

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL DOUTORADO

SONIA ESTELA MONTAÑO LA CRUZ

PLATAFORMAS DE VÍDEO:
APONTAMENTOS PARA UMA ECOLOGIA DO AUDIOVISUAL DA *WEB* NA
CONTEMPORANEIDADE

SÃO LEOPOLDO

2012

Sonia Estela Montaña La Cruz

PLATAFORMAS DE VÍDEO:
APONTAMENTOS PARA UMA ECOLOGIA DO AUDIOVISUAL DA *WEB* NA
CONTEMPORANEIDADE

Tese apresentada como requisito parcial
para a obtenção do título de Doutor, pelo
Programa de Pós-graduação em Ciências
da Comunicação da Universidade do Vale
do Rio dos Sinos – Unisinos.
Área de atuação: Comunicação

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Suzana Kilpp

São Leopoldo

2012

Sonia Estela Montaña La Cruz

M765p Montaña La Cruz, Sonia Estela.
Plataformas de vídeo : apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade / Sonia Estela Montaña de La Cruz. – 2012.
174 f. : il. ; 30 cm.

Tese (doutorado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2012.

"Orientadora: Prof.^a Dr.^a Suzana Kilpp."

1. Contemporaneidade. 2. Audiovisualidades. 3. Ecologia audiovisual. 4. Audiovisual da web. 5. Plataformas de vídeo. 6. YouTube. 7. Justin TV. I. Título.

CDU 659.3

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Bibliotecário: Flávio Nunes – CRB 10/1298)

**PLATAFORMAS DE VÍDEO:
APONTAMENTOS PARA UMA ECOLOGIA DO AUDIOVISUAL DA WEB NA
CONTEMPORANEIDADE**

Tese apresentada como requisito parcial
para a obtenção do título de Doutor, pelo

SONIA ESTELA MONTAÑO LA CRUZ

“PLATAFORMAS DE VÍDEO: APONTAMENTOS PARA UMA ECOLOGIA DO
AUDIOVISUAL DA WEB NA CONTEMPORANEIDADE”

Tese apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de Doutor, pelo
Programa de Pós-Graduação em
Ciências da Comunicação da
Universidade do Vale do Rio dos Sinos -
UNISINOS.

Aprovada em 30 de maio de 2012

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Cicero Inacio da Silva – UFJF



Prof. Dr. Erick Felinto de Oliveira – UERJ



Prof. Dr. Alexandre Rocha da Silva – UFRGS



Prof. Dr. Gustavo Daudt Fischer – UNISINOS



Profa. Dra. Suzana Kitpp – UNISINOS

AGRADECIMENTOS

A construção de um fato é um processo tão coletivo que uma pessoa sozinha apenas constrói sonhos, alegações e sentimentos, mas não fatos, diz Bruno Latour. De fato, esta tese foi construída coletivamente.

A Associação Porticus e o programa Prolic me concederam a bolsa, sem a qual não poderia ter feito esse doutorado. Agradeço também à Comunidade Missionária e ao Instituto Humanitas Unisinos (IHU) por ter feito a mediação para a obtenção da bolsa, pela confiança e pelo incentivo.

Minha família, embora a distância, fortaleceu os laços de afeto e o estímulo a este projeto em todo momento. Incluo aí meus pais, irmãos, cunhadas e sobrinhos, mas também minha rede de primos e os amigos de toda a vida de Pando e Montevideú. Meus amigos no Brasil, especialmente Carolina Cerveira e Cida Valadão, e amigos da Argentina, especialmente Alejandra Isasa, foram importantes.

Ainda em um âmbito mais pessoal, nos bastidores desta tese, foi David Lynch quem me falou pela primeira vez da meditação transcendental quando o entrevistei em Porto Alegre, Mário José Pinto Neto quem me ensinou a praticá-la e Marta Beckmann quem me apresentou os florais de Bach, dois grandes auxílios para não perecer nestas viagens sem retorno.

A equipe do Fronteiras do Pensamento me oportunizou entrevistas e encontros com os pensadores mais diversos da cultura. Muitos deles me abriram pontos de vista sobre a contemporaneidade, até então impensados, que hoje permeiam essa tese. Agradeço especialmente à amiga Michele Mastalir Salgueiro por essa parceria.

Os meus alunos do Curso de Comunicação Digital da Unisinos me demonstraram quanto a pesquisa cresce quando compartilhada. Com os colegas e professores do Programa de Pós-graduação de Ciências da Comunicação da Unisinos e dos Grupos de Pesquisa em Audiovisualidades (GPAV) e Audiovisualidades e Tecnocultura: Comunicação, Memória e Design (TCAV), vivemos momentos de debate importantes que, sem dúvida, contribuíram para complexificar o rumo deste trabalho. Destaco, entre os professores, Gustavo Fischer, que contribuiu com esta tese na banca de qualificação e foi um importante incentivador na minha inserção docente. Entre os colegas, Cybeli Moraes e Tiago Lopes foram amigos para todas as horas – desde quebra-galhos básicos a altos debates, momentos de tensão ou distensão – e com certeza tornaram esse caminho mais prazeroso.

O maior dos agradecimentos vai para Suzana Kilpp, amiga e mestre, pela terceira vez orientadora, quem teve um lugar decisivo na construção da pessoa que me fui tornando e na pesquisadora e professora que começo a me tornar. Com ela aprendi a ensinar aprendendo e perceber, nessa dinâmica, o ar fresco da vida, da liberdade, de uma pesquisa que cria novas imagens do mundo.

Nenhum aprendizado dispensa a viagem. Ao atravessar o rio e entregar-se completamente nu ao domínio da margem à frente, ele acaba de aprender uma coisa mestiça. O outro lado, os novos costumes, uma língua estrangeira, é claro. Mas, acima disso, acaba de aprender a aprendizagem nesse meio branco que não tem sentido para encontrar todos os sentidos. No lugar-meio onde se integram todas as direções. Ninguém sabe nadar de fato antes de ter atravessado, sozinho, um rio largo e impetuoso. Parta, mergulhe.

Filosofia mestiça, Michel Serres

RESUMO

Esta tese aborda o audiovisual contemporâneo que passa pelas plataformas de vídeo YouTube e Justin TV e, em seu percurso, vai realizando uma ecologia do audiovisual da *web*, entendendo-o como meio. O conceito de ecologia construído nesta tese parte de autores como McLuhan, Benjamin, Bergson e Latour, entre outros. Durante o encontro do princípio ecológico com os materiais audiovisuais em questão, vai se formando uma imagem dialética do audiovisual da *web*. Isto é, formam-se constelações que imobilizam esse audiovisual na sua duração e dão a ver sua audiovisualidade atualizada no conjunto: vídeos, interfaces, usos e ambientes. A ecologia aponta para o banco de dados como a ontologia da contemporaneidade. Não só vídeos e usuários se tornam bancos de dados nas interfaces audiovisuais da *web*. Eles fazem parte de um ambiente, o dispositivo contemporâneo, dotado de urgência por trânsito e por conectividade, que cria outros dispositivos dos quais emerge um audiovisual - cuja característica mais destacada é seu valor de uso e cujos efeitos mais apontados nesta tese são a audiovisualização da cultura e a softwarização do audiovisual.

Palavras-chave: contemporaneidade, ecologia audiovisual, audiovisualidades, audiovisual da *web*, plataformas de vídeo, YouTube, Justin TV.

ABSTRACT

This thesis addresses the contemporary audiovisual that passes through the video platforms YouTube and Justin TV and, throughout the route, performs an ecology of the audiovisual on the web, regarding this as a medium. The concept of ecology built in this thesis comes from authors such as McLuhan, Benjamin, Bergson and Latour, among others. A dialectical image of the audio-visual on the web is formed during the meeting of the ecological principle with the audiovisual materials under consideration. That is, a set of constellations that immobilize such audio-visual in its duration and enable to see its audiovisuality expressed in the whole: videos, interfaces, uses and environments. The ecology points to the database as the ontology of contemporariness. Not only videos and users become databases in the web's audiovisual interfaces: they are part of an environment, the contemporary device, provided with urgency for transit and connectivity. This creates other devices from which an audio-visual emerges. Its most notable characteristic is its use value and its most noticed effect in this thesis is the audio visualization of the culture and the softwarization of the audio-visual.

Keywords: contemporariness, audiovisual ecology, audiovisualities, audio-visual on the web, video platforms, YouTube, Justin TV.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Comercial da HP produzido e protagonizado por Michel Gondry	37
Figura 2 - <i>Making of</i> do comercial de HP de Michel Gondry	40
Figura 3 - O <i>stop motion</i> segura a cabeça do <i>live action</i>	41
Figura 4 - O Gondry <i>live action</i> pendurado da tela de computador onde inseriu um quadro	43
Figura 5 - Comercial da HP, os três Gondrys e a música	43
Figura 6 - Comercial da HP, clonagem e cópia	43
Figura 7 - Vídeo True Skool, da dupla Cold Cut	48
Figura 8 - Vídeo True Skool, da dupla Cold Cut	48
Figura 9 - Vídeo True Skool, da dupla Cold Cut: figuras e fundos	48
Figura 10 - <i>Sexo Oposto</i> , programa do núcleo Guel Arraes – Rede Globo	52
Figura 11 - Dois quadros do <i>Jornal Nacional</i> , com destaque para o lugar da bancada, e a diferença da bancada de <i>Sexo Oposto</i> . Um quadro do desenho <i>Os Flintstones</i> , com destaque para a estética, e suas relações com a estética do quadro em questão	54
Figura 12 - <i>Sexo Oposto</i> - imagens de diversas naturezas	55
Figura 13 - Página sem <i>links</i>	74
Figura 14a - <i>Home</i> do YouTube com nova interface	
Figura 14b - <i>Home</i> do YouTube na interface anterior	81
Figura 15a- Relações entre YouTube e Google: montagem feita no programa Prezi da barra de navegação principal da <i>home</i> do YouTube (parte superior) e às páginas correspondentes a dois <i>links</i> da barra de navegação, com chamada para a nova política de privacidade (à esquerda) e a página correspondente do <i>link</i> “Criar conta” (à direita)	82
Figura 15b - Montagem no programa Prezi: na parte superior, a barra de navegação principal sem login e as páginas às quais ela dá acesso. Na montagem inferior, a barra de navegação principal com login e as páginas às quais ela dá acesso.	83
Figura 16 - <i>Doodle</i> sobre o aniversário de John Lennon na página do YouTube	85
Figura 17 - <i>Doodle</i> com temas de nazismo feito pelo artista Piotr Parda	95
Figura 18 - Projeto Google Gravity mostra página desabando e vai sobrepondo as sucessivas buscas	95
Figura 19 - Informações na hora de publicar um vídeo no YouTube	96
Figura 20 - <i>Home</i> do YouTube com destaque para o canal/usuário	98
Figura 21 - <i>Home</i> da antiga interface do YouTube com destaque para a janela do canal/usuário	99
Figura 22 - barra de navegação do canal na barra de navegação principal	100
Figura 23 - listas de vídeos da barra de navegação do canal/usuário na barra de navegação principal	100
Figura 24 - Parte superior da barra de navegação lateral da <i>home</i>	102
Figura 25 - barra de navegação vertical da <i>home</i>	102
Figura 26 - Figura 26: <i>link</i> “social” dentro de “inscrições” e página que corresponde ao <i>link</i> , logo abaixo a página que corresponde ao <i>link</i> que indica o número de amigos conectados (marcado com flecha vermelha)	104
Figura 27 - Página do canal	105
Figura 28 - Página de exibição com destaque para a moldura acima do <i>player</i> de visualização dos vídeos do canal e com destaque para os vídeos relacionados dentro do <i>player</i>	107
Figura 29 - parte inferior do <i>player</i> e molduras mais próximas	108
Figura 30 - visualização de frames na linha de tempo	109
Figura 31 - <i>Player</i> redondo de propaganda de roll-on	108
Figura 32 - Lançamento do filme <i>Avatar</i> com desterritorialização do <i>player</i> e dos vídeos relacionados com a saída das personagens da tela	110
Figura 33 - Comercial de corretivo líquido: a mão do caçador sai do <i>player</i> para pegar o corretivo .	110
Figura 34 - moldura “compartilhar” situada logo abaixo do <i>player</i> no canal de exibição	111
Figura 35 - “Hangout”, possibilidades de conexão com um vídeo e outros usuários por videoconferência	112
Figura 36 - Estatísticas do vídeo, situada em janela oculta abaixo do <i>player</i>	112
Figura 37 - Chamada para a Campanha a hora do Planeta na barra de navegação e interruptor de luz em todas as páginas de exibição	115
Figura 38 - Adesão do YouTube à campanha Hora do Planeta com destaque para a chave de luz do lado do título do vídeo	115
Figura 39 - Identidades visuais da plataforma Justin TV	120

Figura 40 - Página inicial do JTV	121
Figura 41 - Chamada de vídeos na página inicial do JTV	121
Figura 42 - Convite a transmitir ao vivo na página inicial do JTV	123
Figura 43 - Janela sobreposta do usuário/canal	123
Figura 44 - janelas sobrepostas na barra de navegação principal e página de “Canais ao vivo”	125
Figura 45 - Canal transmite cachorra prestes a dar à luz e forma-se comunidade através do <i>chat</i>	126
Figura 46 - Canal do JTV transmite Big Brother Brasil	129
Figura 47 - <i>chat</i> do canal Xurupitinha Paniquete	130
Figura 48 - usuário do JTV se transmite ligando para Justin Kan enquanto este transmite ao vivo (sequência capturada no <i>site</i> yooouuuuuube.com)	132
Figura 49 - Vídeo sugerido na interface dentro da categoria “em alta”	138
Figura 50 - Vídeo que deu início à campanha “Luiza que está no Canadá”, no YT	141
Figura 51 - Vídeo onde surge a personagem “Morre Diabo”, no YT	146
Figura 52 - Morre Diabo é entrevistado pelo Jô Soares	146
Figura 53 - Morre Diabo participa de um filme	147
Figura 54 - Morre Diabo em animação 3D	147
Figura 55- Perdidos no tempo – vídeo no canal de Mysteryguitarman, destaque para a marca do YT e os ícones virados	149
Figura 56- Tutorial, usuária ensina a fazer trança embutida	150
Figura 57 – Tutorial: “como fazer animação em flash”. A área de trabalho funciona como estúdio de gravação	150
Figura 58- Vlog do Felipe Neto no canal Naofazsentido	151
Figura 59 - Lançamento de celular Aeiou no YT	156
Figura 60- Celebidades do YT reunidas para cantar música em vídeo de lançamento da empresa de telefonia Aeiou (sequência produzida no <i>site</i> yooouuuuuube.com)	156
Figura 61-TvThudinha do JTV transmite BBB em diferentes canais, o primeiro é Tvthudinha_on19 e o segundo Tvthudinha_is_back. Terceiro quadro corresponde ao fechamento do primeiro	176
Figura 62- Percurso do vídeo para chegar a formar parte da plataforma YouTube. Aqui se mostram os ambientes de procedência do vídeo	180
Figura 63- Quatro modos do vídeo ao vivo no JTV	181
Figura 64- Canal “Awalltgn” transmite o seu jogo de videogame e ao mesmo tempo faz um mix dele próprio e do chat do JTV na imagem	182
Figura 65- Vídeo produzido no canal “Vagpontos” entre a medicina nuclear e o vídeo amador	184
Figura 66- Celular capta imagem no momento do enforcamento de Saddam Hussein. A imagem é reapropriada em canal do YT	188

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11	09
2- CONSTELAÇÃO DE VÍDEOS.....	34	15
2.1 CONVERGÊNCIA E IMAGENS-FÁBULA.....	36	20
2.2 RECICLAGEM E DESCONTEXTUALIZAÇÃO.....	47	22
2.3 SIMULAÇÃO, TATILIDADE E IMERSÃO.....	51	27
2.4 ENTRE-IMAGENS, MUDIATIZAÇÃO DAS MÍDIAS E NOVA IMAGINAÇÃO.....	56	35
3 CONSTELAÇÃO DE INTERFACES.....	60	37
3.1 A INTERFACE COMO FLUXO AUDIOVISUAL	61	37
3.2 A REDE E O AUDIOVISUAL 2.0.....	66	44
3.3 SUPERFÍCIES AUDIOVISUAIS: PÁGINAS, <i>LINKS</i> , BARRAS DE NAVEGAÇÃO.....	72	45
3.4 O YOUTUBE E O GOOGLE	78	50
3.4.1 As empresas e a estética pós-capitalista	92	55
3.4.2 YouTube e o estado beta	96	55
3.4.3 O usuário/canal como modo de produção audiovisual	99	55
3.4.4 O vídeo: de janela a mesa de trabalho	106	55
3.4.5 A comunidade global: campanhas e ações da plataforma.....	114	55
3.5 JUSTIN TV E O AO VIVO AUDIOVISUAL	116	59
3.5.1 A <i>home</i> e o tempo ao vivo.....	120	73
3.5.2 O espectador como <i>broadcaster</i>	131	75
4- CONSTELAÇÃO DE USOS.....	135	111
4.1 CRIAÇÃO E REINVENÇÃO DO ACONTECIMENTO.....	138	134
4.2 IMAGINAÇÃO COLETIVA E GRAUS DE APROPRIAÇÃO DA TÉCNICA.....	144	134
4.2.1 Gêneros emergentes.....	149	
4.3 O ERRO, O TÉDIO E A CÓPIA REDIMIDOS NO AUDIOVISUAL DA <i>WEB</i>	153	134
4.4 MEMÉTICA, VALOR DE USO E <i>SOFTWARE</i>	157	145
5- CONSTELAÇÃO DE AMBIENTES.....	167	134
5.1 O TRÂNSITO COMO AMBIENTE	174	145
5.2 A REDE AUDIOVISUAL	180	159
5.2.1 A área de trabalho e a <i>webcam</i>.....	181	159
5.2.2 O arquivo e o <i>upload</i>.....	183	159
5.2.3 O celular, a rua e o flagrante	187	159
5.3 O DISPOSITIVO CONTEMPORÂNEO E A AUDIOVISUALIZAÇÃO DA CULTURA.....	190	159
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS: APONTAMENTOS PARA UMA ECOLOGIA DO AUDIOVISUAL DA <i>WEB</i>.....	197	159
6.1 UMA IMAGEM DIALÉTICA DO AUDIOVISUAL DA <i>WEB</i>	197	159
6.3 GLOSSÁRIO.....	205	159
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	211	159

1-INTRODUÇÃO

Esta tese se propõe a abordar o audiovisual da *web* como meio. A pesquisa não parte dessa formulação, ela é seu ponto de chegada. Para isso, adota metodologias mestiças que possibilitem andar sem propósito, sem pesos, pronta para alternar entre a atenção flutuante e o reconhecimento atento, descritos por Kastrup (2007). É movida pelas estratégias das formações do desejo no campo social, apontadas por Rolnik (1989), quando descreve a figura do cartógrafo. As escolhas do cartógrafo seguem um só critério: descobrir que matérias de expressão, misturadas a quais outras, e que composições de linguagem favorecem a passagem das intensidades que percorrem seu corpo no encontro com os corpos que pretende entender, sendo que "entender", para o cartógrafo, não tem a ver com explicar nem com revelar e, sim, com mergulhar na geografia dos afetos e, ao mesmo tempo, inventar pontes de linguagem para fazer sua travessia. Para Rolnik, o paradigma que move o cartógrafo é ético, estético e político. Ético quando da escuta das diferenças que se faz em nós; estético porque não parte de um campo já dado, mas da criação que encarna as marcas do pensamento, do viver; político porque se dá na luta contra as forças que em nós obstruem as nascentes do devir.

E, falando nessa obstrução, o processo de encontros e desencontros que tive ao longo destes quatro anos com o audiovisual da *web* está cheio de olhares persistentes e perturbadores, às vezes traiçoeiros ou impossíveis de decifrar. Contudo, a pesquisa só pode acontecer pela prática da hospitalidade mútua.

Embora não tenha intenção de enganar o leitor com uma certa continuidade própria do esforço para tornar esta tese inteligível, não foi essa continuidade o que caracterizou o seu processo nem a sua escrita. É impossível e desnecessário mostrar as crises e os conflitos que animaram as relações entre a pesquisadora e o pesquisado, entre mim e o audiovisual da *web* ao longo desse convívio turbulento. Foram muitos os desentendimentos, as incompreensões, as quase desistências mútuas ao esboço, neste momento de introdução, para entender um pouco melhor também as opacidades de ambos os protagonistas inseridos em toda uma rede que é a pesquisa. Uma das causas dos constantes conflitos já tinha sido alertada inúmeras vezes por McLuhan (1999): tendemos a ver no meio atual, inclusive na época atual, o anterior. Por quê? Porque o

ambiente formado pelo meio atual se torna imperceptível aos nossos olhos, e vemos só o meio, não seu ambiente. O meio nos encandila.

O audiovisual da *web* não é TV, nem vídeo, nem cinema, e de muitas formas ele tentou me alertar isso ao longo da pesquisa. Mas, então, ele é o quê? Como ele se atualiza? Qual é sua natureza? Quais as molduras com as quais cria seus mundos próprios? Em que consiste seu fluxo? Como se esconde e como se dá a ver? Que metodologias de abordagem são necessárias para ver esse meio com seu ambiente e não recortado como se fosse figura de fundo inexistente¹? Qual o estágio da técnica em que ele emerge? De que cultura ou tecnocultura ele participa? Essas questões ocupam esta pesquisa ao ensaiar uma ecologia do audiovisual da *web*.

O objeto de pesquisa é resistente e nunca oferece a trégua da simulação, que consiste em me conceder a sensação de estar sob meu domínio, dele estar sendo apreendido. Contudo, ele sempre se deixa manipular e encontra nisso sua razão de ser. Nesse processo, a sensação de estar perdida foi dominante, até aceitá-la e tirar proveito dela. Porém, ela dura até hoje. Em todo caso, e nos melhores momentos, o objeto de pesquisa convida à imersão, à interação, ao trânsito efêmero com a possibilidade de estabelecer alguns percursos que, de alguma maneira, se tornam inteligíveis.

Em síntese, poderia dizer que o convívio da pesquisa e da pesquisadora oscilou entre dois movimentos. O primeiro foi um movimento de incompreensão e exclusão mútua, que atrapalhou bastante o processo.

De minha parte, um olhar para o objeto como algo conhecido, pois venho estudando televisão desde o final da graduação e no mestrado; então agora seria só dar continuidade ao estudo em relação a um vídeo um pouco mais complexo, que eu possa abordar na mesma direção já conhecida. Ou seja, olhar para ele de longe, "sem sujar as mãos", como dizia Machado (2000) quando afirmava que as opiniões de Adorno sobre a TV surgiram de uns roteiros que ele leu e não do encontro com as imagens.

