestos no “torcidômetro”, um tipo de termômetro que contabiliza a votação.

Os músicos recebem esse *feedback* dos telespectadores ao vivo, mesmo estando a quilômetros de distância, e respondem a isso visivelmente em sua atuação no palco, seja com sorrisos ou pelo semblante de preocupação, pela dança mais intensa ou mais contida, pela voz tremida ou mais solta, ou, ainda, pela interação através de palavras com o público. Realizar a apresentação no palco com o painel abaixado parece, a princípio, mais confortável para a banda, pois os músicos não precisam encarar os jurados e a plateia, por outro lado há um certo desconforto causado pela impessoalidade do painel de LED. Quando o painel se levanta a atuação dos músicos é contagiada pela reação da plateia e dos jurados, seja positiva ou negativamente. É evidente, portanto, como a materialidade do telão provoca “efeitos de sentido” e “efeitos de presença”. E tudo isso é gerado pela interação dos telespectadores por meio do aplicativo do programa disponível nos *smartphones* e *tablets*.

Destacamos, por fim, outra questão relevante em SuperStar. Trata-se das informações disponíveis na página oficial do *Facebook* e do *Twitter* e no site do programa. Esses dados, somados à possibilidade de interação entre os telespectadores via redes sociais, tornam a espectralidade televisiva ainda mais dinâmica, exigindo habilidades intelectuais e cognitivas mais complexas do que o modo de recepção

televisiva tradicional, pois é preciso processar e organizar informações fragmentadas, dispersas, distintas e sob diferentes linguagens. À medida que vai assistindo ao programa ao vivo, por exemplo, o telespectador pode conhecer a opinião de outros telespectadores sobre a banda e ter acesso a dados que podem interferir em seu voto.

No site podem ser encontradas informações detalhadas dos episódios anteriores, com vídeos das apresentações individuais das bandas, o perfil de cada banda e de seus integrantes, informações sobre os apresentadores e jurados, enquetes e conteúdos exclusivos disponíveis só na Web. A página reserva ainda ferramenta para comentários dos fãs, que podem aparecer na tela durante o programa, e espaço para diversão, como games e caraoquê, cifras das músicas apresentadas, *playlist* das músicas mais tocadas e arquivos para *download*, troca de vídeos entre telespectadores e o “torcidômetro”. Esse universo informacional gigantesco passa a fazer parte da experiência receptiva do telespectador, influenciando sua percepção sobre o programa e sobre as apresentações das bandas.

SuperStar exemplifica bem o novo modelo de espetatorialidade televisiva, que deixa de estar vinculada exclusivamente ao conteúdo exibido no aparelho de TV e se amplia para uma experiência que combina novas textualidades com as tradicionais, uma recepção fragmentada e ubíqua, marcada pelo hibridismo com outros meios, o que Carlos Scolari (2008) chama de “hipertelevisão”.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A adaptação dos conteúdos televisivos às novas circunstâncias tecnológicas e sociais sinaliza também uma mudança no comportamento do telespectador. A nova geração de telespectadores destaca-se principalmente pela capacidade de formar conexões entre fragmentos dispersos de informações, realizar atividades simultâneas enquanto assiste a conteúdos televisivos e, sobretudo, pelo seu posicionamento proativo diante das informações.

Os novos modelos de programação televisiva exigem dos telespectadores a habilidade de lidar com dispositivos diferentes, materialidades distintas e linguagens variadas de forma simultânea. A incorporação de dispositivos digitais móveis na experiência televisiva exerce significativo impacto nos processos cognitivos e sensoriais dos indivíduos, modificando o posicionamento do telespectador e a construção subjetiva do sujeito receptor. Os “efeitos de presença” gerados pela televisão multiplataforma proporcionam novas experiências no campo da visualidade, da percepção e da cognição humana. De modo análogo aos demais meios de comunicação, a televisão

tem sido impactada pelos complexos processos comunicacionais contemporâneos, que passam não só pela rapidez das trocas informacionais, mas também pelas interações entre os telespectadores, pelas novas possibilidades de apropriação dos conteúdos, pelas diferentes formas de envolvimento do corpo e pela própria constituição material dos dispositivos.