De parte do objeto, também havia um movimento êmico², a mensagem de que para

¹ Para McLuhan (1990; 1993; 1998), a cultura ocidental é uma cultura visual, na qual o sentido da visão opera um desequilíbrio sobre os outros sentidos o que teria sido efeito da escrita, e leva a que percebamos todas as coisas em termos de figura e fundo. Essa ideia está presente em toda a tese e será desenvolvida principalmente na constelação de ambientes.

² Conforme Claude Lévi-Strauss (1996), há duas estratégias que foram utilizadas na história humana para enfrentar a alteridade dos outros: a antropeômica e a antropofágica. A primeira estratégia consiste em rejeitar os outros, vê-los como incuravelmente estranhos e alheios; impedir o contato físico, o diálogo e a interação social. A segunda estratégia consiste em uma "desalienação" das substâncias alheias – "ingerir", "devorar" corpos e espíritos estranhos, de modo a fazê-los, pelo metabolismo,

compreendê-lo eu tinha que ter um domínio de tecnologia e informática que não estava entre minhas competências. Sendo assim, até decifrar cada *link*, cada nova página, cada nova experimentação das plataformas disponibilizadas em versão Beta - versão de um produto quando ainda se encontra em desenvolvimento e teste - e conhecer o funcionamento dos *softwares* envolvidos ia levar muitos anos.

Isso me impedia de flunar com curiosidade lúdica entre as plataformas audiovisuais a partir de meus próprios interesses do campo da comunicação e da cultura (se entendermos cultura pelo modo de vida e de organização das pessoas). No fundo, existe uma velha dicotomia entre tecnologia e ciências humanas e sociais que nos estudos da *web* parece se atualizar, com todo o perigo que isso tem de encerrar um campo de estudos ou reservá-lo a um grupo específico.

Em todo caso, era uma ideia completamente desalentadora porque partia também do pressuposto de que a pesquisa nas novas mídias já estava pronta, com uma vasta produção de conhecimento sobre ela e feita por autores consagrados, quando, na verdade, essa produção está começando. Mesmo porque o audiovisual da *web* - e não só ele, toda a contemporaneidade - passa ainda por um estágio provisório da técnica, não maduro³, em que usos e apropriações diversos estão sendo experimentados e, ao mesmo tempo, usos anteriores e suas interfaces são copiados e simultaneamente tensionados. A criação e o uso de *hardwares* e *softwares* de conexão, e acesso à internet, vão reorganizando a vida social em um processo que está em andamento. Além disso, se trata, essencialmente, de um meio aberto, que resiste às tentativas de fechamento, seja ele acadêmico ou de qualquer natureza.

Entretanto, em outro nível de nosso convívio, foi acontecendo um movimento de mútua hospitalidade superando a ideia tão logocêntrica⁴ de que primeiro há que conhecer para depois hospedar⁵. De minha parte, fui encontrando afinidades entre os modos como se atualiza o audiovisual na *web* e os modos como eu mesma me aproprio

idênticos aos corpos que os ingerem, e, portanto não distinguíveis deles. Se a primeira estratégia visava ao exílio ou aniquilação dos "outros", a segunda visava à suspensão ou aniquilação de sua alteridade.

³ Para Benjamin (1987), toda forma de arte amadurecida está no ponto de intersecção de três linhas evolutivas que serão abordadas mais adiante.

⁴ A história do Ocidente seria uma sucessão de centros inquestionáveis, como Deus, homem, consciência, transcendência, eu, verdade, noções responsáveis pela ideia de centro unificador do mundo. A esse pensamento essencialista e transcendental Derrida (2003) chama de logocentrismo. Para ele, o valor do centro é sempre afirmado pelo não valor de seu oposto: Deus/diabo, homem/mulher, natureza/cultura, fala/escrita, espírito/corpo, inteligível/sensível etc. O pensamento metafísico atribui valor intrínseco aos elementos que compõem essas dualidades, em que se fundamenta quase toda a filosofia europeia.

⁵ Penso a hospitalidade a partir de Derrida (2003). O conceito é importante a esta tese e será desenvolvido mais adiante.

do conhecimento - na verdade um modo de viver. Trata-se de uma forma intuitiva, não linear, não cartesiana, em rede, curiosa, lúdica. Da parte do meu "objeto" de pesquisa, um demonstrar que, por dentro de sua dureza tecnológica e funcional, pulsava um élan vital e um desejo de ser reconhecido e pesquisado em sua duração e em sua audiovisualidade. Antes de explicar um pouco mais esse conceito que tem fundamentalmente Bergson e Benjamin no modo como é construído aqui, precisaria esclarecer rapidamente meu lugar de fala.

A minha prática profissional não vem da Informática, nem sequer da realização audiovisual, seja ela midiática ou artística, embora o audiovisual - a televisão - sempre tenha sido para mim objeto de interesse acadêmico. A minha prática profissional vem do jornalismo, profissão que pratico desde muito antes de me formar na área, quando, aos 20 anos, comecei a trabalhar em rádio.

De alguma forma, sempre me senti na pesquisa, e não só nela, uma estrangeira. Algo semelhante a quando Didi-Huberman (2008), falando sobre Bertold Brecht, se refere ao exílio - tanto físico, daquele que não está em seu país, como estético, daquele que não pertence, que estranha, que guarda distância. Brecht não é apenas alguém que muda muito, antes e depois da guerra, mas alguém que assume a posição "desterritorializada". Poesia e vida não podem pesar, precisam se manter leves para que a mobilidade - estar aqui ou lá, ver daqui ou de lá - seja rápida. O exílio é mais do que um estado ou um destino, mas um princípio para saber sobre algo - a "acuidade da visão" - e, o que não deixa de ser problemático, cheio de "informações lacunares" e distanciadas.

Como explicava no meu texto de qualificação desta tese, a condição de estrangeira - já vivo com ela mais da metade da minha vida, já que sou uruguaia, passei minha infância na Argentina e os últimos 19 anos no Brasil - sempre foi menor ou complementar a esse outro exílio que Didi-Huberman chama de estético. Seria um "exílio" movido por uma curiosidade perturbadora sobre a cultura, sobre os outros, mais do que sobre algum outro específico. Curiosidade sobre o próprio movimento de outridade, que pode ter na condição de estrangeira um incentivo e na hospitalidade seu desafio. Compreender o contemporâneo talvez seja uma das razões principais das minhas opções, dos meus estudos e pesquisas e inclusive da profissão de jornalista.

Mas "*O que é o contemporâneo?*" é a pergunta que Agamben (2008b) se faz quando lembra que, para Nietzsche, era "acertar contas com seu tempo, tomar posição

em relação ao presente". Agamben contrapõe que:

Pertence verdadeiramente ao seu tempo, é verdadeiramente contemporâneo, aquele que não coincide perfeitamente com este, nem está adequado a suas pretensões e é, portanto, nesse sentido, inatual, mas, exatamente por isso [...] através desse deslocamento e desse anacronismo, ele é capaz mais do que os outros, de perceber e apreender o seu tempo (AGAMBEN, 2009, p. 59).

Portanto, a contemporaneidade para o autor é uma singular relação com o próprio tempo que adere a este e, ao mesmo tempo, toma distância. Adere ao tempo através de uma dissociação e de um anacronismo. Uma segunda definição dada pelo autor sobre o contemporâneo é o daquele que mantém fixo o olhar sobre seu tempo para nele perceber o mais escuro. "Todos os tempos são para quem deles experimenta contemporaneidade, obscuros" (AGAMBEN, 2008b p. 63). Para o autor ser contemporâneo é uma questão de coragem.

O compromisso que está em questão na contemporaneidade não tem lugar simplesmente no tempo cronológico, é algo que urge dentro deste e que o transforma. Somente quem percebe no mais moderno as assinaturas do arcaico pode dele ser contemporâneo. A *arké*, isto é, a origem, não está situada num passado cronológico. Ela não cessa de operar no devir histórico como o embrião continua a agir no organismo maduro e a criança na vida psíquica do adulto. A origem pulsa no presente. Entre o arcaico e o moderno há um compromisso secreto.

O contemporâneo coloca em ação uma relação especial entre os tempos. "Aqueles que procuram pensar a contemporaneidade puderam fazê-lo apenas com a condição de cindi-la em mais tempos, de introduzir no tempo uma essencial desomogeneidade" (AGAMBEN, 2008b, p. 71).

O desafio por multiplicar os tempos, por ver todos os tempos neste tempo, por ver todo o audiovisual neste audiovisual resulta animador a esta tese. Até porque venho acreditando muito, ao longo da minha formação como pesquisadora, na ideia de que o audiovisual em particular (e a técnica em geral) revela muito sobre a cultura em que ele emerge e que ele transforma.

Numa entrevista (D'AMICO, 2011), McLuhan tentava explicar que as mudanças não acontecem nos meios e sim no ambiente, não na figura e sim no fundo, e que fundo e conteúdo não são a mesma coisa. Para isso, ele dava o exemplo dos óculos: eles são figura do rosto que é fundo ou ambiente; fora do rosto, os óculos são um símbolo; os óculos não mudam, mas nós mudamos com eles. O ônibus sem a autopista é um

símbolo, mas não são o ônibus nem os óculos os que mudam. O avião não mudou o ônibus, nem a TV mudou o rádio, mas mudou o ambiente do rádio. As mudanças têm lugar no fundo, não na figura. Portanto, os meios (pensados por McLuhan como toda mídia, toda tecnologia) mudam o fundo ou ambiente, principalmente os meios audiovisuais⁶.

Esta pesquisa passou por muitas mudanças que agora reconheço superficiais, mas que tentavam formular algo que no audiovisual me afetava profundamente. O projeto iniciou com o nome de *A redenção das imagens, sucatas, refugos e farrapos audiovisuais na pós-mídia* e passou para o mesmo título trocando no fim "pós-mídia" por *web*, quando tive certeza de que todo o audiovisual contemporâneo, de alguma forma, *passa* pela *web* nas plataformas de vídeo. Mais tarde, o título foi *Trânsito e conectividades audiovisuais na web*, quando comecei a perceber que o contemporâneo podia ser pensado também como dispositivo, nos termos de Foucault (1985), e que esse dispositivo contemporâneo tinha como urgências o trânsito e a conectividade.

Ainda cheguei a pensar no título *Hospitalidade e redenção das imagens: o audiovisual da web como reciclagem de restos culturais*, ao perceber a potência das combinações operadas pelos usos desse audiovisual. Em algum momento, levantei a possibilidade de titular a tese de *A redenção das imagens no audiovisual da web: o outro, a cópia e o software*, quando percebi que, nesses usos, havia determinados valores descartados da sociedade moderna, como o tédio, o erro, a cópia, que eram completamente ressignificados nas imagens copiadas e tratadas pela mediação dos *softwares*.

Finalmente, entendi que a pergunta era mais geral e aberta: afinal, de que estamos falando ao falar do audiovisual no YouTube (YT) e no Justin TV (JTV)? Queria responder a essa pergunta construindo um modo ecológico de abordar o objeto. Assim, o título final resultou *Plataformas de vídeo: apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade*. Trato de apontar aqui as observações do meu percurso entre estes materiais, percurso em um meio que só se deixa ver com o tato.

Na verdade, a mudança de títulos é um sintoma de diversas questões que me olhavam nos materiais que ia observando, seguindo a ideia de Didi-Huberman (1998), de que haveria uma inelutável cisão que separa dentro de nós o que vemos daquilo que nos olha, sendo que o que vemos só vale - só vive - em nossos olhos pelo que nos olha. O

⁶ Em *A aldeia global*, McLuhan e Powers (1993) dedicam boa parte do livro aos efeitos globais das tecnologias relacionadas ao vídeo.

ato de ver só se manifesta ao abrir-se em dois, imagens que quando olhamos para elas nos olham até o âmago ao ponto de perturbar nossa capacidade de simplesmente ver como meros espectadores.

Um exemplo dado pelo autor é de quando olhamos para um túmulo há sempre um olhar que irrompe em nossa direção. Algo que não é fruto de uma análise comparativa. São dois olhares que se encontram como relâmpago e se deparam, nesse "agora", com um espaço onde o passado se hospeda no presente. É um momento muito fugaz, que até pode ser diluído com a tautologia ou a crença. Para Didi-Huberman (1998), o olhar do túmulo que nos olha ressalta um inelutável sentido de perda, ele nos impõe uma imagem impossível de ver. Diante dessa cisão, diz o autor, podemos optar pela atitude lúcida da melancolia ou recalcar, "acreditar preencher o vazio pondo cada termo da cisão num espaço fechado, limpo e bem-guardado pela razão, uma razão miserável, convém dizer" (DIDI-HUBERMAN, 1998, p. 38).

Recalcar é ficar aquém da cisão. Ao recalcar, o autor explica que podemos acreditar que aquilo não nos olha e postulá-lo como inexistente, reduzi-lo ao domínio da invisibilidade sem nome, uma vontade de permanecer a todo custo no que vemos. Essa atitude seria fazer do exercício do ver uma tautologia, uma verdade rasa. "Esse túmulo que vejo não é senão o que vejo nele: um paralelepípedo de cerca de um metro e oitenta de comprimento..." (DIDI-HUBERMAN, 1998, p. 39). Essa tautologia transforma-se em cinismo: "o que vejo é o que vejo, e o resto não importa".

Um segundo meio para suturar a angústia é querer superar a cisão aberta pelo que nos olha naquilo que vemos. "Equivale a produzir um *modelo fictício* no qual tudo - volume e vazio, corpo e morte - poderia se reorganizar, subsistir, continuar a viver no interior de um grande sonho acordado" (DIDI-HUBERMAN, 1998, p.40). Nesse segundo caso, segundo Didi-Huberman, é como se a vida já tivesse abandonado esse lugar concreto demais, material demais, próximo demais, inquietante demais para ser definitivo. Com a crença, nada será definitivo, a vida não está aí, mas está em outra parte onde o corpo perdura como belo e cheio de vida. Seria uma ficção que preenche o horror ao vazio.

Interessam-me as relações entre os modos do audiovisual se atualizar e os modos de organização da sociedade e da cultura. Já explorei em certa forma essa experiência na televisão com minha dissertação de mestrado (MONTAÑO, 2007). Partia da ideia de que a colagem de imagens e fragmentos próprios dos grandes centros assemelha-se às

montagens televisivas e do audiovisual, ideia pensada por Barbero e Rey (2002, p. 33). Eles viam no fluxo televisivo uma metáfora do fim dos grandes relatos pela equivalência de todos os discursos, pela interpenetrabilidade de todos os gêneros e pela transformação do efêmero em chave de produção e em proposta de gozo estético. Segundo os autores,

essa nova experiência remete aos novos “modos de estar juntos” na cidade, às sociabilidades cotidianas que o caos urbano suscita, uma vez que, ao mesmo tempo em que desagrega a experiência coletiva, impossibilitando o encontro e dissolvendo o indivíduo no mais opaco dos anonimatos, introduz uma nova continuidade: a das redes e dos circuitos, a dos conectados.

A cidade possibilita-nos uma estranha liberdade, dizia Benjamin, referindo-se às montagens urbanas que multiplicam a cadeia significante. Em *O sentido do filme*, Eisenstein (2002) dizia que, sempre que justapomos dois pedaços de filme, sim, mas também dois fatos, dois fenômenos, dois objetos, cria-se um novo conceito, uma nova qualidade. Essa qualidade audiovisual está também fora do audiovisual propriamente dito, é uma qualidade da vida. Eisenstein preocupa-se mais com as "potencialidades da justaposição" do que com a análise dos fragmentos justapostos e diferencia a representação da imagem que ela suscita. O estudo das audiovisualidades busca reconhecer essa qualidade audiovisual (Eisenstein a chamou de imagicidade).

Na *web*, o audiovisual se atualiza de uma forma própria, na qual toda e qualquer montagem pode ser posta em novas e infinitas justaposições outras. Essas operações (como as entende Manovich, 2006: colar, cortar, compor são operações do *software* e operações culturais) responsáveis por montagens infinitas, estão sustentadas nos ambientes que hospedam o audiovisual contemporâneo. São novos ambientes do vídeo e do usuário. Os vídeos passam em interfaces que conectam usuários e imagens audiovisuais. Um ambiente que tende a favorecer as relações entre dispositivos, usuários, vídeos e *web*, formando, assim, o audiovisual da *web* na contemporaneidade.

Uma vez explicitado, então, meu lugar de fala com interesses e limitações e antecipada a abordagem do audiovisual nesta pesquisa, volto à inelutável cisão do ver o audiovisual da *web* e à necessidade de lhe ser contemporânea, isto é, multiplicar suas temporalidades, adentrar suas opacidades.

A metodologia usada na pesquisa inclui três movimentos e dois procedimentos metodológicos. Os movimentos metodológicos são semelhantes aos movimentos dos usuários nas plataformas e podem ser pensados através de três das inúmeras

personagens que frequentavam as novas metrópoles do século XVIII. Figuras essas teorizadas por Walter Benjamin (2006), a saber: o *flâneur*, o colecionador e o trapeiro. Esses movimentos, que explicarei em seguida, acompanham a pesquisa do início ao fim. Os dois procedimentos metodológicos são a metodologia das molduras e a formação de imagens dialéticas em constelações.

Foi nas minhas *flânerie* nas plataformas de compartilhamento que percebi vídeos que particularmente capturavam minha atenção, assim como reiterados usos que encerravam um potencial de montagem instigante e interfaces que mostravam um grau de opacidade tenso. Flanando, fui selecionando, juntando, fazendo grupos, reunindo imagens. Uma vez constituídos grupos de imagens, observei elementos específicos, às vezes com aparência insignificante, que se observados em profundidade podiam ser reveladores dos modos como produziam sentido para as plataformas e para o audiovisual.

Essa, aliás, é uma característica desta abordagem que a diferencia de outras e a aproximou dos autores reunidos nesta pesquisa para ajudar a entender seu objeto, principalmente os três mais fundamentais epistemologicamente falando: Walter Benjamin, Marshall McLuhan e Vilém Flusser. Procuo compreender muito mais do que o modo de funcionamento do meio, chegando à compreensão do modo em que nele são produzidos os sentidos para esta época na qual ele emerge, inclusive sentidos sobre seu modo de funcionar. De outro lado, não procuro essas relações entre meio e ambiente em nenhum outro espaço que não sejam os materiais específicos: as plataformas de compartilhamento de vídeo YT e JTV. Por isso, há, neste trabalho, um constante movimento de *flânerie*, de colecionadora e de catadora de sucata.

Em 1844, Edgar Allan Poe escreveu seu conto *O homem da multidão*, uma das primeiras referências literárias do *flâneur*. Nesse conto, Poe descreve um homem sentado em um café, que olha pela janela e acompanha todos os movimentos, os sentimentos e estados da multidão que passa, encontrando nisso um raro prazer. Até que a passagem de um homem velho, com aparência assustadora, afeta-o profundamente e o arranca daquele bar para percorrer a cidade toda atrás do velho caminhante. Esse percurso leva-o a redescobrir outros lados da cidade, ou os mesmos, em diversos horários, seus habitantes e, principalmente, seu alvo, que não podia deixar de observar:

Eu estava profundamente intrigado com o seu modo de agir e firmemente decidido a não me separar dele antes de estar satisfeita, até certo ponto, minha curiosidade a seu respeito. Um relógio bateu onze sonoras badaladas, e

a feira começou a despovoar-se rapidamente. Um lojista, ao fechar um postigo, deu um esbarrão no velho, e, no mesmo instante, vi um estremeamento percorrer-lhe o corpo. Saiu apressadamente para a rua e olhou ansioso à volta de si, por um momento; encaminhou-se depois, com incrível rapidez, através de vielas, umas cheias de gente, outras despovoadas, para a grande avenida da qual partira, a avenida onde ficava o Hotel D... Esta, no entanto, já não apresentava o mesmo aspecto (POE, s/p, s/d).

Ele procura se "apropriar" da cidade muito mais como experiência do que como conhecimento ou qualquer outra utilidade, embora acabe conhecendo a cidade e seus moradores mais do que ninguém.

Já o *flâneur* de Baudelaire aparece como a figura de um burguês que tem o tempo à sua disposição e pode dar-se ao luxo de desperdiçá-lo, para horror da sociedade capitalista nascente, com um tempo imposto pelo sistema de produção da época. Ele é um "ocioso". Benjamim diz que "era de bom-tom levar tartarugas para passear pelas galerias", como uma forma de protestar contra o ritmo imposto pelo capital (1989, p. 50-51).

O *flâneur* leva uma vida sem objetivos definidos, a não ser buscar, no complexo urbano, barulhos, vãos e becos por onde entrar em busca de algum espetáculo para os seus sentidos. Sentidos e pernas são o principal no *flâneur* e na *flânerie*. Seus interesses são primordialmente estéticos e frequenta cafés e restaurantes onde atores, escritores e artistas se encontram. Entretanto, parte do espetáculo urbano é-lhe oferecido pelo comportamento das classes baixas (vendedores, soldados, gente da rua). Ele é uma figura marginal e tende a ser descrito como alguém isolado daqueles a quem observa.

Embora crie uma distinção entre o observador e o observado, não o faz de uma posição privilegiada, uma vez que ele não observa a multidão a partir de um determinado ponto distante, mas se imiscui nela. É um olhar em trânsito. Um olhar que se move, que observa uma situação também móvel, evidenciando que nunca quem olha e quem é olhado desistem do movimento. Assim, sua leitura da cidade ocorre através de olhares fragmentários e momentâneos. Não opta por um olhar contemplativo e equidistante, geométrico, em que o observado se apresenta como figura sobre o fundo urbano. Ele transita e, com isso, tem acesso a um tipo de conhecimento interno da cidade, dos transeuntes, de si próprio.

Baudelaire via o *flâneur* como aquele capaz de compreender o processo da modernidade e do cosmopolitismo através do fluxo da cidade. O *flâneur* é aquele que se entrega ao fluxo de um modo inteligente, e isso é uma ideia-chave para o meio em

questão nesta tese. Entregar-se ao fluxo tátil da *web* é uma experiência completamente envolvente, mas torná-lo inteligível é uma atividade que vai contra sua natureza.

Dentre os autores citados, sem dúvida, quem mais teorizou sobre o *flâneur* foi Walter Benjamin (2006). O *flâneur* benjaminiano parece tomar de Poe a intimidade com a vida da rua e de Baudelaire a assimilação da mudança de época que a cidade lhe revela. "A rua conduz o *flâneur* em direção a um tempo que desapareceu. Para ele, qualquer rua é íngreme. Ele vai descendo (...) rumo a um passado que pode ser tão mais enfeitiçante por não ser seu próprio passado, seu passado particular" (BENJAMIN, 2006, p. 462). Paris seria a terra prometida do *flâneur*, paisagem de pura vida. "Paisagem - é nisso que a cidade de fato se transforma para o *flâneur*. Ou mais precisamente: para ele, a cidade cinde-se em seus polos dialéticos. Abre-se para ele como paisagem e fecha-se em torno dele como quarto" (BENJAMIN, 2006, p. 462).

Há uma diferença entre a vivência do *flâneur* e o que Baudelaire fez de transformar essa vivência em experiência, isto é, sua vivência se torna poesia e conhecimento de uma época. Também nesta pesquisa, precisei da vivência do *flâneur* e procurei transformá-la em experiência, em conhecimento sobre o meio. Tive que andar, me cadastrar, entrar na plataforma e seguir o movimento sugerido por ela ou por outros usuários até achar alguma paisagem que me produzisse estranheza, como aquele homem velho de Poe, que me chamasse a atenção e me arrancasse para outro movimento, enfim, um elemento que guiasse meu percurso. Aí, entrava em ação o colecionador.

Segundo Benjamin (2006, p. 240), o método do colecionador é tornar contemporâneos os objetos, isto é, concebê-los dentro de seu próprio espaço, hospedá-los. Na coleção, "não somos nós que nos transportamos para dentro delas [as coisas], elas é que adentram a nossa vida". Para isso, o objeto é separado de todas as suas funções originárias, entra na coleção e se coloca numa relação mais íntima com seus presumidos afins (isto é, os outros objetos e o colecionador).

A relação entre o colecionador e o objeto é diferente da relação do consumo. Há um desvio, um ato de destruição de certa ordem. O colecionador, ao despojar cada objeto individual de toda a função anterior ou da condição de mera possessão, remete o objeto a uma constelação histórica criada por ele próprio, dando a ver conexões e correspondências entre coisas que talvez não existissem sem sua intervenção (a do colecionador). A tarefa do colecionador tem um componente destrutivo, portanto, porque sempre recebemos junto com um objeto colecionado a imagem de uma ordem

particular.

Foi mais ou menos assim que aconteceu a escolha dos materiais a serem abordados aqui. Iniciei o doutorado buscando um contato com o audiovisual independente de sua mídia: uma *flânerie* por obras de cinema, televisão, vídeo, vídeo-arte, *web*, tentando observar e me deixar afetar, tentando perceber sentidos mais tensos nesses audiovisuais contemporâneos. Não precisei de muito tempo para notar que a maior parte desses vídeos observados em diversas mídias estava disponível nas plataformas de compartilhamento de vídeos, e centrei, assim, meu olhar nelas. Iniciei aí uma nova *flânerie*, mas já separando aqueles vídeos que insistentemente me afetavam, formando assim uma primeira coleção. Tratava-se de uma coleção de vídeos produzidos no âmbito da mídia, uma mídia profissional e diferenciada em termos técnicos e estéticos. Contudo, as tendências e práticas observadas nesses vídeos podiam se ver diluídas como tendências gerais nas plataformas de compartilhamento. Isto é, o que acontecia no espaço do *player*, do vídeo *stricto sensu*, tinha relação com o que acontecia fora dele, no ambiente que o hospeda e no ambiente contemporâneo. Disso trata a primeira constelação desta tese.

Comecei a flunar, durante os dois primeiros anos da pesquisa, então, pelas plataformas de compartilhamento de vídeo. Primeiro foram Megavídeo e MetaCafé, acompanhei um pouco o Vimeo, conheci algumas plataformas que possibilitavam editar o vídeo e outras com vídeo ao vivo. Contudo, acabei optando pelo YT, por ser ela disparadamente a plataforma com mais usuários, mais vídeos e mais recursos, ambientes e ferramentas. Junto com o YT, reparei que o Justin TV, embora seja uma plataforma bem menor, tem a particularidade de o vídeo ser praticado de uma forma bem específica: ao vivo, em tempo real, uma temporalidade que é muito significativa à televisão e à rede, embora de modo diferente.

Iniciei, então, uma nova *flânerie* dentro dessas duas plataformas, andando, colecionando materiais e formando constelações. Cheguei a uma segunda coleção: não pude ignorar as interfaces, embora elas se escondam, permaneçam na opacidade. Sobre elas, me debruço na segunda constelação desta tese.

Não é possível deixar de reparar também como os usuários se apropriam das imagens, copiam, parodiam, remixam e põem assim os vídeos em circulação, pela plataforma, sim, mas muitas vezes também entre as mídias. As novas narrativas que se dão por esses recursos numa montagem colaborativa, as inversões, em relação à mídia,

do que se exclui ou se privilegia. Novos gêneros surgem com dispositivos do audiovisual ao alcance de uma grande parte da população. Todas essas questões são tratadas na terceira constelação.

Ainda uma quarta constelação tenta apontar o ambiente, aquilo que realmente muda com o surgimento de um meio. Ambientes mais diretamente relacionados com o audiovisual, ambientes mais diretamente relacionados com o usuário.

Uma vez reunidas essas constelações, uma nova *flânerie* dentro delas me deu o terceiro movimento da pesquisa: o trapeiro.

A figura do trapeiro aparece nos poemas de Baudelaire e com o qual Benjamin identifica o próprio poeta. O lixo e os destroços são importantes tanto para o trapeiro quanto para o poeta (e, sugerimos, para as mídias, ainda que com outras intenções) - o catador das ruínas do sentido. Esse personagem das grandes cidades modernas recolhe os cacos, movido pela pobreza, mas também pelo desejo de não deixar nada se perder ou ser esquecido. Ele não tem por alvo recolher os grandes feitos, e sim tudo aquilo que é deixado de lado como algo que não tem significado (mas que, no caso das mídias, pode reverberar na audiência):

Aqui temos um homem – ele tem de recolher na capital o lixo do dia que passou. Tudo o que a cidade grande jogou fora, tudo o que ela perdeu, tudo o que desprezou, tudo o que destruiu é reunido e registrado por ele. Compila os anais da devassidão, o Cafarnaum da escória; separa as coisas, faz uma seleção inteligente; procede como um avarento com seu tesouro e se detém no entulho que, entre as maxilas da deusa indústria, vai adotar a forma de objetos úteis ou agradáveis. (BAUDELAIRE, Apud BENJAMIN, 1989, p. 78).

O resto, para Agamben (2002), é aquilo que não desaparece totalmente, mas que também não está totalmente presente; é uma testemunha, um conceito messiânico. No livro *O que resta de Auschwitz*, Agamben (2008a) afirma que "o resto de Auschwitz - as testemunhas - não são nem os mortos nem os salvos, nem os náufragos nem os sobreviventes, mas o que resta entre eles". O resto é um *entre* e ele sempre vai ser um elemento conectivo.

Nesse novo movimento de *flânerie* fui tropeçando com restos que são os elementos analisados em cada constelação. Cacos, refugos e farrapos nos quais alguma coisa não está totalmente presente nem totalmente ausente, seja nos vídeos, nas interfaces, nos usos ou no ambiente.

Esses três movimentos, além de próprios desta pesquisa, são próprios do meio. Os

usuários andam por superfícies que chamamos de páginas, se debruçam sobre algum objeto (texto, desenho, foto, vídeo) que apresenta o que chamamos de *link* ou enlace. Clicam nele, vão para outra superfície (página) com novos *links* para clicar. Nesses percursos, formam coleções de vídeos ou de amigos. Ou desmontam vídeos para fazer outros, remixando e formando novas coleções, sejam elas de imagens dentro de um novo vídeo ou de vídeos dentro de listas de exibição.

Temos aí um verdadeiro trapeiro, um catador de sucata que emerge nestes ambientes para roubar, copiar, parodiar, imitar, tirar daqui e misturar lá. Há, nessa dinâmica, toda uma tendência para o fim do vídeo e pela instauração de um audiovisual em rede. Um novo construto das plataformas que inclui vídeo e usuário, profissional e amador, mas cuja necessidade de agir, de intervir e de usar é o que prevalece. É o que nos leva a pensar numa *softwarização* do audiovisual e da cultura.

Uma outra escolha feita por mim ao longo da pesquisa está em privilegiar aproximações entre os estudos de TV e da *web*, inclusive na metodologia de análise dos meus "restos" audiovisuais, por diversas razões. Em primeiro lugar, como já explicitiei, antes minha área de pesquisa foi o audiovisual da TV. Em segundo lugar, porque vejo poucas aproximações entre ambas mídias. Tratando-se do audiovisual das novas mídias, são predominantes as aproximações com o cinema e a vídeoarte (Dubois, 2004; Manovich, 2006; Machado, 2007c; Weibel, 2000; Couchot, 2007; Arantes, 2005). Mas, a principal razão é porque o audiovisual da *web* se enuncia de muitos modos como TV.

Desde os nomes das plataformas: Justin TV e YouTube (que significa, mais ou menos, "você na televisão"), além de nomenclaturas como "canais", "transmissão" e outras referências televisivas em ambas as plataformas.

Ao longo da pesquisa, fui usando, para compreender melhor as imagens do audiovisual da *web*, a metodologia das molduras (KILPP, 2010a). Ela implica inicialmente três eixos conceituais, a saber: molduras, *ethicidades* e imaginários. Os eixos são atravessados pelos quatro conceitos basilares da obra de Bergson (1999), como intuição, *élan vital*, duração e memória, e pelos conceitos de imagicidade e cinematismo propostos por Eisenstein (1990), escopo a partir do qual a metodologia visa a autenticar as audiovisualidades atualizadas em cada mídia e que, entretanto, permanecem em devir. Em sua processualidade, parte da dissecação de molduras discretas que são próprias de cada mídia, que é quando se dão a ver as montagens, os enquadramentos e os efeitos de sentido.

Nas molduras autenticadas, percebem-se os quadros e territórios de experiência e significação de construtos midiáticos (as *ethicidades*), cujo sentido último é agenciado por conta dos imaginários minimamente compartilhados entre todos os partícipes de processos comunicacionais. No imbricamento desses agenciamentos tecnoculturais, encontram-se, contagiam-se reciprocamente e atravessam-se ambientes midiáticos e ambiências socioculturais que os produzem; por isso, a metodologia autêntica age sobre e sobre uma ecologia audiovisual.

Como não podia ser diferente, encontrei algumas diferenças entre os modos de operar com a metodologia na televisão (MONTAÑO, 2007) e no audiovisual da *web*. Trata-se de uma diferença na própria natureza das imagens de cada uma dessas mídias. Como aponta Couchot (2007), na *web* o processo é semelhante ao dos dispositivos simuladores de realidade virtual. Nesse tipo de máquina - simulador de navegação, de voo, ou de direção, por exemplo - o piloto está isolado do mundo exterior e completamente imerso no espaço virtual.

Ele percebe a imagem realista de uma realidade simulada, mas pode agir sobre essa imagem por meio de interfaces que reproduzem os comandos do navio, do veículo, ou do avião. Ele emite informações em direção à máquina. O condutor é, por conseguinte, ao mesmo tempo, e não de modo alternado, receptor e emissor, enquanto, por sua parte, a máquina responde à sua ação e a devolve em imagens. Para o operador que está nos comandos, as imagens não se desenrolam à maneira de um filme, elas somente ganham vida sob sua ação; são o resultado da interação instantânea entre o operador e o programa, e o seu sentido nasce dessa interação.

Observemos que esse modo de produção, de recepção e de transmissão da informação está em ruptura com o modo próprio das mídias de massa, como o rádio e a televisão, em que a significação das mensagens preexiste à sua transmissão. A dissecação de imagens na TV demandava, em primeiro lugar, matar o movimento, o fluxo televisivo, para autenticar as molduras e devolver novamente a imagem ao fluxo. Com esse processo, se operava uma desnaturalização do olhar e podia se perceber aquilo que no primeiro fluxo era imperceptível.

Na TV, é importante perceber esses elementos discretos como uma logomarca de uma emissora, por exemplo, que permanece no canto da tela, sobreposta a um conjunto de imagens das quais se está declarando como autora e proprietária. Ou ainda, essa mesma logomarca que se retira na hora dos comerciais, fazendo, com isso, uma

série de enunciações como, por exemplo, que TV são programas, e, não, comércio. Parando o fluxo dessas imagens, podemos perceber elementos, como essa logomarca e os enunciados, feitos no modo como eles aparecem nas montagens. Nas imagens da *web*, além de o audiovisual ser de outra natureza o seu fluxo é diferente ao da TV ou do cinema. As imagens aparentemente demandam muito mais do que um clique para estar em movimento.

Couchot (2007) se pergunta: no que consiste então a temporalidade vivida pelo operador durante esse exercício? Os acontecimentos virtuais, dos quais o condutor participa no simulador, possuem isso de particular: eles são indefinidamente reiteráveis. A cada retomada, o operador pode reajustar-se sobre um tempo inicial e reviver um cenário mais ou menos diferente segundo seu comportamento. Ele se encontra, então, mergulhado no cruzamento de dois fluxos temporais: a temporalidade que lhe é própria (ele vive, comove-se, decide, age) e a temporalidade própria da máquina que desenvolve o seu programa.

Na web, a temporalidade se caracteriza tecnicamente pelo "tempo real" que permite ao computador responder quase que instantaneamente aos gestos e comandos do operador. Deste cruzamento entre o tempo subjetivo vivido pelo operador e o tempo da máquina resulta um tempo híbrido, um tempo fora do tempo, que Couchot (2007) chama de U-crônico. Ele não pertence a nenhum lugar próprio, se estende em todas as dimensões, obedece a todas as leis possíveis de associação, de deslocamento, de translação, de projeção e pode simular todas as topologias concebíveis.

O tempo U-crônico não é um tempo "imaginário" como aquele da evocação da memória ou como o do sonho, mesmo que o sonho provoque frequentemente uma forte impressão de realidade. É um tempo em potência, mas que se atualiza durante a interação em instantes, durações, simultaneidades singulares; um tempo não linear que se expande ou se contrai em inúmeros encadeamentos ou bifurcações de causas e de efeitos. Sem fim nem origem, o tempo U-crônico se libera de qualquer orientação particular, qualquer presente, passado ou futuro, inscritos no tempo do mundo (COUCHOT, 2007, p. 2).

A temporalidade multidirecional é o fluxo do audiovisual de interface e, para dissecar as molduras, muitas vezes há que acelerar esse fluxo, segui-lo, acompanhar seus trânsitos e suas conectividades e estabelecer alguns mapas desse rastreo.

Para poder compreender melhor o fluxo na web, fiz uma primeira observação dos materiais, que consistiu em capturar as telas das plataformas, começando com a página inicial, e rodeá-la de todas as páginas cujos links estão nessa página. Para fazer

essa montagem, usei o programa Prezi, online, que possibilita uma superfície com a capacidade de conter inúmeras imagens e vídeos. Desse modo, o que se dá numa montagem temporal enquanto o usuário vai passando de uma superfície a outra pelo clique, ficava, nessa montagem, na mesma superfície, isto é, gera uma montagem espacial. De alguma forma, essa primeira operação permitiu, sim, fazer uma desnaturalização do fluxo do audiovisual da web e observar algumas questões como, por exemplo, a quantidade bem maior de páginas conectadas à disposição dos cliques de um usuário cadastrado do que de um usuário anônimo, não cadastrado.

A escrita desta tese foi inspirada na metáfora da constelação. A constelação, como mencionei, emerge da prática do colecionador e é um dos procedimentos metodológicos desta pesquisa. Ela é uma metáfora usada por Benjamin para referir o conjunto de estrelas e a imagem que elas desenham. É, também, metáfora que expressa as estrelas como dados empíricos - fatos e fragmentos do passado, explica Susan Buck-Morss (1998) - virtualmente ilimitados em número e intemporais em sua existência, "então nossa tarefa científica enquanto acadêmicos é descobri-los, ao passo que a tarefa filosófica, logo política (Benjamin equipara estes termos), é vincular esses fragmentos e fatos em figuras legíveis no presente, produzindo constelações" (BUCK-MORSS, 1998, p. 44).

Para Benjamin, em uma sociedade ideal, todas as estrelas seriam incluídas, e toda constelação seria legível. Na nossa, porém, isso é impossível, pois o poder distorce a visão dos céus, impondo seus pesados telescópios sobre certas áreas, de modo que sua importância se amplia, obstruindo outras de forma tão avassaladora que ficam na opacidade. Tal poder não é apenas imposto pelo Estado, mas está alojado na própria estrutura de nossas disciplinas, elas próprias aparelhos de ampliação, que encorajam a inserção de novas descobertas nas suas constelações de discurso já cartografadas, mudando seu foco apenas lentamente, para se adaptar à maré dos tempos. A constelação, então, dá a ver as relações (e as montagens) em uma nova montagem.

Por outro lado, a constelação tem uma temporalidade própria que é anacrônica, como toda imagem, já que ela tem mais de memória e de porvir do que aqueles que olham para elas, como lembra Didi-Huberman (2006). Otte e Volpe (2000) lembram que, devido às enormes distâncias que separam o sistema solar das estrelas - calcula-se em milhões de anos o tempo em que a luz demora para chegar à Terra -, o que se estaria observando em cada momento do presente são momentos do passado desses objetos

celestes. Haveria, então, não só um distanciamento espacial entre o observador e esses pontos brilhantes no espaço, mas também, de acordo com a velocidade da luz, uma diferença temporal, tanto que algumas estrelas que podemos observar hoje, na verdade, já não existem mais. Por isso,

a metáfora da constelação certamente foi uma das inspirações mais importantes de Walter Benjamin. É em *Origem do drama barroco alemão* que o filósofo, em meio a reflexões bastante abstratas, alivia o trabalho de compreensão do leitor recorrendo a imagens de estrelas: “As ideias se relacionam com as coisas como as constelações com as estrelas”. (OTTE; VOLPE, 2000, p. 36)

Os autores lembram que Benjamin traduz o latinismo *Konstellation* para o alemão *Sternbild* (imagem de estrelas), sendo que em algumas traduções da obra de Benjamin ao português essa tradução é ignorada e usa-se a palavra configuração. Não se trataria apenas de um conjunto (constelação), porém de uma imagem, o que significa, em primeiro lugar, que a relação entre seus componentes, as estrelas, não seja apenas motivada pela proximidade entre elas, mas também pela possibilidade de significado que lhes pode ser atribuído. As diferentes narrativas traçadas sobre os agrupamentos de estrelas através dos tempos seriam, assim, resultado de longas observações, ou então considerações, termo este que tem como origem provável *sidera*, significando, portanto, leitura de estrelas.

O conceito de constelação, metodologicamente, então, me possibilita: a) estabelecer pré-observações que mostram as relações entre as páginas de uma plataforma e os percursos propostos aos usuários e aos vídeos; b) formar conjuntos de imagens simultâneos para análise e organizar a escrita da pesquisa do mesmo modo, permitindo que o leitor a acesse por qualquer uma das constelações sem ter que se adequar a uma ordem sequencial (histórica); c) observar os materiais de cada constelação como uma imagem da totalidade do audiovisual da web na contemporaneidade; d) perceber heterotopias, heterocronias e anacronias no interior de cada constelação, ou como diz Couchot (2007) U-cronias, o tempo em todas as direções.

Acredito que o conjunto de constelações aqui apresentado pode fornecer uma imagem dialética do audiovisual contemporâneo que passa nas plataformas de compartilhamento de vídeo. E, com isso, introduzo o quarto conceito benjaminiano que está relacionado às constelações.

A imagem dialética é um dos conceitos mais discutidos pelos autores que são leitores de Walter Benjamin. Há uma grande diversidade de interpretações sobre a

natureza dessa imagem, principalmente se ela tem algum tipo de materialidade ou é da ordem da interpretação. A partir dos termos de Bergson (1999), poderíamos pensar se ela é da ordem do atual ou do virtual, embora esse dualismo tenha um falso problema na sua formulação, porque, conforme Bergson (1999), todas as coisas têm um modo virtual e um modo atual. Retomarei isso em seguida.

Na introdução ao livro *Passagens*, Tiedemann (2006) aborda a imagem dialética como uma metodologia, uma forma de Benjamin - e do historiador ou do materialista histórico - lidar com os objetos. Segundo o autor, Benjamin vê a imagem dialética como uma imagem mais íntima (das passagens, da moda, da prostituta), uma imagem de todo o ocorrido. Nela, "a verdade está carregada de tempo até o ponto de explodir" (BENJAMIN, 2006, p. 512). Para Tiedemann (2006), Benjamin definiu seu teor como o de uma "dialética na imobilidade". "Imagem dialética e dialética na imobilidade constituem sem dúvida as categorias centrais das Passagens" (TIEDEMANN, 2006, p. 28), o que significa que a tensão da constelação dialética não tem uma síntese, é uma tensão que dura. Pensando desse ponto de vista, temos em *Passagens* um livro (ou projeto) que imobiliza a Paris do século XVIII através de imagens que vão desde as construções de ferro à moda, passando pela prostituta, as barricadas, etc.

Tiedemann (2006) lembra que em *Sobre o conceito de História*, de Benjamin, a dialética na imobilidade parece ter quase o papel de um princípio heurístico, um procedimento por meio do qual o materialista histórico lida com seus objetos. O materialista histórico benjaminiano não poderia renunciar ao conceito de um presente que não seja transição; ao contrário, adotaria um presente no qual o tempo para e imobiliza-se:

a historiografia materialista é baseada em um princípio construtivo. Do pensamento, faz parte não apenas o movimento das ideias, mas também sua imobilização. Onde o pensamento se fixa subitamente em uma constelação saturada de tensões, ele [o historiador materialista] lhe comunica um choque graças ao qual ele [o pensamento] se cristaliza como mônada⁷ (...) O materialista histórico aproxima-se de um objeto histórico única e exclusivamente onde este se lhe apresenta como mônada. Nesta estrutura ele reconhece um sinal de uma imobilização messiânica do acontecimento, ou seja, de uma chance revolucionária na luta pelo passado oprimido. (TIEDEMANN, 2006, p. 29)

⁷ É um conceito-chave na filosofia de Leibniz. No sistema filosófico desse autor, significa substância simples, traduz-se por "único", "simples". Como tal, faz parte dos compostos, sendo ela própria sem partes e, portanto, indissolúvel e indestrutível.

Esse choque do historiador materialista está relacionado a um tipo de montagem monadológica, nos termos de Baudelaire: é na obra determinada que é resguardada e preservada a obra de uma vida, na obra de uma vida, a época, e na época, a totalidade do percurso histórico; há uma coexistência virtual pela qual se tem acesso ao passado no presente em um mesmo tempo (uma imagem), que Benjamin chama de agora da cognoscibilidade.

Nesta tese, é necessário pensar sempre a constelação benjaminiana em relação com o conceito de duração de Bergson (1999). O audiovisual da web é duração. Isso significa pensá-lo em termos de coexistência virtual, em termos do tempo ou de espaço, ou de misto.