A investigação desta temática a partir de um reposicionamento do par sujeito/objeto nos possibilitou compreender aspectos significativos deste fenômeno que não poderiam ser percebidos quando se parte exclusivamente de um olhar marcado pela centralidade da interpretação. Nosso intuito foi, portanto, apresentar uma alternativa à pesquisa que tem como foco exclusivamente o conteúdo da televisão, isto é, estudos que enfatizam os aspectos narrativos, de interpretação dos programas, gêneros e formatos televisivos. Procuramos mostrar a relevância dos “efeitos de presença” gerados pela televisão multiplataforma na constituição do telespectador contemporâneo.

É preciso salientar, contudo, que tais “efeitos de presença” possuem uma relação intrínseca com os efeitos de sentido – as representações simbólicas e as distintas interpretações dos sujeitos. Tal relação não é excludente, mas de complementaridade. A análise do programa SuperStar nos permitiu perceber como as materialidades dos dispositivos implicadas no novo modelo de espectadorialidade televisiva podem ampliar os sentidos dos conteúdos televisivos, isto é, como as condições de recepção asseguram experiências televisivas distintas. O *reality show* musical representa um modelo de programação televisiva que emerge no contexto da convergência digital, construída pelos hibridismos com outras mídias e espaços midiáticos.

O percurso realizado nos leva a repensar o lugar do telespectador e a forma de espectadorialidade na televisão contemporânea. Entendendo que as subjetividades e as sociabilidades são acionadas de modos diferentes a partir das tecnologias utilizadas e dos contextos nos quais os indivíduos estão inseridos, concebemos a televisão multiplataforma não só como um novo modelo de produção e de distribuição audiovisual, mas como uma forma inovadora de partilhar as experiências de vida e de projetar a subjetividade nas práticas cotidianas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENJAMIN, Walter. Paris, capital do século XIX. In: **Walter Benjamin**: sociologia. São Paulo, Ática, 1985. p.30-122.

CLARK, Andy. **Mindware**: an introduction to the philosophy of cognitive science. New York/Oxford: Oxford University Press, 2001.

CRARY, Jonathan. **Techniques of the Observer**: on vision and modernity in the nineteenth century. United States Of America: October Books, 1992.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**: nascimento da prisão. 33ª ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FRITH, Simon, **Performing rites**: on the value of popular music. Cambridge: Harvard University Pres, 2009.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de Presença**: o que o sentido não conseguiu transmitir. Tradução Ana Isabel Soares. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed.PUC-RIO, 2010.

HUTCHINS, Edwin. **Distributed cognition**. 2000. Disponível em: <http://files.meetup.com/410989/DistributedCognition.pdf>

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**. Rio de Janeiro: Ed.34, 2011.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador/Bauru: Edufba/Edusc, 2012.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. 2001. Disponível em: <http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf>. Acesso em 18 de abril de 2012.

MCLUHAN, McLuhan. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2005.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: ED. Zahar, 2013.

PEREIRA, Vinicius Andrade. Reflexões sobre as materialidades dos meios: embodiment, afetividade e sensorialidade nas dinâmicas de comunicação das novas mídias. **Revista Fronteiras** VII (2), 93-101, mai-ago de 2006.

RÉGIS, Fátima. Tecnologias de comunicação, entretenimento e competências cognitivas na cibercultura. In: **Revista FAMECOS**, nº37, dezembro de 2008.

RÉGIS, Fátima; TIMPONI, Raquel; MAIA, Alessandra. Cognição integrada, cognição encadeada e cognição distribuída: uma breve discussão sobre modelos cognitivos na cibercultura. In: **Revista Comunicação**,

mídia e consumo. São Paulo: ESPM, v.9, n.26, Nov. 2012.

SALVUCCI, Dario; TAATGEN, Niels. **The multitasking mind.** New York: Oxford University Press, 2011.

SCOLARI, Carlos. **Hacia La hipertelevisión.** Los primeros síntomas de una nueva configuración Del dispositivo televisivo. Diálogos de La Comunicación, n. 77, 2008.

STERNE, Jonathan. **MP3: the meaning of a format.** Durham: Duke University Press, 2012.