Para Bergson, é muito caro o tema da coexistência do passado com o presente que ele foi, e condição para que se entenda seu conceito de duração. Afirma Deleuze (2006) que Bergson viu a memória como função do futuro, e que memória e vontade eram tão só uma mesma função: "Dizer que o passado se conserva em si e que se prolonga no presente é dizer que o momento seguinte aparece sem que o precedente tenha desaparecido. Isso supõe uma contração, e é a contração que define a duração" (DELEUZE, 2006, p. 63). Então o passado todo - virtual e atual - está nessa imagem dialética, e se retomarmos Benjamin, nesse virtual não só está o passado que foi e a potência do audiovisual; está também aquele passado que poderia ter sido e tem agora a possibilidade de sua redenção.

Os restos culturais que Benjamin reunia nas suas constelações eram o que ele chamava de "ur-fenômenos", fenômenos que, em sua superfície, tinham inscritas suas origens e sua ruína (os dois aspectos fazem parte do que Benjamin considera "origem", *ursprung*); ou, mais bem explicado por Susan Buck-Morss, os ur-fenômenos seriam

imagens que constituíam "pequenos momentos particulares" em que o "evento histórico total" teria de ser "descoberto". No ur-fenômeno, as origens do presente podiam ser encontradas. Benjamin tinha tomado o conceito de Goethe e acreditava que as essências metafísicas eram diretamente visíveis nos fatos. O ur-fenômeno do princípio de montagem foi o caleidoscópio e antes o quebra-cabeça chinês. A forma arquitetônica mais remota do princípio de montagem seria a torre Eiffel. Os pequenos "momentos particulares" seriam identificados como uma ur-forma do presente. (BUCK-MORSS, 2002, p. 37)

Com restos culturais vistos como ur-fenômenos, Benjamin foi desenhando um mapa de Paris como capital do século XVIII. Canevacci (1997) comenta que, em sua pesquisa sobre a cidade de Paris, Benjamin encara, com a mesma seriedade, a grande

poesia e a publicidade nascente, a filosofia e o jornalismo, a arte de vanguarda e os estilos de moda, a prostituição e a revolução. Para o autor, a seleção dos indicadores é, em Benjamin, eminentemente móvel, suja como os resíduos e os farrapos que pretendia redimir. Seus desenhos conceituais e interpretativos rastreiam a cultura intelectual (fotografia, pintura impressionista, projetos urbanísticos de Haussmann, poesia de Baudelaire), a cultura industrial (exposições, publicidade, fetichismo das mercadorias, o autômato) e a cultura política (as barricadas, Fourier, Marx, a Comuna, Blanqui), mas também a nascente cultura de massas (o colecionador, a multidão, o flâneur, a rua, a moda, as caricaturas, as passagens): "O todo constitui uma constelação de fragmentos micrológicos do modo de viver da Paris do século XIX" (CANEVACCI, 1997, p. 101).

Benjamin (2006) atribuía ao historiador a tarefa de redimir os acontecimentos, já que tudo que verdadeiramente resta do passado é essa potência de transfiguração do futuro. Como aponta Lissovsky (2005), o historicismo colocava a história a serviço da salvação da memória. A causa da memória legitimava e justificava a história burguesa. Em Benjamin, as posições se invertem. É a história que está perdida - definitivamente perdida para nós - sem o concurso da memória.

Porém, uma vez redimida pela memória, que forma pode essa história assumir? A forma das "imagens dialéticas", dirá Benjamin. A forma dos acontecimentos poeticamente transfigurados pela memória, apreendidos, como imagem, no instante em que são "reconhecidos", isto é, no agora que este reconhecimento inaugura. As imagens da história que Benjamin nos oferece não resultam da descoberta ou da rememoração, mas deste reencontro (LISSOVSKY, 2005, s/p).

Ainda, para terminar, mais duas questões de método atravessam uma opção metodológica complexa, mas, ao mesmo tempo, convergente: intuição e ecologia do meio. A intuição bergsoniana é o que permite passar da experiência às condições da experiência. Só pela intuição é possível encontrar a duração no audiovisual da web e construí-lo como uma imagem dialética atual e virtual ao mesmo tempo. A intuição, como explica Deleuze (2006), é um método essencialmente problematizante (crítica de falsos problemas e invenção de verdadeiros), diferenciante (cortes e intersecções) e temporalizante (pensa em termos de duração).

O conjunto desses procedimentos metodológicos é que possibilita uma ecologia do audiovisual da web, que me proponho a formular até o fim deste trabalho por meio do trânsito entre os materiais que formam essas constelações. Marshall McLuhan (1990, 1993) deu uma grande contribuição para que se pense dessa maneira, já que entende que os meios têm como efeito a criação de ambientes que são entendidos como processos

em construção difícil de perceber por seus contemporâneos. Incluo porém, na ecologia desta tese a visão que Benjamin (2006) estende sobre o tempo, encontrando o passado no presente e não só o passado que foi também aquele que podia ter sido. Uma ecologia que estende o meio no ambiente e no tempo.

Para terminar essa introdução, poderia dizer, já de forma sintetizada, que a presente **pesquisa** tem, por **objeto**, o audiovisual da web na contemporaneidade, nos modos como ele se atualiza nas plataformas de compartilhamento de vídeo YT e JTV.

O **problema** sobre o qual esta pesquisa se debruça é compreender a natureza e os modos de atualização do audiovisual na web nas duas plataformas de compartilhamento de vídeo em questão. Que caracteriza esse audiovisual? Qual é a sua natureza? Quais as molduras com que opera a produção de sentido nos confins da web? Como o audiovisual da web se constrói eticamente? Em quê ambiente o audiovisual da web emerge e como o transforma? Que usos vão emergindo das interfaces e como as interfaces são transformadas nos usos? Como uns transformam os outros e criam novos ambientes? Como interfaces e usos tensionam o conceito de vídeo? Cada um dos termos é o elemento-chave de encontro de um grupo de materiais; contudo eles não se separam na web e cada um dos elementos pode ser pensado também como os outros (o vídeo como interface, ou como ambiente, ou como uso, por exemplo).

As **metodologias** usadas neste trabalho reúnem o que estou chamando de movimentos metodológicos (flâneur, colecionador, trapeiro) e procedimentos metodológicos (a formação de constelações e a metodologia das molduras). Há ainda opções metodológicas que atravessam os movimentos e os procedimentos, como a intuição bergsoniana. O conjunto metodológico é necessário para perceber o meio e o ambiente no qual ele emerge e a que ele transforma, construindo, assim uma ecologia do audiovisual da web, que é junto com a intuição a outra grande opção metodológica.

O **objetivo** desta tese é perceber as audiovisualidades da web nas plataformas em questão e propor uma ecologia do meio que aponte as interações entre os diversos elementos que formam o audiovisual da web, nos modos em que o estou propondo nesta tese.

O **corpus** a ser analisado são as plataformas de compartilhamento de vídeo YT e Justin TV, mais especificamente quatro eticidades construídas nos confins dessa plataforma: vídeos, interfaces, usos e ambientes. As inter-relações entre esses quatro

elementos formam o audiovisual da web que passa nas plataformas e dão a ver as audiovisualidades desse meio.

2- CONSTELAÇÃO DE VÍDEOS

Colecionadores são pessoas com instinto tátil.
Walter Benjamin

Ao iniciar esta pesquisa, no começo do doutorado, a reação natural ao pensar em problematizar o audiovisual contemporâneo foi observar vídeos para ver se encontrava, á nessas primeiras observações, algumas tendências que me pudessem sinalizar por qual caminho vai o audiovisual. Analisando mais profundamente essas tendências, teria algumas enunciações sobre a contemporaneidade, o ambiente em que esse vídeo emergia. Ao usar o termo vídeo, o estou fazendo de modo bem geral sem levar em conta, pelo menos nesse momento, as especificidades de mídias e suportes pelos quais a imagem em movimento passa.

Comecei a observar televisão, vídeoarte, cinema, vídeo experimental. Assisti a vídeos em diversos suportes e mídias e quando o fazia na web me dirigia diretamente ao espaço delimitado pelo vídeo, geralmente um player. Cheguei a pensar se não devia me abrir a outras experiências do vídeo, como festas rave, instalações artísticas, etc. Desisti logo no início, tentando conservar uma delimitação que me interessa: a de estudar sempre o audiovisual em seus usos mais amplos e massivos, em meios não necessariamente alfabetizados audiovisualmente.

Nesse exercício todo, alguns vídeos começaram a se destacar, inclusive programas de TV que pareciam estar apontando para uma televisão mais próxima do computador nos modos de tratar a imagem. Encontrei, assim, algumas tendências comuns em vídeos feitos por profissionais. Contudo, como veremos nas outras constelações, essas tendências aparecem de modos diferentes, em outros momentos do audiovisual da web, seja nos vídeos ou na sua interface.

De maneira geral, os vídeos que mais me chamavam a atenção apresentavam uma ou mais das seguintes características: 1- um mix de mídias e tecnologias diferentes, isto é, imagens provindas da fotografia misturadas com imagens de cinema, elementos de computação gráfica, técnicas de animação, televisão etc.; 2- uma simulação de imagens analógicas também de outras mídias ou tecnologias: pintura, fotografia, cinema, televisão, animação, impresso e outras práticas analógicas; e 3- o que poderíamos chamar de intervenções nas imagens com técnicas de cromaqui,

8descontextualização. Tentei ficar com aqueles materiais que apresentavam essas características de formas tensas e complexas, tratando esses materiais como um "estado-vídeo".

Quando Dubois (2004, p. 111) fala em "estado-vídeo" como "uma forma que pensa", ele resiste a ver o vídeo como um "outro" de televisão ou do cinema, seu lado "vanguarda" ou aquilo que eles não se animam a ser ou assumir. "O vídeo é, na verdade, essa maneira de pensar a imagem e o dispositivo, tudo em um. Qualquer imagem e qualquer dispositivo". Por isso, ele não o pensa como objeto e, sim, como estado. Uma forma que pensa. "O vídeo pensa que as imagens (todas e quaisquer) são, fazem ou criam" (DUBOIS, 2004, p. 116).

O "estado-vídeo", no entanto, se torna particularmente difícil nesta época. Como aponta Kilpp (2012), se antes sabíamos discernir imagens de um tipo e as de outro, inclusive as analógicas das digitais, hoje já não compreendemos sequer o que é uma imagem, de qualquer tipo, em sua clássica diferença em relação a um texto, já que tecnicamente estamos tratando de códigos binários programados para serem vistos como uma coisa ou outra.

Entretanto, podemos pensar com Manovich (2006, p. 362) que a imagem gerada por computador é, ao mesmo tempo, uma aparência de superfície e um código subjacente. Na superfície, a imagem síntese dialoga com outros objetos culturais imagéticos; enquanto código, ela dialoga com outros códigos informáticos: "A superfície de uma imagem, isto é, seu 'conteúdo', entra em diálogo com todas as demais imagens de uma cultura". O código mantém a maior parte dos usuários à margem, à mercê dos que detêm o controle do software. Contudo, a perspectiva a explorar mais aqui é esse diálogo entre objetos culturais que chamamos de audiovisuais, buscando sua audiovisualidade e sabendo, no caso do digital, de sua dupla natureza responsável pela instauração de uma tecnocultura.

Pensar em termos de estado-vídeo nos permite estender uma primeira mirada sobre o que estamos chamando de audiovisual contemporâneo e ver como nele o vídeo - todo e qualquer - se enuncia. Olhando para materiais específicos, esperamos ver como se desenham algumas das suas tendências próprias no horizonte que interessa a essa tese.

O "contemporâneo" - aproximando agora do vídeo o conceito de Agamben (2008b) já referido - é aquele que é capaz de apreender e perceber seu tempo e abrigar

outros tempos nele, desde o mais moderno ao mais arcaico. É também aquele que, de alguma forma, percebe (e mostra, no caso do vídeo) as opacidades de seu tempo. Seriam vídeos que conseguem falar sobre seus pares e sobre qualquer mídia e sua época, tensionada por outros tempos do próprio vídeo. Apresentam múltiplas temporalidades na sua atualidade, anacronias, tensões, de tal modo que se tornam uma forma que pensa sobre a imagem e o dispositivo e sobre o que toda e qualquer imagem é, pensa e cria.

Assim, podemos pensar o vídeo digital como o mais contemporâneo de todos os vídeos, pelo potencial de atrair e transformar ou, melhor, devorar todas as imagens anteriores a ele e, dessa forma, pensá-las e explorá-las. Arlindo Machado (2007 b) destaca na imagem digital a sua extraordinária capacidade de metamorfose, já que se pode nela intervir infinitamente, subverter seus valores cromáticos, inverter a relação entre figura e fundo, tornar transparentes os seres que ali aparecem. O autor constata que as imagens estão migrando o tempo todo de um meio a outro, de uma natureza a outra (pictórica, fotoquímica, eletrônica, digital), a ponto de este trânsito permanente se tornar sua característica mais marcante. Em lugar de pensar os meios individualmente, o que interessa são as passagens que se operam. As fronteiras formais e materiais tanto dos suportes quanto das linguagens foram dissolvidas. Tanto que o autor as chama de "imagens mestiças", por serem compostas das mais diversas fontes.

Na mesma direção, Bentes (s/d) defende que assistimos à formação de uma verdadeira enciclopédia audiovisual da cultura contemporânea, uma enciclopédia digital que canibaliza não somente imagens produzidas pelo cinema, televisão, vídeo, teatro, pintura e outros. Para a autora, essa enciclopédia devora diferentes tipos de imagens e de saberes. Para ela, a divisão em diferentes tecnologias, embora tenha a vantagem de explicitar as especificidades de cada meio (modos diferentes de se construir e experimentar o tempo, o espaço, a figura nos diferentes suportes), corresponderia hoje - quando tudo pode ser reprocessado como informação, dados - a uma divisão "burocrática" semelhante à divisão em disciplinas e em saberes estanques da tradição.

A possibilidade de cruzar e utilizar diferentes tecnologias na produção audiovisual e da informação funciona por meio de uma dissolução dos limites de cada tecnologia/disciplina. Trata-se de uma operação cujo efeito não é simplesmente uma combinatória do material já existente (informação vinda da pintura, cinema, teatro etc.), mas uma metamorfose e uma "tradução" de todas essas imagens analógicas em imagens digitais. Transfiguração e transdisciplinaridade que não aparecem apenas no "efeito"

dessas imagens, produzidas pela combinação de diferentes técnicas, mas estão na base da sua produção, que utiliza procedimentos emprestados aos saberes os mais díspares, a biologia à balística, passando pela topologia, neurociências, matemática, geometria fractal etc. "Que conceitos podem dar conta desses objetos indeterminados, a meio caminho entre o sensível e o inteligível, o material e o imaterial, o digital e o analógico?", pergunta a autora.

Nesse sentido, abordamos aqui três vídeos ou estados-vídeos, para tentar apontar neles algumas tendências que levem a pensar o vídeo contemporâneo e, nele, os processos das mídias audiovisuais contemporâneas. Para pensar esses vídeos como contemporâneos ou formas que pensam, proponho ainda olhar para eles como "mônada", como entendida por Benjamin (2006), conceito que também já foi explicado. Ou seja, em cada frame escolhido está uma obra, nessa obra a obra de um autor, nesse autor uma época e nessa época a totalidade do audiovisual. Dissecando essas imagens, podemos ver molduras, moldurações e imaginários próprios do audiovisual contemporâneo e dos dispositivos que permitem hoje realizá-lo, assim como algumas reflexões sobre o modo em que diferentes mídias se encontram no audiovisual.

Os vídeos que restaram da primeira coleção desta pesquisa foram um comercial do diretor francês Michel Gondry, um videoclipe da dupla de VJs britânicos Coldcut e o quadro de TV Sexo Oposto, exibido no Programa Fantástico da Rede Globo, de autoria do núcleo Guel Arraes.

2.1 CONVERGÊNCIA E IMAGENS-FÁBULA

O primeiro vídeo abordado aqui, então, é um comercial de notebooks HP⁸ roteirizado, produzido e protagonizado por Michel Gondry. Ele chama a atenção pelas múltiplas linguagens, mídias e tecnologias que convergem como se estivessem brincando juntas, desterritorializando fronteiras e hierarquias.

O comercial, que já é uma moldura importante desse audiovisual que dá sentido às relações entre o computador, a marca e o diretor, é tensionado com o caráter lúdico e experimental que atravessa a obra cheia de multiplicações e metamorfoses. O diretor Michel Gondry, ao mesmo tempo em que moldura a marca e a ethicidade do

⁸ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=7go8XFvU4BU>. Acesso em: 13/2/2012.

computador, é moldurado nos confins desse vídeo pelo computador, pelo audiovisual e pela HP.

O vídeo faz parte da campanha *HP - the computer is personal again*, em que artistas, escritores, esportistas, músicos, empresários e inclusive personagens de ficção falam sobre suas atividades e sobre o lugar do computador no seu dia a dia. Os

Figura 1 – Comercial da HP produzido e protagonizado por Michel Gondry



Fonte: YouTube, 2009

comerciais da campanha têm em comum algumas técnicas de montagem, como um enquadramento da *persona* em plano americano (ver figura 1), sem incluir a cabeça. Há também a presença da voz dos protagonistas, que vão relatando um texto junto com um movimento das mãos do qual vão emergindo imagens relacionadas ao cotidiano da *persona* em questão. No final, aparece o nome e uma espécie de lema que dá título à peça. Antes da assinatura com o nome da campanha, se abre o enquadramento com um movimento de *zoom out* e mostra-se a cena dentro da tela de um notebook, deixando uma certa ambiguidade: é a *persona* que fala do lugar do computador em sua vida ou é o computador que contém a *persona* em seus mundos virtuais? A ideia de interface permeia toda a campanha.

Em todos os comerciais da campanha, há diversidade de tecnologias e referências computacionais, mas o de Gondry se destaca pelo modo como ele próprio, os objetos e as imagens se alteram, se outilizam, se convertem em outra coisa incessantemente. Outra característica explicitada em diversos momentos do vídeo é a participação direta do diretor na realização e na criação do audiovisual. Ele próprio diz ter feito o roteiro, a música, e o comercial é dirigido pelo seu irmão, como explica no *making of*⁹.

O vídeo inicia com o plano americano do diretor na frente da câmera. Ele se encontra em um ambiente que poderia ser seu quarto ou escritório. O ambiente está poluído de objetos, papéis e cores que, em diversos momentos do comercial, adquirem

⁹ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=1N7P9POXuFE>. Acesso em: 20-02-2009.

movimento. Esse cenário remete diretamente ao filme *Sonhando acordado* (*The Science of Sleep*) do mesmo diretor. No filme, assim como no comercial da HP, há uma estética artesanal típica de Gondry, com objetos de algodão, papel, pano, madeira e animações em stop-motion de objetos feitos de papelão. Em ambos, esses objetos vivem experiências cotidianas em cenários surreais e fantásticos.

O ritmo do comercial está ligado à sua sonoridade. De fato, Gondry é músico e iniciou sua carreira de diretor com videoclipes de sua banda, nos quais tratava de forma conjunta ritmo e sonoridade musicais dentro de uma composição visual, cheia de cores e de elementos lúdicos. O modo como ocupa os espaços tem uma exatidão matemática e está relacionado com os sons, que também parecem estar medidos na relação com os objetos visuais, como se tudo tivesse um lugar preciso.

A maior parte do comercial acontece em um enquadramento fixo, como é próprio dos atuais gêneros que vão emergindo do uso da *webcam*. A câmera está aí, ligada, e a vida vai se desenrolando diante dela, não o contrário, como é próprio do cinema e de boa parte da TV, e mais na linha da célebre frase de Glauber Rocha: "Uma câmera na mão e uma ideia na cabeça".

De alguma forma, nesse enquadramento, o comercial reúne virtualmente toda uma grande produção de vídeos que usam a *webcam*, a persona que fala em primeira pessoa e um fundo, geralmente o dormitório, tudo enquadrado com um único plano fixo. Assim, o comercial pode ser pensado simultaneamente como um videolog (alguém que reflete sobre alguma coisa), como um tutorial (alguém que ensina a fazer alguma coisa) ou como um *lifecasting* (alguém que transmite o que está fazendo). Esses novos tipos de imagens serão abordados na constelação de usos.

Ao plano se sobrepõe a voz de Gondry, que diz "*eu gosto de experimentar com filme, com animação e efeitos digitais*". A partir desse momento entram em cena três "Gondrys" diferentes, que estarão presentes em todo o comercial. Uma imagem feita em live action, termo usado no cinema e teatro para definir trabalhos feitos por atores reais; um segundo Gondry feito com um boneco a partir de um desenho e animado com a técnica de stop-motion e uma terceira imagem do diretor feita no computador por animação 3D a partir do movimento do ator real. Essas três personas vão formar um Gondry múltiplo, que é quem protagoniza todo o comercial.

Na primeira sequência, então, há uma correspondência entre a transformação dos Gondrys e a fala dele, quando diz "*eu gosto de experimentar com filme*" é o Gondry live

action. Ele tira a tesoura do bolso e vai se convertendo em *stop-motion* enquanto diz “*animação*” e se transforma em animação 3D quando diz “*efeitos digitais*”. Este último corta a cena em que ele está com a tesoura que tira do seu bolso, como se fosse papel (ver figura 1).

A mutação dos Gondrys tem um som característico, ao mesmo tempo em que a tesoura tem um som próprio, assim como no computador há sonoridades diversas para expressar diferentes movimentos. A abertura do comercial tem o som característico de um computador quando ligado, e a voz do Gondry vai se transformando à medida que vai falando com efeitos diversos. O comercial parece dar voz a cada objeto e a cada situação ou alteração que acontece dentro do seu universo. A tesoura tem, no momento de sua aparição, um sentido dominante sobre o resto da cena. É a imagem cortando a si própria, como se fosse papel. Cria-se assim uma interface de multiplicação de sentidos: aquilo é papel? É desenho? É digital? É “real”?

Pela sobreposição e pela sonoridade cria-se uma certa hierarquia provisória na ordem das materialidades: o real é a imagem tornada papel, que consegue vencer os três Gondrys, e eles se limitam a seguir o curso da tesoura. De alguma forma, a cena parece remeter à lógica do jogo infantil “pedra, papel e tesoura”, jogado com as mãos que representam essas três formas, e conforme as escolhas, um jogador ganha de outro, no caso, quem mostra a tesoura ganha de quem mostra o papel. É um jogo circular, a pedra ganha da tesoura, porque pode esmagá-la, esta do papel porque pode cortá-lo, mas não pode cortar a pedra, o papel ganha da pedra porque pode embrulhá-la. O jogo usa-se por ele mesmo ou com a finalidade de selecionar e montar equipes, por exemplo.

O encontro do computador e do audiovisual com Gondry (justo na hora em que ele diz “*meu computador conecta os três mundos*”) está sendo enunciado aqui como capaz de metamorfoses que unem mundos diversos no universo do jogo. Ele não é janela para lugar nenhum, nem “virtual”, nem “real”; ele cria uma interface, uma realidade própria na qual pode ser juntado aquilo que nos outros universos permanece separado e devidamente delimitado. Toda uma tradição de enunciação realista, que buscava o *isso foi*, que encontrava em alguns dispositivos como o televisivo sua enunciação privilegiada, principalmente pela transmissão ao vivo, tem no computador um outro tipo de construção que deve ser mais bem compreendida. Mas, antecipadamente podemos dizer que tem a ver com a potência do falso e o poder da fabulação conforme Deleuze (1990) e Agamben (2005).

Há uma cena no *making of* (outra moldura que dá sentidos de bastidores, sentidos didáticos com explicações sobre como o vídeo foi feito) que mostra Gondry com uma tesoura de papelão fazendo aquela imagem. Nessa cena, ele diz gostar de “interfacear” e diz que começa com o material e depois o manipula no computador. A manipulação das imagens sempre teve uma conotação de ficção e foram consideradas contrárias ao realismo, a uma certa “estética da verdade”, embora saibamos que programas dito “realistas”, como o *Linha Direta* da Rede Globo, analisado por mim em outro momento (MONTAÑO, 2002), é realizado pelo núcleo de jornalismo em parceria com o núcleo de teledramaturgia, e há uma relação direta entre manipulação das imagens e sentidos realistas. Essa dicotomia é completamente alterada no universo Gondry, mas também no computador como mídia ou mídia das mídias (SANTAELLA, 2003).

Figura 2 – Making of do comercial HP de Michel Gondry



Fonte: YouTube, 2009

Na sequência de imagens da figura 2 (do vídeo em *making of*), podemos ver uma insistência do diretor em se situar entre o analógico e o digital: a tesoura de papelão, os movimentos da tesoura feitos pelo diretor-ator e ensaiados pelo diretor do comercial (no quarto *frame* da figura 2), a posterior sobreposição do *stop-motion* e a construção do 3D, guiados todos pelo movimento que iniciou com o ator. Nota-se o cuidado na construção das espacialidades e a precisão dos movimentos da cena.

As imagens têm um trânsito dentro e fora do computador. Os movimentos são estudados, ensaiados, gravados, editados, às vezes impressos em papéis e regravados e reeditados, como se quisessem criar biografias e densidades para os seres e acontecimentos que povoam as telas gondryanas.

Ao mesmo tempo em que seus universos remetem à infância, são dotados de maturidade e transitam entre tecnologias e mídias, submetidos a intervenções e a misturas.

A tela é cortada em três partes (onde claramente se distinguem esses três universos do audiovisual: o filmado, o animado incluindo fotografia, desenho etc. e o digital), que vão caindo e dão lugar novamente ao Gondry ator. Enquanto isso, a voz permeada de efeitos diz – “*com meu computador conecto os três mundos*”. Em seguida, após dizer essa frase, esses “três mundos” se desmancham; são três mundos que vivem produzindo desterritorializações e novas territorializações. Eles moram juntos num universo-interface. Os três mundos podem ser pensados também como o humano, o do computador e o do audiovisual, que o tempo todo estão interfaceados no comercial de HP e no audiovisual em geral, mas também na contemporaneidade. São três construtos centrais na interface em que o contemporâneo se constrói.

Na sequência, Gondry levanta uma espécie de porta-retratos com diversas fotos, enquanto diz: “*o que mais faço? manipulo imagens*” e passa por mais uma mutação entre *live action*, animado e digital. Nesse momento, o diretor junta todas as fotos, as

Figura 3 – O *stop motion* segura a cabeça do *live action*



Fonte: YouTube, 2009

amassa entre suas mãos e ao abri-las (há uma mutação do Gondry digital para o animado) este último tem entre as mãos a cabeça do Gondry ator, com um papel na boca que corresponde às fotos amassadas (ver figura 3). Há uma confusão de lugares mais uma vez. Quem comanda as fotos “reais” é a animação, e depois é o digital que tem nas suas mãos o Gondry “real”. Há ali

um diálogo entre imagens, mídias e suportes. Aí Gondry diz “*manipulo as fotos que me enviam e depois as devolvo*”. As falas de Gondry atuam como breves legendas de uma colagem de imagens.

O Gondry digital atira a cabeça do ator para cima e, quando esta volta, cai no meio da cena já com o corpo inteiro. Ao cair, toca um sinal semelhante àquele do computador quando chega um e-mail ou quando alguém nos fala num programa de bate-papo. A sonoridade do comercial, própria dos ambientes sociais da internet e do computador, dá sentidos de imersão e tatilidade, de estar dentro do computador alternando janelas, que é o que devemos fazer quando há esse aviso de bate-papo ou e-mail. O som se atualiza no comercial, mas também no computador e na vida *online*, como sinais de trânsito. Ao som de alguém que nos fala no bate-papo, nos dirigimos das janelas em que estivermos trabalhando no momento para a janela em que temos o bate-papo aberto e respondemos. Quando acionamos o botão para ligar o computador, ele nos confirma que de fato ligou com um sinal sonoro próprio do sistema operacional que usamos. Quando alguma operação dá erro, vem aquele som abrupto, desagradável. Ao som de um e-mail que chega, abrimos essa janela para lê-lo.

O som nos dirige, mas também nos dá antecipadamente sentidos de comemoração ou catástrofe. Cada vez mais, o som é explorado nas relações entre computador e usuário, mas de maneira geral, nas relações entre usuário e *web*. Ele possibilita uma imersão na imagem e um reconhecimento rápido de sons tão familiares que não precisamos de nenhuma outra referência para entender sua mensagem. Ele nos introduz num espaço acústico-tátil próprio dos meios elétricos, como lembrava McLuhan (1974, p. 60):

El espacio auditivo no tiene ningún foco preferente. Es una esfera sin fronteras fijas, un espacio construido por la cosa misma, no un espacio que contiene la cosa. No es espacio pictórico, encerrado, sino dinámico, siempre fluyente, que crea sus propias dimensiones momento tras momento. No tiene límites fijos, es indiferente al fondo. El ojo enfoca, señala, abstrae, localizando cada objeto en el espacio físico contra un fondo; el oído recoge el sonido procedente de cualquier dirección. Escuchamos igualmente bien si ese sonido viene de la derecha o de la izquierda, de delante o de atrás, de arriba o de abajo. No importa que estamos tendidos, mientras que en el espacio visual todo el espectáculo se altera. Podemos cerrar el campo visual, cerrando simplemente nuestros ojos, pero estamos siempre obligados a responder al sonido.

O som e a presença de tecnologias diversas no engendramento das imagens dão um forte sentido de tatilidade ao vídeo em questão. Mais do que a olhar para ele, convidam a entrar e “tocar” as imagens.

Tudo na cena parece estar habitado por um outro, assim como há vários Gondrys na imagem coexistindo e se alternando o tempo todo, o mesmo fazem os objetos, as

Figura 4 – O Gondry *live action* pendurado da tela de computador onde inseriu um quadro



Fonte: YouTube, 2009

Figura 5 – Comercial HP, os três Gondrys e a música



Fonte: YouTube, 2009

Figura 6 – Comercial de HP, clonagem, cópia



Fonte: YouTube, 2009

texturas, o som.

Os “Gondrys” saem de cena e a voz dele diz “*meu computador necessita de ajuda*” e todos os objetos do fundo adquirem movimento. Podem-se observar caixas de papelão saindo do lugar, papéis voando e uma aranha em 3D caminhando. Ele volta à cena segurando um quadro grande que tem três personagens coloridas e a voz diz “*meu filho faz quadros*”. Na sequência, o quadro com um som de clique fotográfico entra em uma tela de computador, em uma página *web* e da tela fica pendurada a figura do diretor (*live action*) em miniatura dizendo “*os fotografo e os ponho na sua página web*” (figura 4). Não é só a figura do diretor que se transforma, os objetos todos o fazem.

Numa última sequência, o diretor (*live action*) diz, enquanto toca bateria, “*também faço música*”. A tela se divide com uma linha horizontal pontilhada e aparece o Gondry animado tocando violão do lado

direito e o Gondry digital filmado de joelhos, tocando órgão do lado esquerdo, ficando o digital no meio tocando bateria. Os três quadros aparecem com o som do diretor, que diz: “*Fiz a música para este anúncio com meu computador*”. A seguinte imagem reúne os três: o Gondry gravado em tamanho bem maior do que os outros tocando uma microbateria do tamanho das outras imagens e, do lado, a animação em miniatura tocando guitarra e o digital tocando órgão (figura 5). Depois, o diretor explora a clonagem de imagens. Vai se multiplicando e enchendo a tela e diz “*Eu fico online para ver quantos cliques consigo e quantos cliques consegue a maioria das pessoas*”. Nesse momento multiplica-se uma figura de preto em miniatura que enche novamente o espaço e vai desaparecendo (figura 6). No final, fecha o enquadramento no rosto do diretor-ator, com a cabeça sobre o travesseiro, de olhos fechados. Ele e os abre para dizer “*sonho muito, embora não durma muito bem*”. Quando o enquadramento se abre, aparece uma cama tripla e, a cada lado, os outros dois Gondrys que protagonizaram o comercial deitados e a legenda “*Michel Gondry, eterno sonhador*”. Uma voz em *off*, enquanto o plano vai se abrindo e mostra que a cena está dentro de um notebook, diz “*o computador volta a ser pessoal*” e fecha com a marca da HP.

Entre tantas molduras e *ethicidades* construídas assim como imaginários convocados nessas imagens, gostaria de me deter mais profundamente em dois aspectos que, ao meu ver, são fundamentais nas imagens até aqui comentadas: o computador como metamídia e a fabulação das imagens gondryanas possíveis pela mídia das mídias e por uma construção ética e estética do outro no audiovisual: um espaço onde mídias, tecnologias e suportes comparecem juntos, dialogam, brincam e trocam de papéis e identidades.

Santaella (2003, p. 20) lembra que o computador, “uma máquina que estava destinada a mastigar números, começou a mastigar tudo: da linguagem impressa à música, da fotografia ao cinema (...) as diferentes mídias se dissolvem em um fluxo pulsante de *bits* e *bytes*”.

Lev Manovich (2006) estabelece algumas relações entre as novas mídias e a cultura, principalmente na capacidade contemporânea de se remixarem todas as coisas. Ele procura observar os momentos-chave na história do que chama de “computação cultural” – em particular na história de como os computadores foram gradualmente permitindo simular quase todos os tipos de mídia e formas artísticas previamente existentes, como impressão, fotografia, pintura, filme, vídeo, animação, composição

musical, edição e gravação, modelos 3D e espaços 3D. Como resultado dessa tradução da mídia física para o *software*, a mídia adquiriu inúmeras propriedades novas.

Para o autor, tornou-se possível não só mixar diferentes conteúdos numa mesma obra, mas também mixá-los em diferentes mídias e, mais importante do que isso, utilizá-los ao mesmo tempo, com técnicas que previamente pertenciam à especificidade física de cada uma delas.

Na verdade, a tradução é uma propriedade de qualquer mídia. McLuhan (1999, p. 78) já falava dos meios como tradutores quando lembrava que Shakespeare se referia a um mundo em que – como que por programação – se podia fazer reverter os materiais do mundo natural em uma variedade de níveis e intensidades de estilo. “Nós estamos próximos disso, em escala maciça, nos tempos eletrônicos que correm”, anunciava o autor. Ele lembrava também do poeta Stephane Mallarmé, que achava que “o mundo existe para acabar num livro”.

Hoje pensamos o mundo na memória de um computador e passamos pelo que Manovich chama de informatização da cultura, evento que não só conduz a novas formas culturais, como o videogame e os ambientes virtuais, mas que redefine as formas que já existem, como a fotografia, a TV e o cinema. Por isso, o autor defende que os meios informáticos afetam todas as fases da comunicação: a captação, manipulação, armazenamento e distribuição, assim como afetam também os meios de todo tipo, sejam textos, imagens fixas e em movimento, som e construções espaciais. O que estamos mixando cotidianamente em nossa rotina são os vocabulários e as gramáticas das mídias previamente separadas. A potencialidade dessas convergências de mídias e tecnologias no audiovisual muda radicalmente as referências de narrativa, principalmente torna obsoleta uma certa oficialidade do referencial informativo de “verdade”.

Nesse sentido, Deleuze (1990) já falava da fabulação presente na imagem-tempo, uma ruptura que não está entre a ficção e a realidade, mas no novo modo de narrativa que as afeta. É a potência do falso o que constitui a fabulação:

A ficção é inseparável de uma “veneração” que a apresenta como verdadeira, na religião, na sociedade, no cinema, no sistema de imagens. Ninguém entendeu as palavras de Nietzsche, “elimina tuas venerações”, tão bem quanto Perrault. Quando Perrault se dirige a suas personagens reais do Quebec, não é apenas para eliminar a ficção, mas para libertá-la do modelo de verdade que a penetra, e encontrar ao contrário a pura e simples *função de fabulação* que se opõe a esse modelo. O que se opõe à ficção não é o real, não é a verdade que é sempre a dos dominantes ou dos colonizadores, é a função fabuladora dos pobres, na medida em que dá ao falso a potência que faz deste uma memória, uma lenda, um monstro. (...) O que o cinema deve

apreender não é a identidade de uma personagem real *ou* fictícia, através de seus aspectos objetivos e subjetivos. É o devir da personagem real quando ela própria se põe a “ficcional”, quando entra “em flagrante delito de criar lendas”, e, assim contribui para a invenção de seu povo (DELEUZE, 1990, p. 183).

Com isso, o autor salienta que uma forma do cinema pode se chamar cinema-verdade, pois ela terá destruído qualquer modelo de verdade para se tornar criador, produtor de verdade: não é um cinema da verdade, mas trata da verdade do cinema. Com os novos meios, parece que essa inversão, essa criação de uma realidade própria se acentua de tal modo que o computador e a possibilidade de uma imagem-interface que integra todas as imagens anteriores potencializam a expressão fabulizadora e a potência do falso, antigas expressões da humanidade, como lembra Agamben (2005). O autor dá o exemplo da imagem miniaturizada do presépio como fábula, porque se encontra no despertar entre o encanto e a história, um “instante messiânico desta transição” (AGAMBEN, 2005, p. 153). Diante do presépio, o homem emudece e a natureza toma a palavra. São esses elementos – palavra e silêncio, divino e profano, história e natureza – que compõem a discussão do autor em relação à fábula. O presépio é o tempo da história e ali se reencontram figuras isoladas que se conectam *magicamente* a todas as coisas. “Enquanto o homem, no conto de fadas, emudece, os animais saem da pura língua da natureza e falam” (AGAMBEN, 2005, p. 78).

As imagens de Gondry constroem o computador como *ethicidade* a partir de suas potencialidades para a fabulação. Esse seria o “real” das imagens feitas em computador, o que não impede que o uso da “mídia das mídias” (SANTAELLA, 2003) tenda, muitas vezes, a referências éticas e estéticas das mídias anteriores, já que tendemos a tratar novas mídias como a sua mídia anterior, e não só isso, tendemos a ver, na nossa época, a época anterior, conforme diversas vezes denunciou McLuhan (1999; 2005).

Na obra de Gondry há uma ética e estética de fábula, que dá vozes a seres inanimados e desmancha hierarquias, evocando imaginários do sonho e de infância, produzindo imagens em que coexistem diversas tecnologias. Esse “imaginário de infância” pode ser pensado nos modos como o trata Benjamin (1994). Para ele, a infância não é um tempo pueril e imaculado, mas uma época enredada pelas lutas sociais, que dialoga com a realidade social existente.

Benjamin não acreditava que a criança vivia em um mundo à parte e sim que reinventava suas relações com o mesmo. Em *Infância berlinense por volta de 1900*,

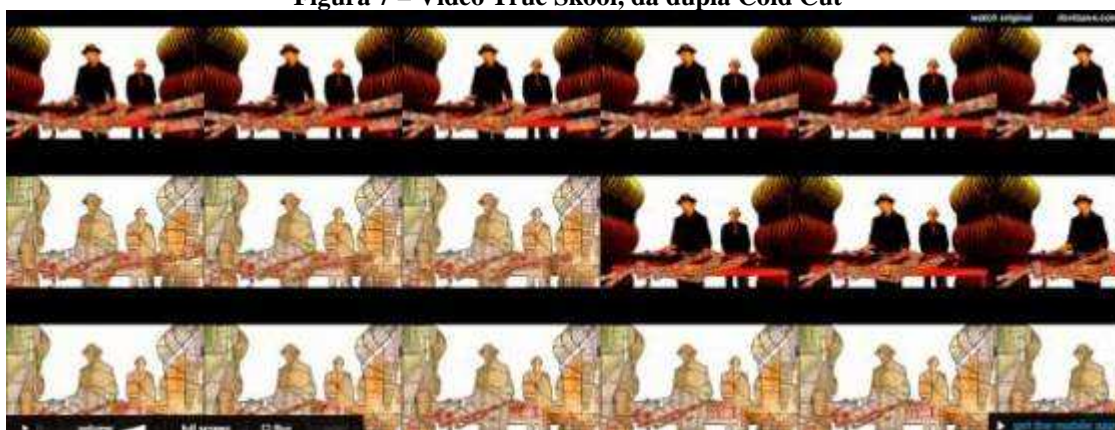
Benjamin (1994) traz uma criança que experimenta, nos cheiros, texturas, densidades, espessuras, enfim, na experiência sensorial, os objetos com os quais se depara e os territórios que percorre - esses interiores burgueses nos quais se exterioriza e realiza sua condição de criança.

Entre as tendências da obra de Gondry para o estado-vídeo podemos destacar o potencial que as novas mídias têm de dar às mídias anteriores e a todos os elementos da cena audiovisual o poder da fabulação e de introduzir o usuário à reinvenção da experiência sensorial. Surge, assim, a pergunta sobre as características técnicas, éticas e estéticas que marcam a realidade própria das novas mídias audiovisuais. As novas imagens parecem estar atualizando uma nova imaginação e novos imaginários do mundo contemporâneo e do audiovisual.

2.2 RECICLAGEM E DESCONTEXTUALIZAÇÃO

Um cineasta que tem manifestado, em diversas oportunidades, seu interesse em criar novos tipos de imagens é Peter Greenaway. Ele diz estar à procura de um cinema não narrativo ao vivo. “Um dos caminhos que se me oferecem é a noção do VJing onde as imagens não se sustentam sob o texto e sim sobre a música. Em certa forma, se produz uma nova relação de escravidão, mas me parece que essa relação oferece mais liberdade”¹⁰. Para ele, esse modo de criar imagens audiovisuais poupa o fato de ter que preencher questões como início, meio e desfecho, além de que haveria uma certa vibração associada ao corpo. O cineasta diz buscar um fenômeno literalmente vivo e

Figura 7 – Vídeo True Skool, da dupla Cold Cut



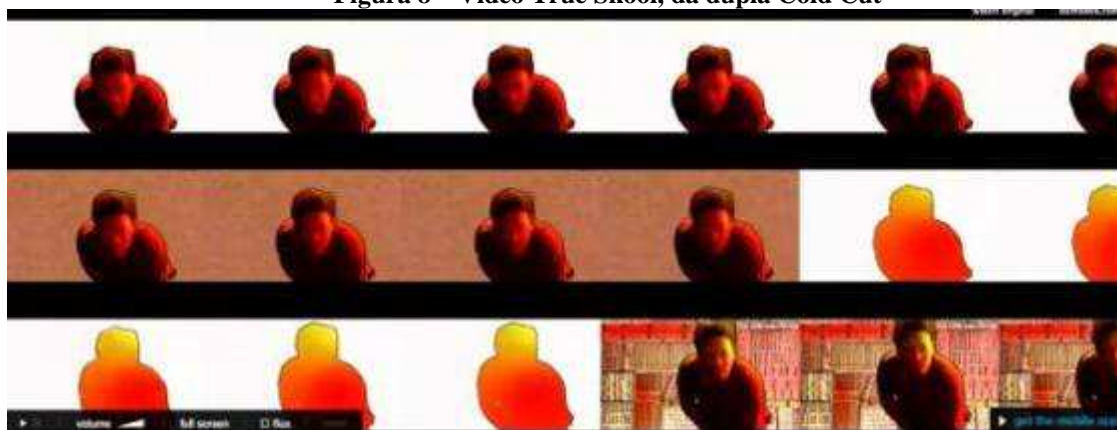
Fonte: YouTube, 2009

¹⁰ Entrevista concedida por Greenaway no vídeo do projeto *Repeat Please:cultura VJ*. Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=-_O0VL1xKyY Acesso em: 12-09-2011.

real, não um fenômeno eletrônico abstrato e distante que não dá para tocar ou cheirar.

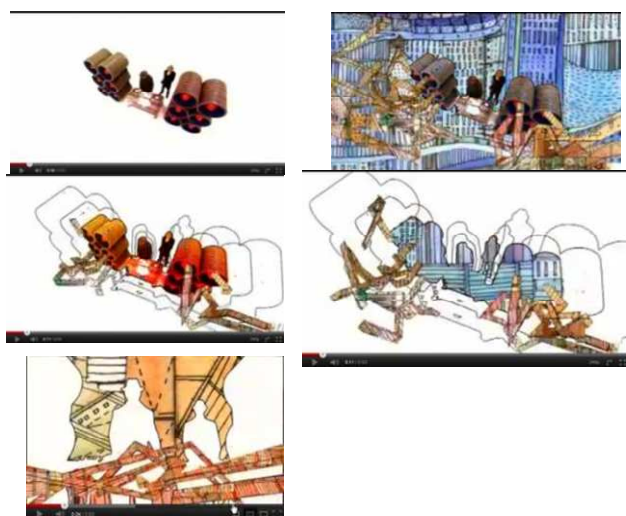
As imagens a comentar aqui, ainda na primeira coleção desta tese, são da dupla Coldcut. O grupo está integrado pelo ex-professor de arte Jonathan More e pelo programador informático Matt Black e existe desde meados dos anos oitenta. Eles iniciaram como DJs combinando ritmos *funk* com bases eletrônicas de percussão às que mixavam sons provindos do *jazz*, o *hip hop* ou o *break beat*. Em 1999, começaram a anexar aos seus CDs um CD-Rom que incluía uma cópia gratuita de “Vjamm”, um *software* que dava a possibilidade do público intervir nas imagens remixadas por eles. Em seus remixes, a dupla, como se refere no *site*, busca estabelecer uma visão “anticorporativa, ecológica e antiautoritária”. Para promover seu trabalho ao vivo,

Figura 8 – Vídeo True Skool, da dupla Cold Cut



Fonte: YouTube, 2009

Figura 9 – Vídeo True Skool, da dupla Cold Cut.
Figuras e fundos



Fonte: YouTube, 2009

Coldcut criou seu próprio *software* VJ, permitindo a recriação ao vivo de audiovisuais inteiros. Para a dupla, o mundo está aí para cortá-lo e pegá-lo, “nós mixamos coisas, sobre o mais amplo leque de atividades quanto seja possível”, diz Coldcut na sua apresentação no seu *site*.

As figuras 7 a 9 são do remix *True Skool*, em que há um jogo de formas com uso e abuso de trocas entre figuras e fundos. A música menciona o nome da dupla Coldcut, “corte frio”, como uma “verdadeira

escola” (*true skool*), em um inglês cheio de apropriações e reinvenções difíceis de traduzir. A música fala de rebeldia e de liberdade, e faz diversas críticas à lógica da sociedade consumista. Enquanto isso, as imagens iniciam com a dupla operando discos e as cenas começam a inverter a textura de figuras e fundos. Na sequência, o cantor Roots Manuva canta num cenário vazio enquanto diversos fundos vão se alternando e passam a preencher também a figura do cantor. Ele vai percorrendo diversos cenários da cidade, entra num painel eletrônico e dança nele com outras figuras que fazem parte do painel, atravessa edifícios, entra e sai de cartazes, para frente à TV e é olhado por ela (figura 8). Há momentos, como no último quadro da figura 9, que as imagens se tornam indiscerníveis, dadas as inversões entre figura e fundo.

Sem dúvida a prática lembra o dadaísmo, que, ao descontextualizar, buscava tornar as obras de arte impróprias para a contemplação. Como refere Benjamin (1987), ao recolhimento, próprio da burguesia, opunha-se a distração como uma variedade do comportamento social. A obra de arte dadaísta assegurava uma distração intensa. Essa obra tinha que suscitar a indignação pública, e a nova ordem de vizinhança, entre estranhos causava essa indignação¹¹. “De espetáculo atraente para o olhar e sedutor para o ouvido a obra convertia-se num tiro. Atingia, pela agressão, o espectador. E com isso esteve a ponto de recuperar para o presente a qualidade tátil, a mais indispensável para a arte nas grandes épocas de reconstrução histórica” (BENJAMIN, 1996, p. 191). O envolvimento através da percepção tátil impõe-se, segundo Benjamin, como uma necessidade de adaptação a novas tarefas apresentadas pelo aparelho perceptivo que não podem ser resolvidas por meios apenas visuais.

O tipo de descontextualização dos novos meios audiovisuais está menos relacionado ao valor de exibição das imagens e, sim, mais ao valor de uso, de incessantes intervenções. Uma pós-mídia, como formulada por Guattari (1993), isto é, “uma reapropriação da mídia por uma multidão de grupos-sujeito, capazes de geri-la numa via de ressingularização”. Isso aproxima as imagens – todas as imagens produzidas até o momento e as que serão produzidas ainda – em um grande banco de dados que pode ser apropriado, intervindo a qualquer momento, na imagem como processo e não como produto.

Lucas Bambozzi (2008), em uma reflexão sobre as imagens realizada pelos VJs, afirma que as experiências com manipulação de imagens anteriores ao contexto atual

¹¹ Por exemplo, um botão ou tíquete colado em uma pintura. Essa vizinhança entre estranhos hoje é conhecida como “colagem” ou “técnica mista”, e já foi naturalizada.

encontram, cada vez mais, no aparato digital, a ferramenta perfeita para o exercício radical das possibilidades de duplicação, reprodução e sampleagem. Para ele, a novidade se constitui pela confluência dos procedimentos digitais com os fenômenos que envolvem a cultura da música eletrônica. Para o autor, um dos efeitos das imagens VJs é a propagação de uma forma de cinema sem dramaticidade narrativa, pouco conteúdo e conceitos diluídos.

O processamento de vídeo em tempo real teria a capacidade de potencializar as experiências anteriores, sejam elas do cinema de vanguarda ou da videoarte, num nível sensorial nunca visto. Para ele, a interatividade que, de fato, interessa não é tanto resultado de um processo físico, mas sim sensorial.

O predomínio da visão na organização do mundo visível é radicalmente questionado por essas imagens. Outras formas de contato, outras sensibilidades tendem a ser estandardizadas. Bambozzi lembra que experiências envolvendo vibrações subsônicas, superfícies hápticas, bem como odores, informações subliminares (algumas perversas, como determinados anúncios invasivos, cada vez mais presentes em festas e clubes noturnos) vêm explorando conexões e formas complementares de potencialização de nosso aparelho sensorial.

Se o *cut and past* configurou as práticas das vanguardas artísticas do século passado, essas práticas são agora incorporadas nos *softwares*. Essa é uma ideia de Manovich (2002), que lembra que as vanguardas dos anos 1920 suscitaram novas formas para os novos meios da época, como fotografia, cinema, tecnologias arquitetônicas. As novas vanguardas dos meios apresentam, hoje, formas inovadoras de usar as mídias já existentes. A pós-modernidade estaria naturalizando a vanguarda, se desfazendo da ideologia política originária e, por meio do uso repetido, fazendo com que as técnicas (de vanguarda) pareçam naturais.

O autor está se referindo à naturalização que, por exemplo, o programa Photoshop faz de técnicas radicais de comunicação dos anos 1920, como a montagem, a colagem e a desfamiliarização. O *software* desenvolve mais ainda essas técnicas, formaliza-as em algoritmos, codifica-as em programas e torna-as mais eficientes e efetivas. Por isso, Manovich (2002) vai dizer que as novas vanguardas não se preocupam como as anteriores (e como as mídias de sua época) em representar o mundo de novas maneiras e, sim, em ter acesso e usar de novas formas as mídias anteriores.

Nesse sentido, podemos ver virtualmente presente nas imagens em questão todo um esforço de reciclagem presente também no *found-footage*¹².

2.3 SIMULAÇÃO, TATILIDADE E IMERSÃO

Já os dispositivos criados na vanguarda do cinema tinham tentativas de transformar a tela do cinema tradicional em espaço de visualização tridimensional, cinético, arquitetônico, para a imersão do espectador, possibilitando uma posição única de cada indivíduo e sua relação crítica com a realidade apresentada. Como aponta Shaw, (2005, p. 355) “O Omnimax aumentou a moldura do Imax e do Cinemascope até desaparecer do campo de visão dos observadores, assim como os experimentos em 3D (Sensorama e Smellorama) buscavam uma nova sensação e ativar os sentidos”. Hoje, novas tecnologias de redes permitem que as experiências culturais construam níveis adicionais de imersão. Em meios onde o regime de imersão não lhes é próprio, como a televisão, a criação de imagens que abordam o falso ou a ilusão são usadas em muitos casos para tentar causar a sensação de imersão em paisagens utópicas. É o caso deste terceiro conjunto de imagens escolhido para compreender o estado-vídeo contemporâneo. Trata-se de um programa da TV aberta.

São imagens produzidas pelo Núcleo da TV Globo Guel Arraes, para um quadro do programa *Fantástico*, da mesma emissora. Essas imagens produziram em mim um estranhamento por duas razões: elas apresentam um tipo de textura que parece dar tatilidade à imagem de TV, uma certa rugosidade em contraste com a lisura da tela, ao ponto de levar o teor conteduístico a um segundo plano, tensionando assim a lógica desse meio. Um segundo aspecto bastante curioso foi o extenso leque de imagens, quase uma tipologia delas, simulando imagens produzidas por dispositivos midiáticos e não midiáticos que de alguma forma enunciam a TV contemporânea como lugar de uso das imagens produzidas nos confins mais diversos da cultura. Apesar de o núcleo em questão se caracterizar por mostrar marcas da montagem televisiva e questionar a continuidade que esta produz, havia agora, nesse exemplo, um tipo de apropriação e de intervenção nas imagens mais próprio dos meios digitais.

¹² A gênese deste conceito, de forma mais sistemática, foi fortemente impulsionada pelo núcleo de cineastas nova-iorquinos, *underground*, do Antology Film Archive. O crítico de cinema William C. Wees em seu ensaio *Recycled images, The art and politics of Found Footage Films* (1993) considera três tipos de montagem nesses filmes: compilações, colagem e apropriações.

Os quadros das figuras 10 e 11 fazem parte de um episódio do *Sexo Oposto*¹³ exibido em 6 de abril de 2008. O Núcleo Guel Arraes vem, até o momento, ocupando espaços de experimentação audiovisual na emissora e, no caso em questão, não me parece ser diferente. Yvana Fechine (2007), em artigo sobre o Núcleo Guel Arraes formado a partir do grupo de teatro *Asdrúbal Trouxe o Trombone*, comenta algumas de suas características que perpassam toda sua produção.

Figura 10 – *Sexo Oposto*, programa do núcleo Guel Arraes – Rede Globo



Fonte: YouTube, 2010

Entre as proposições do *Asdrúbal* que reverberaram depois na produção do Núcleo, destacam-se: 1) a exploração de um “mix” de formas artísticas (incorporação à linguagem cênica de elementos do circo, da música pop e do rock, do vídeo, das artes plásticas); 2) exploração da “pessoa do ator”, do “eu” do ator, atores-personagens (“pessoa” se confunde com personagem), 3) encenação do olhar de sua geração sobre o mundo e sobre si mesma (“radiografia da juventude dos anos 70”) (FECHINE, 2007, s/p.).

A autora assinala, ainda, como características, a montagem expressiva e a estética da inversão.

Sintaxe construída por elementos visuais: pelo emprego de telas divididas e “janelas”, pelo uso de *letterings* e das mais variadas “molduras”, pela exploração criativa do cromatqui e das propriedades plásticas da imagem. Todos os elementos dessa “gramática” visual do programa evidenciavam, enfim, essa tentativa de construção de um discurso comandando por uma lógica paradigmática, polissêmica e polifônica, tão frequentemente associada aos exercícios dessa montagem expressiva contemporânea (FECHINE, 2007, s/p.).

O quadro em questão nesta tese enuncia-se como um espaço que tematiza as diferenças entre homens e mulheres e, especificamente nessa edição, as diferenças entre o funcionamento do cérebro masculino e feminino.

O programa inicia com um dos personagens/apresentadores, o ator Evandro Mesquita, entrando em um estúdio de TV e se

¹³ O quadro está disponível em: <http://br.youtube.com/watch?v=WOAxbFJwmd0>. Acesso em: 02-07-2010.

dirigindo a uma bancada atrás da qual está a outra personagem/apresentadora, a atriz Fernanda Torres. Os atores já molduram o programa com sentidos de humor, pela trajetória deles relacionada a produtos desse tipo na emissora e no cinema. Mas também a moldura televisão e a moldura telejornal estão presentes nas câmeras e holofotes visíveis e principalmente na bancada, elemento tão caro aos programas de notícia ou entrevistas. O “apresentador” do programa, que também é ator de muitas das situações por ele anunciadas, entra em cena preenchendo palavras cruzadas:

— “tipo de restauração dentária...” (primeiro quadro da figura 10), ouve-se ele dizer. Sua companheira começa a falar do assunto do programa com ele:

— “sabia que a mulher consegue fazer duas coisas ao mesmo tempo e o homem não?” Seu interlocutor, sem olhar para ela, continua fazendo as palavras e responde só “ahã”. Ela está sendo maquiada, olha para a câmera e diz:

— “Não, peraí, essa câmera do lado? Minha barriga vai aparecer, gente”. Gira para outra câmera e continua dizendo “É porque o homem tem um cérebro compartimentado, entendeu?”. Olha para a maquiadora e diz: — “tá com muito *blush*” – e retoma a fala anterior – “então só consegue fazer uma coisa de cada vez”. “Se você examinar um cérebro com um *scanner* (segundo quadro da figura 10) quando um homem está lendo, por exemplo, como nosso querido aqui, você vai perceber que ele fica praticamente surdo, quer ver?” Ela começa a chamá-lo com diversos nomes que aparecem escritos em palavras (quarto quadro da figura 10) e se chocam contra o círculo desenhado ao redor da cabeça do apresentador.

O quadro abre com um claro sentido *ethico* televisivo: “isso é televisão!”, é o que parece estar sendo apontado com os holofotes, os monitores, as câmeras de diversos ângulos, os bastidores, o “ao vivo” (como o tempo das personagens, não do programa). Contudo, há já no início tensionamentos que dificilmente estão em programas ao vivo e de notícias, como as intervenções gráficas feitas em computador sobre a imagem. No primeiro e quarto quadro da figura 10, há um enquadramento em que se vê a bancada do estúdio e suas dimensões junto aos outros elementos que compõem a imagem. Está claro que é uma *live action*, apesar de que essas imagens estão sendo tensionadas o tempo todo pela presença de gráficos (como podemos ver no quarto quadro).

Esses gráficos aparecem dando visibilidade a palavras, a pensamentos e a movimentos dos apresentadores, algo que nunca é visto em telejornais, nos quais os gráficos estão geralmente moldurados como um recurso didático para que o

telespectador compreenda melhor alguma realidade complexa (economia, situações de conflito etc.). De algum modo, as novas imagens testadas no quadro se tornam a realidade complexa a ser entendida.

No segundo e terceiro quadro há uma colagem na bancada que resulta estranha à televisão. Um tipo de achatamento de supressão da distância entre os apresentadores e a bancada que faz uma composição da imagem que se assemelha menos à televisão e mais ao *game* ou ambientes virtuais, imagens sem uma referência externa a elas. Há também uma combinação entre a roupa dos apresentadores e a bancada ou o fundo ao longo de todo o quadro. A *ethicidade* “bancada” do *Sexo Oposto* parece ser bem diferente da bancada por excelência do *Jornal Nacional*, referência para todos outros programas informativos dessa emissora e de outras. Ao mesmo tempo em que ela significa mesa de trabalho, lugar onde permanecem os apresentadores, separados do resto da redação, como mostram os dois primeiros quadros da figura 11 e espaço que sempre opera uma mediação com os outros espaços, é uma referência para a localização de todos outros elementos da cena. É onde os apresentadores se relacionam com os “espectadores”.

Como lembrava Martín-Barbero (1997), a figura do apresentador que olha para a câmera e usa um tom coloquial é a mediação para que a televisão faça a irrupção do mundo do espetáculo e da ficção no espaço da cotidianidade e da rotina. Portanto, a

Figura 11 – Dois quadros do *Jornal Nacional*, com destaque para o lugar da bancada e a diferença da bancada de *Sexo Oposto*. Um quadro do desenho *Os Flintstones*, com destaque para a estética, e suas relações com a estética do quadro em questão



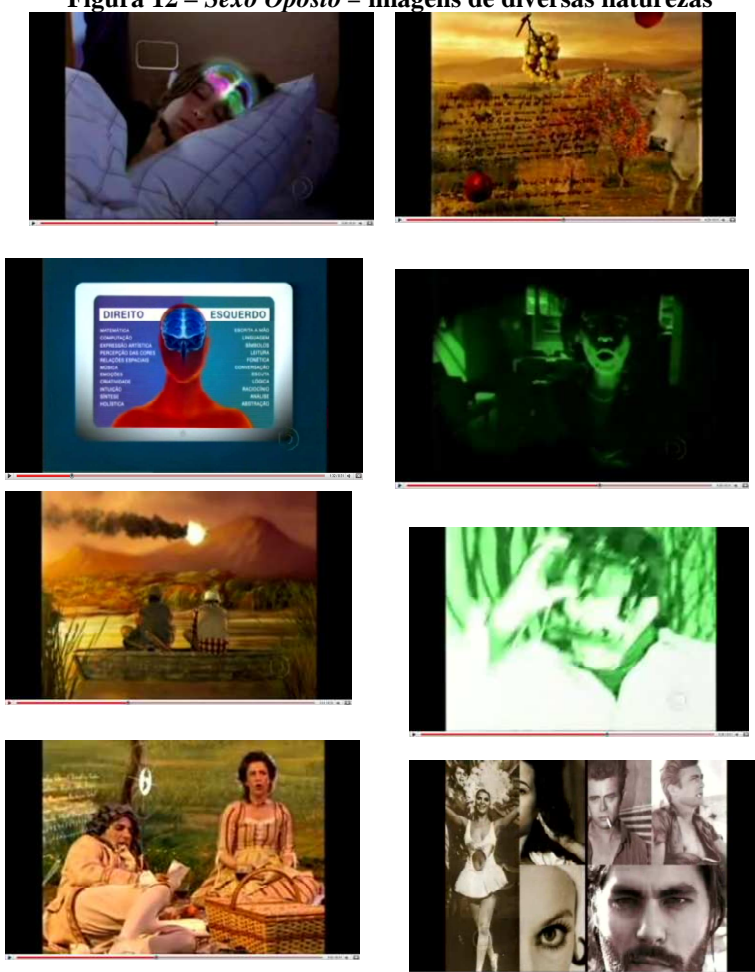
Fontes: YouTube, 2011

bancada não é um lugar gratuito; ao mesmo tempo em que ela dá suporte ao trabalho,

delimita os espaços dos diferentes protagonistas (os repórteres que entram nas matérias, os bastidores, as câmeras e os espectadores).

Na figura 11, há dois quadros da abertura do *Jornal Nacional* seguidos de mais um quadro da abertura do programa *Sexo Oposto* e uma imagem do desenho animado *Os Flintstones*, que tomo a liberdade de associar às outras porque foi o que a textura dominante na bancada, os fundos e as roupas dos atores me evocaram. A bancada do *JN* reforça sentidos de “seriedade”, não se trata do improvisado. Para isso estariam os programas de auditório onde os apresentadores circulam na extensão do palco. Em total contraste, a bancada do *Sexo Oposto* está vazia (terceiro quadro da figura 11), parece

Figura 12 – *Sexo Oposto* – imagens de diversas naturezas



Fonte: YouTube, 2010

não ter profundidade e se constituir em uma fina tela que se enuncia como falsa bancada de um falso telejornal que é a verdade do quadro.

Em um programa que fala sobre cérebro, imagens oriundas da medicina nuclear são evocadas (primeiro e segundo quadros da figura 12); também a pintura, com suas texturas e relevos (terceiro a quinto quadros); a fotografia e seus procedimentos (sexto e sétimo quadros da figura 12); a revista

(oitavo quadro).

A edição do quadro *Sexo Oposto* em questão, cujo tema são as diferenças entre o cérebro masculino e feminino, a “direita” e a “esquerda”, a criação, a emoção e a imaginação, de um lado, a lógica e a razão, de outro lado, muito mais do que fazer um

programa educativo-informativo sobre as funções do cérebro humano, que também o é parece estar apresentando o “cérebro televisivo” de uma nova época, a da era digital. Um “cérebro” em que os dois hemisférios dialogam e todas as imagens podem comparecer se abertas a novas intervenções. O lado direito, do entretenimento, do humor e da criação e o lado esquerdo crítico e “intelectual” parecem se encontrar nas espessuras das texturas televisivas.

Sexo Oposto é uma percepção (tátil) dos mundos televisivos, ao mesmo tempo em que é uma criação desses mundos. Imagens que devoram imagens produzidas por outras tecnologias, não tanto por necessidade de uma narrativa, mas mais por uma estética da coleção, da lógica do inventário, da listagem, do banco de dados e da mera interação com os “telespectadores”, remetendo o teor a um segundo plano. É a busca da imersão na técnica como segunda natureza, seu habitat.

McLuhan (1993) alertava que, à medida que o homem tecnológico se constitui, não terá mais a experiência da natureza “ao natural”. Terá perdido o tato, mas aí também se dará conta que o tato não é simplesmente a pressão sobre a pele e, sim, a captação de todos os sentidos ao mesmo tempo, uma espécie de tatilidade. Quando perdemos a natureza como uma experiência direta, perdemos o equilíbrio e a mente tende a flutuar livremente para uma zona perigosa de abstrações. As imagens televisivas do Núcleo Guel Arraes tendem a nos acostumar com um novo equilíbrio dos sentidos na relação com as imagens audiovisuais.

2.4 ENTRE-IMAGENS, MUDIATIZAÇÃO DAS MÍDIAS E NOVA IMAGINAÇÃO

Devemos concordar com Flusser (2007, p. 153) quando diz que imagens são mensagens e são superfícies. Elas têm um emissor e esperam um receptor, mas essa espera é uma questão de transporte, sendo que “as imagens se tornam cada vez mais transportáveis, e os receptores, cada vez mais imóveis. Isto é, o espaço político se torna cada vez mais supérfluo”. Entretanto, para o autor, esse fato não se deve meramente a uma nova técnica e, sim, a uma revolução cultural em que a informação chega ao espaço privado e o receptor não precisa se afastar dele para estar informado. O espaço político se torna superficial.

O autor compara quatro situações de imagens em relação ou não à necessidade de transporte. a) A imagem na caverna não precisava de transporte; as pessoas deviam

se reunir em torno dela a fim de apreender a futura caçada ao touro. b) No caso da pintura, para assegurar o valor da imagem no quadro, o pintor, uma vez pronta, deve inseri-la no espaço público. c) Na contemporaneidade, “o funcionário pós-industrial (homem e mulher) e seus filhos deixam-se alcançar pelas imagens das telas eletrônicas”. Porém, essas imagens não estariam programadas para ser incorporadas (criticadas nos termos de Flusser) e, sim, para passar enquanto o funcionário se acomoda na sua cadeira confortável. d) Para o autor, as imagens de computador apresentam indícios de mudança em relação ao transporte; elas são mais semelhantes à rede telefônica que à rede televisiva, pois o receptor pode receber, reprocessar e reemitir as imagens.

Mas o que haveria de realmente novo nas imagens digitais é que elas não são uma cópia de uma realidade preexistente, elas são cálculo e, se forem usadas para copiar um cálculo e sirvam de modelo para ações futuras, estaria a nova imaginação a serviço da antiga e a “atual revolução em andamento não se terá consumado” (FLUSSER, 2007, p. 174). Isso porque, para Flusser, as novas imagens são criadas para que se busque, entre as possibilidades dadas, o inesperado. O fato de buscar entre o dado o inesperado constitui, segundo Flusser, a nova imaginação, que seria um novo conceito de liberdade, não “liberdade de que”, mas “liberdade para que”. Nosso desafio não seria superar condições e, sim, dar uma ordem ao caos, saltar da existência linear para um nível abstrato, adimensional, o “nada”.

O estado-vídeo apontado pela constelação de vídeos que vimos parece caminhar nessa direção, calculando, criando o imprevisto a partir do dado, realizando as possibilidades. Mas, elas apontam – ao mesmo tempo em que Flusser também o faz – para um momento de transição no estágio atual da técnica, – quando muitas possibilidades estão sendo realizadas no meio de um desconcerto geral para essa crítica das imagens.

Talvez por elas próprias serem o novo habitat, o espaço político, estético e epistemológico, as imagens são as que se transportam e nós os que ficamos imóveis. “Uma geografia que abole toda a história. Uma ‘zona de indiscernibilidade’ em que se apaguem todos os limites, todas as silhuetas, todas as fronteiras”, dirá Peixoto (2003) ao se referir às imagens contemporâneas. Para ele, o mundo segue linhas de fuga, por ruptura e prolongamento, em todas as direções e dimensões, aumentando o território pela conjugação de múltiplos fluxos. “Uma terra de ninguém, impossível de localizar,

entre dois pontos distantes ou contíguos, onde tudo esteja em permanente devir. Suprime tudo o que impede de deslizar entre as coisas” (2003, p. 237).

Por isso, para o autor, é o trânsito que define o panorama contemporâneo, o “entre” o “e”.

Nem longe nem perto, nem passado nem presente. (...) Aqui e lá, no filme e na arquitetura, na pintura e na tevê. Entre o real e o imaginário, o figurativo e o abstrato, o movimento e o repouso (...) A paisagem contemporânea é um vasto lugar de trânsito (PEIXOTO, 2003, p.233).

Se, como lembra Manovich (2006), toda cultura passada e presente acaba sendo filtrada pelo computador e pela interface por meio da qual ele se comunica com as pessoas, a cultura que emerge desse computador e sua imagem-interface poderia ser pensada como um outro tipo de mediação.

De fato, Gomes (2006) alerta sobre a necessidade de atualizar o conceito de mediação porque aponta mais para o modo como o receptor se relaciona com a mídia, sem levar tanto em conta o processo e os mecanismos de produção de sentido social. O autor contrapõe à mediação a perspectiva da mediação da sociedade como modo de pensar o bios midiático e o ambiente formado pelas mídias.

Entretanto, no computador e na *web*, as desterritorializações operadas tanto na sociedade quanto na mídia tornam inviável a delimitação desses espaços, assim como a separação entre virtual e real, *on* e *offline* ou qualquer outra que seja. Olhando para as tendências apontadas nas imagens audiovisuais, elas levam a pensar em uma mediação da mídia, pelo modo como os processos midiáticos audiovisuais comparecem no vídeo contemporâneo. O aumento da banda da telefonia móvel, a proliferação das redes sem fio e a multiplicação das plataformas dos chamados *softwares* sociais, como blogs e redes de relacionamento, vêm produzindo mudanças sem precedentes nas formas de comunicação, de produção e de circulação de informações. Essa mediação das mídias operada por meio do computador deve ser ainda melhor estudada; contudo, pode se perceber que cria um tipo de imagem de outra natureza, uma “entreimagem” como apontado por Bellour:

As novas imagens são passagens das representações intersemióticas entre fotos, cinema e vídeo, produzindo uma multiplicidade de sobreposições, de configurações pouco previsíveis entre a produção dessas imagens. Entreimagens é o espaço de todas essas passagens e refere-se à dissolução das fronteiras entre os suportes e as linguagens (...) as imagens são compostas agora a partir de fontes mais diversas: parte é fotografia ou cinema, parte é desenho, parte é vídeo, parte é texto produzido em geradores de caracteres e parte é modelo gerado por computador (BELLOUR, 1997 p.14).

A nova natureza das imagens por um lado e o modo e espaço onde elas se hospedam – as plataformas de compartilhamento de vídeo –, por outro, são as duas principais molduras que constroem o audiovisual contemporâneo, que se atualiza em um tipo de imagem-interface a ser mais bem compreendido nesta tese. Com certeza, as plataformas molduram os modos como nos relacionamos com o audiovisual e o modo de realização dessas imagens. Elas poderiam ser pensadas como espaços privilegiados da midiatização das mídias audiovisuais e do audiovisual não midiático, como um espaço de criação de entreimagens e da gestação da nova imaginação.

3- CONSTELAÇÃO DE INTERFACES

Os vídeos, quando se trata do audiovisual da *web*, nunca estão sozinhos. Eles fazem parte de uma verdadeira rede junto a outros vídeos, comentários, *links* dentro e fora deles que remetem a outros vídeos, a outros canais. E isso tudo muda nossa maneira de ver e de tratar o audiovisual, nos conecta de novas formas com ele e o insere numa interface com o usuário que tem nas plataformas de compartilhamento de vídeo o principal território de enunciação e experimentação.

Se a interface da TV criava (tele)espectadores com um aparelho programado (com uma programação) que tinha na vida doméstica seu ambiente principal, as atuais plataformas de vídeo *online* são programadas (com programas) ou interfaceadas de forma a criar um usuário em trânsito. Assistir a um vídeo na internet é um processo tátil. Damos um “play” em um vídeo hospedado em uma plataforma de compartilhamento e necessariamente seguimos percursos como o de ver outros vídeos do mesmo autor, acionando uma das suas coleções ou listas de exibição, conhecer seu perfil, saber a quantos vídeos ele já assistiu no YT, ver outros vídeos relacionados com aquele, participar de comunidades, engajar-se em campanhas, produzir videorespostas, gerar bate-papos audiovisuais ou através de um chat. Nesse ambiente, é impossível assistir ao vídeo isoladamente, sem que ele se transforme automaticamente em um quadro de estatísticas e dados ou numa mesa de intervenções.

Fazer um login no YT significa, afinal, iniciar coleções de vídeos, ou de comentários ou amigos, processos todos mediados por vídeo. Significa também acionar uma geração espontânea de séries de vídeos como resposta a uma determinada busca e pensar o mundo através de palavras-chave ou etiquetas.

Por outro lado, fazer um login no JTV é transmitir um vídeo sobre qualquer coisa que seja que possibilite um bate-papo, também sobre qualquer coisa, enquanto se assiste ao vídeo. Uma experiência de conectividade em tempo real e de audiovisualização da vida, como se a aspiração de todo momento da cotidianidade fosse o de ser transformado numa imagem técnica.

Em todo caso, o ambiente que hospeda um audiovisual – a sala escura longe de casa, do cinema, a sala com a TV no centro do cotidiano, a página de exibição ou do canal, interface do YT ou do JTV – é decisivo para determinar como ele será

visualizado, qual o ambiente que ele cria e a experiência de mundo que emerge desse uso.

Johnson (2001, p. 9) define a interface como o universo de relações que fazem o funcionamento de alguma coisa, “todo o mundo imaginário de alavancas, canos, caldeiras, insetos e pessoas conectados – amarrados entre si pelas regras que governam esse pequeno mundo”. Isso significa que, de alguma forma, o lugar de compreender uma interface de um meio é no cotidiano, entrando no seu fluxo. O fluxo, o modo em que o meio é usado no dia a dia de forma já habituada, é o “lugar” onde as molduras se sobrepõem de forma tensa, um lugar privilegiado para compreender o meio, desabituar os usos e desnaturalizar o olhar.

Entretanto, tendemos a ficar cegos para perceber a imagem no seu fluxo, principalmente por duas razões. Primeiro, porque vivemos numa cultura que privilegia o espaço visual, isto é, o ambiente que emerge da escrita e que só tende a perceber a realidade linearmente, vendo tudo em forma de figuras e fundos, como apontou McLuhan (1993), sem possibilidade de perceber dentro desse marco as simultaneidades. Acontece, assim, um desequilíbrio do sentido da vista, nos tornando cegos. Em segundo lugar, o meio quer ser percebido de um modo específico e opera essa sobreposição de molduras para atingir tais objetivos. Os meios não são neutros; podemos pensá-los com Bergson (1999), como corpos que percebem e, ao perceber, recortam aquilo que lhes é necessário para a ação. Portanto, as imagens de um meio registram seu modo de percepção de si e do entorno. O modo como o meio quer ser percebido é percebido por nós como se fosse o conteúdo desse meio. Basta pensar quanto tempo e quanta literatura foram dedicados a pensar a TV no seu teor contedístico e desconsiderando suas práticas técnicas, estéticas e de produção de sentido relegando-as a um plano de fundo inexistente, deixando como figura (sem fundo) o que a TV “não é” ou o que ela “deveria ser”. Portanto, poder perceber o meio no seu fluxo exige toda uma desnaturalização do olhar.

A interface, então, é um conceito-chave para compreender o audiovisual da *web* na medida em que se a entende, como proponho, como fluxo.

3.1 A INTERFACE COMO FLUXO AUDIOVISUAL

Nos seus estudos sobre televisão Kilpp (2010) propõe que a natureza singular das audiovisuais de TV estaria relacionada a uma imagem-duração que teria a ver com os tempos de TV, isto é, com a passagem incessante de fluxo de programação organizado por uma grade que preenche 24 horas por dia e sete dias por semana, programação (re)montada pelo usuário de controle remoto no ato do *zapping*. O que faz a TV o que ela é são as imagens-duração, um construto televisual em tempo real que flui.

Quando a autora propõe a metodologia das molduras (KILPP, 2010), é justamente porque ela possibilita parar esse fluxo, dissecar as imagens, permitindo a percepção de elementos discretos, as molduras, que são as que produzem os sentidos, e devolver a imagem ao fluxo já se apropriando delas, não numa experiência visual, e, sim, tátil.

Conforme já comentado na introdução dessa tese, na *web*, o movimento demanda do clique do usuário, necessário para a imagem transitar. O fluxo na *web* não está ligado à passagem; inclusive os conteúdos televisivos que passaram nas emissoras *offline*, nas plataformas *online*, eles “ficam”. Como meio, ele parece explorar muito mais sentidos de memória: um espaço onde tudo dura e tudo pode ser encontrado, recuperado, por meio de uma ferramenta de busca. Esses sentidos de permanência *versus* passagem estão relacionados aos modos como o espaço e o tempo são construídos nas montagens. Haveria, então, três tipos de montagens na *web* que criam seu próprio modo de permanência das imagens: em trânsito, pela manipulação e apropriação das imagens.

Elas permanecem como dado e o fluxo pressupõe a ação do usuário para acontecer num certo sentido. Nesse sentido, enunciações sobre a rede como um grande banco de dados precisam ser associadas aos dispositivos para fazer imagens: a *web* devora o audiovisual e o torna dado, fazendo-o circular e conectando-o com muitos outros dados; e o audiovisual devora a *web*, criando um ambiente audiovisual em fluxo, como aponta Braga (2007, s/p.), porque “a imagem fluxo é construída por indivíduos, também fluxos, e conjuntos sociais, também fluxos. Trata-se então de fluxos em permanente interação e mútua transformação”. Em uma direção semelhante a essa, Fischer (2012) aborda a *web* e a interface numa perspectiva comunicacional e as caracteriza com três funções, que chama de “facetas”. São elas: banco de dados, mídia e

ambiente de relacionamento. A interface das três facetas constitui um ambiente de "remixabilidade profunda" de toda a mídia que atualiza as audiovisuais da *web*.

A interface entre *web* e audiovisual que emerge no movimento dos fluxos da interface *web*, do usuário e do ambiente levam Peter Weibel (2000), a pensar que nossos modos de percepção e apropriação do mundo se dão na sua interface. O autor parte da endofísica, a ciência que pesquisa um sistema quando o observador faz parte dele, reconhecendo que qualquer outra alternativa seria modelo ou simulação. Weibel propõe dois movimentos: uma endoaproximação à eletrônica e a eletrônica enquanto endoaproximação do mundo. *El mundo cambia a medida que lo hacen nuestras interfaces. Los límites del mundo son los límites de nuestra interfaz. No interactuamos con el mundo, sólo con la interfaz del mundo* (WEIBEL, 2000, s/p.).

Weibel defende que a imagem digital se converteu em um mundo-modelo, já que pela sua variabilidade e interatividade, ao contrário da irreversibilidade da fotografia, do cinema, da escultura e da pintura, ela abala a ideia da imagem como objeto estático.

La imagen se ha convertido en un mundo modelo, que se cataliza a sí mismo y que también está controlado por el contexto. La imagen animada constituye el desafío más radical a nuestras clásicas concepciones visuales de la imagen y la representación (WEIBEL, 2000, s/p.).

Assim, podemos pensar no contemporâneo como um audiovisual de interface, isto é, um ambiente no qual diversos fluxos se encontram e onde a irreversibilidade de todas as imagens anteriores a ele se tornam dado. Trata-se de uma imagem-interface, que se modifica radicalmente com a presença e a intervenção do usuário.

É mais ou menos nesse sentido que Arantes (2005), na esteira de Weibel, afirma que a obra/mundo só se manifesta na própria medida de sua inter-relação com o interator/observador. Ambos fazem parte de um mesmo sistema, de um mesmo conjunto de inter-relações.

Se a imagem-tempo coloca em jogo o processo de temporalização da imagem, a imagem-interface parece colocar em jogo a participação do sujeito e do observador no comportamento da imagem. O sujeito, dentro desta perspectiva, não fica somente fora a contemplar o desenvolvimento temporal da imagem técnica (o objeto), mas dela participa. (ARANTES, 2005, p. 39)

A grande novidade colocada pelas imagens em novas mídias seria para a autora o interfaceamento imagem-interator. A imagem passa a ser um sistema vivo que reage e responde não somente aos *inputs* do interator, mas, também, aos seus *inputs* de

programação. Ela pensa a imagem-interface como uma espécie de imagem-corpo que, deslocando-se da hegemonia do olhar e de uma postura passiva por parte do público a contemplar a imagem, reclama a presença do interator – seu gesto, seu movimento corporal, sua respiração, seu sopro, sua voz. Por isso, um dos desafios bastante explorados pelos artistas e por qualquer *site* contemporâneo é o de desenvolver interfaces mais amigáveis, simples ou intuitivas. Não por acaso, cada vez mais, as interfaces exploram as ações do corpo humano, como o gesto, o toque, a voz, a respiração etc.

As plataformas de compartilhamento de vídeo podem ser pensadas como espaços moldados pelo audiovisual de interface, um ambiente desenhado para que os diversos fluxos interajam e onde o audiovisual se atualiza numa reclamação constante de intervenção. O audiovisual de interface pensado como ambiente contém duas direções e três tipos de montagem.

a- A montagem espacial, em que o tempo se distribui no espaço, própria da disposição dos elementos na página *web*. Manovich (2006) lembra que essa montagem já era característica dos afrescos e das histórias em quadrinhos. Mais ainda, esse modo de montar também se estende à cultura e à ciência, que estava mais acostumada a abordagens históricas e privilegia agora termos como geopolítica e globalização, entre outros conceitos que apontam para as teorias da pós-modernidade.

Manovich (2006) pensa também como montagem espacial as multitarefas realizadas em múltiplas janelas abertas, transformando assim a tela no que Foucault (1984) definia como espaços outros, espaços que registram simultaneidades e justaposições. Essa espacialização tem mais a ver com os modos de perceber a vida na contemporaneidade já que a nossa experiência no mundo estaria menos próxima de uma longa vida que se desenvolve no tempo e sim de uma rede que conecta pontos e entrecruza sua própria trama.

Não podemos esquecer que a memória de armazenar informação das novas mídias contribuem para a construção desses sentidos. Conforme lembra Levy (2007) as memórias evoluem cada vez mais para uma maior capacidade de gravação, de miniaturização, de rapidez de acesso e de confiança, enquanto seus custos baixam, sendo que, entre 1956 e 1996, por exemplo, os discos duros dos computadores multiplicaram por seiscentos sua capacidade de armazenar.

b- A montagem temporal, tão própria do audiovisual anterior à *web*, das narrativas cinematográficas e televisivas, em que diferentes imagens se substituem umas às outras no tempo. É a montagem sequencial própria da invenção da história.

c- Uma nova montagem, temporal/espacial, operada pelos cliques do usuário em cada *link*, constituindo trajetos entre *links*, uma montagem de imersão.

Em cada uma dessas montagens, podemos ver uma dimensão atual e um resto virtual que a ultrapassa, inclusive uma que se atualiza na outra. Os planos de cinema e principalmente de TV, por exemplo, embora a produção de sentido aconteça fundamentalmente na montagem temporal, têm também uma composição espacial. Tenho a impressão inclusive que as complexas relações entre essas três montagens é que instauram a natureza do audiovisual da *web*, suas audiovisualidades, pois essas três montagens se atualizam de modo particular nas plataformas de compartilhamento de vídeo.

Mas elas coexistem de modos tensos. A página privilegia a montagem espacial, enquanto o *link* privilegia a montagem do usuário, e as ferramentas de busca privilegiam as duas. O *player*, em seu interior, ainda tende a privilegiar a montagem temporal, embora tensionado por *links* e inscrições dentro de seus limites e pela tendência de um cinema digital que opera com montagem espacial cada vez mais, como aponta Manovich (2006). Nas plataformas de vídeo, no entanto, observam-se diversas iniciativas de romper os limites do *player* e o audiovisual invade toda a tela do computador ou o dispositivo de acesso, como veremos em seguida.

Essa coexistência tensa entre modos de montagem é característica importante da interface do audiovisual da *web* no seu estágio atual. Os três são movimentos próprios da rede: conectar nós, computadores (mas também usuários, tecnologias, mídias, estéticas etc.), em um tempo/espço próprio, pela transmissão de dados, formando ao mesmo tempo uma grande superfície e uma sequência.

Por isso, quando Castells (2001) em *A Galáxia Internet* diz, parafraseando McLuhan em *A Galáxia Gutenberg*, que “a rede é a mensagem”, ele não exagera. Isso vale para o vídeo, para a interface, para o ambiente e para os modos de usar o vídeo e as interfaces. Como veremos em diversos momentos (na constelação de ambientes), McLuhan (2005) defende que toda tecnologia tende a criar um novo mundo circundante para as pessoas. Se a escrita e o papiro criaram o ambiente social dos impérios do mundo antigo, a rede seria o ambiente social da contemporaneidade. Quando Castells

(2001) se refere à Galáxia Internet, ele a compara à eletricidade, dada sua capacidade de distribuir o poder da informação por todos os âmbitos da atividade humana:

Es más, al igual que las nuevas tecnologías de generación y distribución de energía permitieron que la fábrica y la gran empresa se establecieran como las bases organizativas de la sociedad industrial. Internet constituye actualmente, la base tecnológica de la forma organizativa que caracteriza a la era de la información: la red. Una red es un conjunto de nodos interconectados (CASTELLS 2001, p. 15).

É em rede que transforma todo o audiovisual e os dispositivos de produzi-lo, vê-lo e intervir nele, inclusive, transformam o que esses verbos significam, misturando-os numa única ação.

3.2 A REDE E O AUDIOVISUAL 2.0

A rede pode ser pensada também com Serres e Latour, autores oriundos do campo da Sociologia que pensam o social como rede. Para Serres (1993) uma coisa (qualquer coisa) é uma multiplicidade ontológica. Ela não existe isoladamente, existe a partir da rede heterogênea que a sustenta.

Apropriando-se dos conceitos de rizoma, de Deleuze e Guattari, e de dispositivo, de Foucault, Latour (1994) propõe uma abordagem pragmática que não seja centrada nem só no técnico, nem só no social, mas capaz de respeitar a dinâmica não hierárquica e não linear de suas relações. Latour se pergunta de onde vem a impressão tão moderna de viver um tempo novo que rompe com o passado.

É a substituição de elementos por outros que se tornarão igualmente coerentes no período seguinte que nos dá a impressão que o tempo passa em fluxo contínuo. É preciso que as coisas andem na mesma velocidade e sejam substituídas por outras bem alinhadas, para que o tempo se torne um fluxo – a temporalidade moderna é o resultado dessa “disciplina”, e “Moderno” é duas vezes assimétrico, porque assinala uma ruptura na passagem regular do tempo e assinala um combate no qual há vencedores e vencidos.

Na verdade, porém, esse tempo, esse fluxo nunca existiram – afirmação que inspira o título do livro do autor: *Jamais Fomos Modernos* (LATOURE, 1994). Assim, no lugar de um fluxo laminar, em geral, tem-se um fluxo turbulento: o tempo deixa de

ser irreversível para tornar-se reversível, características também do digital, como já comentado.

Em outro texto (LATOURE; WOOLGAR, 2000), Latour vê o conhecimento como uma rede de materiais heterogêneos no que chama de teoria ator-rede, entendendo ator ou actante como qualquer pessoa, instituição ou coisa que tenha agência, isto é, produza efeitos no mundo e sobre ele. Para o autor, o conhecimento é o produto final de muito trabalho, no qual elementos heterogêneos – tubos de ensaio, reagentes, organismos, mãos habilidosas, microscópios eletrônicos, monitores de radiação, outros cientistas, artigos, computadores, são justapostos numa rede.

Do ponto de vista topológico, uma rede é caracterizada por suas conexões, seus pontos de convergência e bifurcação. Ela é uma lógica de conexões e não de superfícies, definidas por seus agenciamentos internos e não por seus limites externos. Assim, uma rede é uma totalidade aberta, capaz de crescer em todos os lados e direções, sendo seu único elemento constitutivo, o nó. As redes tecnológicas, como as redes ferroviárias, telefônicas e informáticas, são, para Latour e Woolgar (2000), apenas um caso particular, um exemplo da noção de rede no sentido ontológico e radical que ele lhe confere.

Assim, uma rede se caracteriza por sua heterogeneidade, tem múltiplas entradas, nela a multiplicidade é substantiva, a determinação é um gradiente, espaço e tempo são efeitos das suas tramas, a causalidade é reversível, e ela é caracterizada por subconjuntos restritos marcados por fortes relações de interferência entre eles. Em outras palavras, como afirma Serres (s/d., p 15), na rede, “a complexidade já não é um obstáculo ao conhecimento, ou, pior, um juízo descritivo, é o melhor dos adjuvantes do saber”.

Na teoria ator-rede, a noção de rede refere-se a fluxos, circulações, alianças e movimentos ao invés de remeter a uma entidade fixa. Uma rede de atores não é redutível a um ator sozinho, nem a uma rede; ela é composta de séries heterogêneas de elementos, animados e inanimados, conectados e agenciados. Por um lado, a rede de atores deve ser diferenciada dos tradicionais atores da Sociologia, uma categoria que exclui qualquer componente não humano. Por outro lado, a rede também não pode ser confundida com um tipo de vínculo que liga, de modo previsível, elementos estáveis e perfeitamente definidos, porque as entidades das quais ela é composta, sejam elas naturais, sejam sociais, podem, a qualquer momento, redefinir sua identidade e suas

mútuas relações, trazendo novos elementos para ela. Assim, uma rede de atores é simultaneamente um ator, cuja atividade consiste em fazer alianças com novos elementos, e uma rede capaz de redefinir e transformar seus componentes. Nessa multiplicidade, podemos pensar na interface como o modo da rede agir, dar-se a ver, tornar-se inteligível e conectar novos elementos.

Santaella (2003) lembra que o termo interface provém de adaptadores de plugue usados para conectar circuitos eletrônicos, o que tem tudo a ver com o que, de fato, a interface faz, seja por meio de um *mouse*, um programa ou um *design* de um *site* qualquer. No início, o termo estava restrito à materialidade técnica e, depois, se estendeu à conexão dos humanos com as máquinas e à “entrada humana em um ciberespaço que se autocontém” (SANTAELLA, 2003, p. 91).

Contudo, o campo da interface permanece muito amplo e passa pelo encontro de duas fontes de informação face a face. Na interface computador-humano, os *softwares* ou programas têm um papel fundamental. É nossa interação com eles que cria a interface. Santaella pensa a interface como uma membrana, entre o humano e o maquínico que divide e conecta dois mundos que estão, ao mesmo tempo, alheios e dependentes um do outro. Para ela, essa negociação se processa por meio de um sistema interativo configurado através de uma “sintaxe a-linear interativa tecida de nós e conexões que é chamada de hipertexto e hipermídia” (SANTAELLA, 2003, p. 92). Podemos pensar a interface nas plataformas de compartilhamento de vídeo como um modo de inserção dos elementos, inclusive o usuário e o vídeo nessa rede heterogênea.

A chamada Interface Gráfica do Usuário (GUI), conjunto de *softwares* que atuam na interação, facilitou muito a vida do usuário ao tornar a linguagem mais semelhante à humana – o computador fala uma língua numérica – com um conjunto de imagens e objetos gráficos manipulados diretamente por um mouse. Antes da GUI, havia a interface por linhas de comando que demandava um conhecimento mais apurado da linguagem do computador. Desde esse contexto podemos pensar na interface do usuário atual. Ela consegue facilitar as relações entre as pessoas e o computador, reciclando suas metáforas do dia a dia, como o escritório, as pastas, a lixeira.

Ao mesmo tempo, contudo, a interface distancia o usuário, deixando-o fora do conhecimento de sua própria linguagem. Por isso, Manovich (2006) vai dizer que as janelas da interface são tudo menos janelas para seus próprios códigos. Para bem e para mal, esse fato torna o uso (*input – output*) do computador mais acessível e imediato às

peças e deixa o domínio do seu programa aos especialistas, abrindo uma nova fronteira¹⁴.

Johnson (2001, p. 24) lembra o impacto que causou a interface gráfica do usuário:

Foi aí que entrou a manipulação direta. Em vez de teclar comandos obscuros, o usuário podia simplesmente apontar para alguma coisa e expandir seus conteúdos, ou arrastá-la através da tela. Em vez de dizer ao computador para executar uma tarefa específica – “abra este arquivo” –, os usuários pareciam fazê-lo eles próprios. A manipulação direta tinha uma qualidade estranhamente paradoxal: na realidade, a interface gráfica havia acrescentado uma outra camada entre o usuário e sua informação. Mas a imediatez tátil da ilusão dava a impressão de que agora a informação estava mais próxima, mais à mão, em vez de mais afastada. Sentíamos que estávamos fazendo alguma coisa diretamente com nossos dados, em vez de dizer ao computador que a fizesse por nós.

A passagem do comando da interface para o usuário é um momento importante na construção dessa *eticidade*: o usuário como uma figura que comanda diretamente um outro espaço gerado pelo computador. Um construto importante no âmbito da informática e da *web*, mas também da comunicação e da contemporaneidade.

Diversos autores destacam o lugar da interface quando, nos anos 70, o computador deixa de ser visto como calculadora ou quase sinônimo de máquina de escrever ou processador de símbolos ou manipulador de imagens para ser visto como um filtro para toda a cultura, operando a midiatização de todas as formas artísticas. Para Manovich (2006), as “operações” que fazem parte das interfaces, os modos como intervimos para manipular um programa qualquer do computador, são formas culturais, já que, independentemente de trabalhar com dados, texto, imagem vídeo, espaço tridimensional ou uma mistura disso tudo, são usadas sempre as mesmas operações básicas: copiar, cortar, colar, buscar, compor e filtrar. Essas operações seriam verdadeiras formas culturais, porque, não só estão incluídas no *software*, mas vão muito além dele, e fazem parte do mundo social: “*no solo son maneras de trabajar con datos informáticos, sino maneras generales de trabajar, pensar y existir en la era del ordenador*” (MANOVICH, 2006, p. 171). Essas formas culturais estariam agora estruturando nossa experiência de nós mesmos e do mundo.

Após a interface gráfica do usuário, a chamada “*web 2.0*” seria uma das mais importantes molduras que dá novos sentidos ao usuário; mas também surgem no seu

¹⁴ Não temos como não lembrar aqui de Flusser (2002), sua caixa preta referida à fotografia, mas estendida a todo e qualquer aparelho, e a relação entre programação de si e a do usuário ou funcionário.

contexto outras *ethicidades*, como o próprio conceito de plataforma. Apesar de autores, como o próprio criador da *web*, Bernes-Lee (2006), e outros,¹⁵ defenderem que estão sendo usados ali componentes tecnológicos anteriores à geração da *web*, não podemos ignorar a novidade desse contexto, ao menos em certo sentido. Não defendo aqui novidades técnicas nem a necessidade de uma divisão historicista do tipo “antes e depois”, e evito a noção de progresso à qual contraponho a de imagens dialéticas. Contudo, é preciso pensar na *web 2.0* como construto, como *ethicidade* e como uma das principais molduras da *web* contemporânea e do audiovisual da *web*. E é nesse sentido que é preciso abordar a “novidade”.

O termo se refere a uma segunda geração da *web* e leva o “2.0” como referência ao tipo de notação em informática, como nas versões de *softwares*. A denominação foi popularizada pela *O’Reilly Media* e pela *MediaLive International* numa série de conferências que tiveram início em outubro de 2004. Conforme O’Reilly (2005), não há como demarcar precisamente as fronteiras da *web 2.0*. Trata-se de um núcleo ao redor do qual gravitam princípios e práticas que aproximam diversos *sites* que os adotam. Um desses princípios fundamentais é trabalhar a *web* como uma plataforma, isto é, viabilizando funções *online* que antes só poderiam ser conduzidas por programas instalados em um computador. Porém, além do aperfeiçoamento da “usabilidade”, o autor enfatiza o desenvolvimento do que chama de “arquitetura de participação”, que aproveitaria a “inteligência coletiva”, já que o sistema informático incorpora recursos de interconexão e compartilhamento. Por exemplo, nas redes *peer-to-peer*¹⁶ (P2P), voltadas para a troca de arquivos digitais, cada computador conectado à rede pode ser tanto um “cliente” (que pode fazer download de arquivos disponíveis na rede) quanto um “servidor” (oferta seus próprios arquivos para que outros possam “baixá-lo”). Dessa forma, quanto mais pessoas na rede, mais arquivos se tornam disponíveis. Isso demonstra, segundo O’Reilly, um princípio-chave da *web 2.0*: os serviços tornam-se melhores quanto mais pessoas os usarem.

Portanto, a ideia de plataformas, em que as coisas se tornam melhores quanto mais usadas, moldura a *web* e dá sentido a uma série de práticas do usuário. Pensemos, por exemplo, nas plataformas com *softwares wiki*, das quais a Wikipédia é a mais

¹⁵ ZANONI (2008) apresenta a posição de diversos autores que negam haver novidade na *web 2.0*.

¹⁶ Conforme Wikipédia *Peer-to-peer* é uma arquitetura de sistemas distribuídos, caracterizada pela descentralização das funções na rede, em que cada nodo realiza tanto funções de servidor quanto de cliente. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/P2P#Hist.C3.B3ria_do_Peer-to-Peer>. Acesso em: 3/5/2010.

conhecida. São documentos em hipertextos, construídos coletivamente, em que qualquer um (seguindo as normas de cada plataforma) pode sempre ampliar verbetes, informações, conhecimento. Pensemos, também, nas plataformas de vídeo onde o modo de agir mais frequente dos usuários é usar as imagens: o valor de uso emerge da interface e do estágio da técnica atual moldurada pelo 2.0.

Além das plataformas-usos, outro conceito que O'Reilly traz como importante no 2.0 e que, insisto, devemos pensar como *ethicidade* e moldura, é o “beta perpétuo”. O termo é usado quando se mantém um *software* em estágio de desenvolvimento (beta) por um período de tempo, e as pessoas são convidadas a testá-lo nesse estágio. O 2.0 se enuncia, assim, como um *software* em constante desenvolvimento, que demanda a presença dos usuários para aprová-lo. Constroem-se, assim, sentidos de inovação, experimentação e alta tecnologia acessível ao usuário comum.

Por fim, O'Reilly (2005) destaca também, como parte do 2.0 – e eu o assinalo como moldura – a reutilização de dados e serviços. Ele chama isso de pequenas peças frouxamente unidas. Para o autor, o exemplo mais claro da era 2.0 é o Google que:

não se limita a uma coleção de ferramentas de *software*, é uma base de dados especializada. Sem os dados, as ferramentas são inúteis; sem o *software*, não se consegue gerenciar os dados. Licença de *software* e controle sobre os APIs – a alavanca de poder na era anterior – tornam-se irrelevantes porque o software não precisa mais ser distribuído mas apenas executado e também porque sem a habilidade para coletar e gerenciar os dados, o *software* tem pouca utilidade. Na verdade, *o valor do software é proporcional à escala e dinamismo dos dados que ele ajuda a gerenciar* (O'REILLY, 2005, p. 5-6).

O 2.0 enuncia-se, então, como uma grande interface entre dados, *softwares* e usuários que se encontram na rede, sem a necessidade de ter esses dados em um *hardware* específico. Como usuários das plataformas, podemos acessar esses dados em qualquer espaço físico; eles estão em todos os espaços; se tornam (e nos tornamos com eles) ubíquos.

Com isso, proponho aqui pensar a *web* 2.0 como a) interface da *web* atual, isto é, atualização de uma rede complexa e heterogênea que atravessa todo acesso à internet; b) um construto ou *ethicidade* da *web* e da contemporaneidade (que também se enuncia na *web* como “contemporaneidade 2.0”); c) uma moldura do vídeo, suas plataformas e seu estado beta de constante mudança; d) um *software*, ou seja, lógicas operativas que alimentam suas lógicas enunciativas. As dimensões do 2.0 (moldura, *ethicidade* e *software*) poderiam ser pensadas como interfaces da *web* e do audiovisual contemporâneo.

A partir do dito, podemos flunar pelas interfaces das plataformas que nos ocupam aqui, o YT e o Justin TV, fazendo alguns apontamentos sobre o modo como elas enunciam a si mesmas, e enunciam o audiovisual e a contemporaneidade.

3.3 SUPERFÍCIES AUDIOVISUAIS: PÁGINAS, *LINKS*, BARRAS DE NAVEGAÇÃO

A *homepage*, ou página inicial, ou principal ou página de entrada como se costuma chamar, é bastante significativa no contexto de qualquer *site* ou plataforma. A própria conotação de lar (*home*) parece estar tentando um equilíbrio diante da sensação de estar perdido frente a uma superfície com um conjunto de elementos – textos, gráficos, imagens – em que a grande maioria funciona como *link* para outras páginas da plataforma. Diante de todos esses elementos, estar parado na *web* significa “estar perdido”. As *homes* e as páginas em geral são um tipo de lar sem teto ou paredes; seriam, como as chama Santaella (2007), dados habitáveis:

dados podem se tornar arquitetônicos e habitáveis, de modo que o ciberespaço e a arquitetura do ciberespaço são uma só e mesma coisa. Entretanto, trata-se de uma arquitetura líquida, que flutua. Por isso, o ciberespaço altera as maneiras pelas quais se concebe e percebe a arquitetura, de modo que torne nossa concepção da arquitetura cada vez mais musical. Pela primeira vez, o arquiteto não desenha um objeto, mas os princípios pelos quais o objeto é gerado e varia no tempo. (...) Uma arquitetura desmaterializada, dançante, difícil, etérea, temperamental, transmissível a todas as partes do mundo simultaneamente, só indiretamente tangível, feita de presenças sempre mutáveis, líquidas (SANTAELLA, 2007, p. 17).

O sentido tradicional de lar como um lugar delimitado e aconchegante se transforma na *web*. Lar passa a ser um lugar de passagem, onde o mais importante é se pôr em movimento, sair dali, e ao mesmo tempo encontrar as direções possíveis. Entre as páginas, a *home* é uma moldura importante para todo o *site*, nela, se apresenta as possibilidades de navegação e se o faz principalmente com as barras de navegação que estão presentes nos panoramas *web* com fortes sentidos de orientar nosso movimento e nos tirar da situação de “perdidos” ou “parados”. Sentir-se em casa no meio do caos é sinônimo de encontrar caminhos para andar. As barras de navegação situam o usuário, sugerindo próximos destinos nos quais fazer cliques.

Destaco duas barras de navegação que, nos confins do YT, mas também do Justin TV (e de muitos outros *sites*), são molduras sólidas na construção da plataforma: trata-se da barra de navegação principal, que inclui um conjunto de *links* e uma

ferramenta de busca, e a barra de navegação institucional que está situada na parte inferior de ambas as plataformas. A primeira está centrada no vídeo e no usuário e localiza-se no topo da página. A segunda enuncia sentidos principalmente sobre a plataforma e se situa no final da página. As duas estão presentes em todas as páginas do YT.

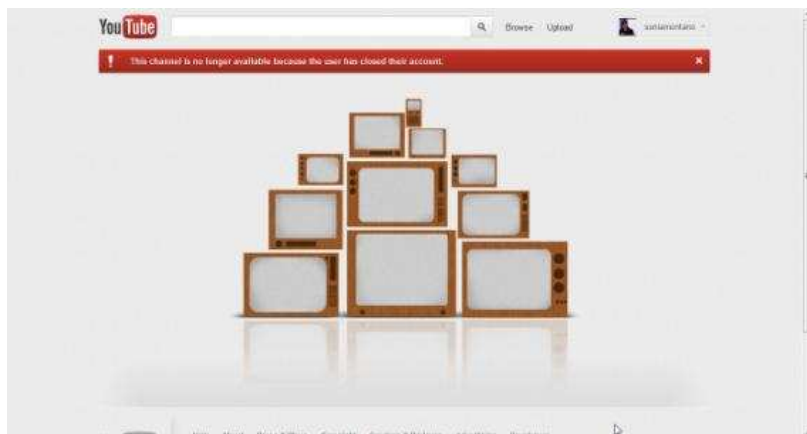
Home são páginas com *links*, estejam eles em barras de navegação ou inseridos em fotos, textos ou gráficos. O *link* possibilita o “hipertexto”, termo cunhado por Ted Nelson, na década de 70, para descrever um sistema de escrita não sequencial, um texto que se desmembra em outros permitindo linhas de fuga ao leitor. Ele mesmo, em uma expansão do termo, criou depois a “hipermídia”, o termo que designa “uma nova forma de mídia que utiliza o poder do computador para arquivar, recuperar e distribuir informação na forma de figuras gráficas, texto, animação, áudio, vídeo e mundos virtuais dinâmicos” (SANTAELLA, 2003, p. 93). No início, a hipermídia dependia dos CD-Room, mas com o surgimento da *web*, ela própria começou a funcionar como hipermídia.

Forte crítico dos modos atuais da *web*, Nelson (2001) diz que a forma de escrita não sequencial, com liberdade de movimentação entre os *links*, é uma ideia simples e óbvia: seria apenas a versão eletrônica das conexões literárias tal como já as conhecemos. Ele é autor de projetos que propõem não só novos protocolos alternativos ao HTTP, mas modelos de hipertextualidade pensados para além dos paradigmas da cultura impressa, buscando uma estrutura não hierárquica e em um ambiente que não simule o papel. Para ele, os computadores hoje, basicamente, simulam duas coisas: hierarquia e papel. O papel foi simulado inclusive na estrutura dos computadores simplesmente porque “parecia correto, natural e a única forma” (NELSON, 2001, p. 14-18). Mas o autor acredita que ambas são formas de aprisionamento que constroem e distorcem nosso trabalho e nosso pensamento.

Dessa forma, em que a *web* tende a se atualizar na maior parte de suas plataformas, o *link* é construído como um elemento vital do meio. Uma página sem *links* é uma página “morta”; assim como uma pessoa que não tem “amigos” (isto é, *links* com outros usuários) nas redes sociais, inclusive o YT, é um usuário que tem pouca ou nenhuma vida *online*.

Na figura 13, temos uma página sem *links*, e, como podemos ver, ela indica erro, anomalia, vazio audiovisual. Nesse caso, como explica a legenda superior nos limites do

Figura 13 - página sem *links*



Fonte: YouTube, 2012

canal, “este canal não está disponível porque o usuário fechou sua conta”. Os *links* que ainda permanecem nesse quadro fazem parte das barras de navegação da plataforma. Fica bem delimitado aqui o território do YT e o do usuário (que retirou seu canal mas permanece

nem que seja como ausência), o que contribui para entender alguns dos sentidos atribuídos ao *link*.

A primeira questão é que a produção de *links* está diretamente ligada a uma conta, é quase um direito outorgado pela plataforma ao usuário. Nesse caso, os monitores de vários tipos sobrepostos, em vários formatos, até de celular, embora velhos, não estão quebrados; só estão fora de uso.

Uma página sem *links* é literalmente uma página que não leva a lugar algum – ao contrário da *home* –, o que, para a *web*, é a perda do sentido do que está enunciado como razoabilidade do meio. Os aparelhos da figura 13 são os únicos objetos figurativos no ambiente; eles estão sobre o fundo cinza, que é a cor oficial do fundo da plataforma, cor que um usuário pode transformar quando está ativo na sua conta, podendo aí inserir o fundo que ele quiser.

Na figura 13, há um reflexo dos aparelhos (monitores, telas) no cinza, reforçando os sentidos de vazio; só há aparelhos em desuso no ambiente. Contudo, um canal fechado pode sempre ser reaberto¹⁷ e esse espaço retornar à vida audiovisual. O *link* então é sinal de vitalidade na *web* em geral e nas plataformas audiovisuais em particular.

¹⁷ Como está indicado no fórum da plataforma YT aberto para resolver problemas de uso em: <http://www.google.com/support/forum/p/youtube/thread?tid=684b5cec1f2fddfe&hl=en>. Acesso em: 3-12-2011.

Tanto a “vida” *online* se mede por *links* que os vídeos mais acessados (isto é, que mais foram clicados) podem ter direito a parte do lucro da propaganda que o YT insere sobreposta nos *players* dos vídeos. Os cliques num *link*-vídeo podem ser um caminho do entretenimento para o trabalho e o lucro, sendo que há alguns casos no YT que percorreram esse caminho.

A reputação de um *site*, índice medido pelo *site* Alexa.com, uma companhia de informação sobre *web*, se refere à quantidade de *links* pelos quais há acesso direto à plataforma desde outras páginas. Os cliques no *link* geram o tráfego, índice aliás que coloca um *site* numa determinada posição no *ranking* geral da internet.

Johnson (2001) diz que a invenção do *link* foi a maior novidade na época, já que o elo, ou vínculo, é uma maneira de traçar conexões entre coisas, uma maneira de forjar relações semânticas. Ele lembra que, apesar de que na linguística o *link* desempenha um papel conjuncional, ligando ideias díspares em prosa digital, por alguma razão a resposta da crítica à prosa em hipertexto sempre se fixou nos poderes desagregadores do *link*. O autor pensa o *link* como um recurso sintético, uma ferramenta que une múltiplos elementos num mesmo tipo de unidade ordenada.

O autor (JOHNSON 2001, p. 87) lembra que, para Dickens, os elos de associação eram seu recurso favorito e desempenham papel importante na narrativa de seus livros. “Para Dickens, o elo, ou *link*, assumia em geral a forma de uma semelhança fugaz, apenas entrevista e logo esquecida (...) personagens deparam com rostos estranhos e percebem uma semelhança desgarrada, algo que se sente mas não se pode situar”.

Se o *link* de Johnson e Dickens tem mais a lógica da montagem temporal e privilegia a percepção, o de Vannevar Bush, criador do Memex (memória estendida), máquina precursora do computador, está mais na direção da montagem espacial.

O Memex, criado por Bush, conforme relatam Levy (2007) e Johnson (2001), partia da ideia de que a soma dos conhecimentos, aumentando em um ritmo prodigioso, não encontrava contrapartida em relação à evolução dos meios de armazenamento e acesso aos dados. Observando o funcionamento da mente humana, segundo ele, operando sempre por meio de associações, Bush imaginou e descreveu, de maneira detalhada, uma máquina capaz de estocar quantidades de informações, fácil e rapidamente alcançáveis. Tal engenho, concebido para suprir as “falhas da memória

humana” através de recursos mecânicos, é considerado o precursor da ideia de hipertexto. Ted Nelson, aliás, foi aluno de Bush.

Bush criou o Memex para mecanizar a classificação e a seleção por associação, paralelamente ao princípio da indexação clássica. Na época, o mecanismo de recuperação de informações era baseado em sistemas manuais de indexação a partir de palavras-chave. Um mecanismo que registrasse associações tornaria mais fácil a recuperação de informações já consultadas no passado, não mais com a ajuda de índices, mas através de associações estabelecidas na ocasião, pois um estudo, relacionado com qualquer tema, envolve a consulta a numerosas fontes e a pessoa que realiza tal estudo estabelece, naturalmente, associações entre fragmentos das obras consultadas. O registro dessas associações permitiria uma rápida recuperação das informações, quando necessárias, meses ou anos depois. Levy (1993) afirma que Bush chegou a imaginar uma nova profissão, uma espécie de engenharia civil cuja missão seria a de ordenar redes de comunicação no centro do corpus imenso e crescente dos sons, imagens e textos gravados.

A maneira como o usuário do Memex cria e segue trajetos de seu interesse faz supor seu reconhecimento fundamental de que estes mesmos trajetos são uma nova forma de textualidade e inclusive de escritura. Para essa outra concepção de textualidade, introduz alguns termos, como nexos, conexão, trajetos, tramas, que geram, por sua vez, uma espécie de texto flexível, aberto às demandas do leitor e possivelmente vulnerável a elas no sentido de que, no mundo do Memex, o texto designa tanto as unidades individuais que constituem tradicionalmente uma obra quanto, também, conjuntos de documentos criados com trajetos e mesmo, talvez, trajetos sem documentos que os acompanhem.

Bush desejava substituir os métodos puramente lineares que haviam contribuído para o triunfo do capitalismo e do industrialismo por algo que, em essência, fossem “máquinas poéticas”, máquinas que capturam o brilho anárquico da imaginação humana, como se considerasse que a ciência e a poesia operam da mesma maneira.

Uma das mensagens que os motores de busca mais expressam hoje é que a informação que temos à disposição, seja ela em forma de texto, vídeo, foto ou som, é inapreensível, nos ultrapassa; mas ela está sempre *ali*, à maneira de um grande arquivo universal ao qual podemos acessar de forma fácil e rápida digitando palavra ou frase, e,

com procedimentos “eficazes” e informáticos (“objetivos”), a ferramenta de busca apresenta uma lista de *links* na ordem em que a palavra ou frase está mais presente.

A crítica que Manovich (2011a) faz às ferramentas de busca é que não é possível um pesquisador reunir e ver a totalidade dos dados sobre alguma questão para depois se debruçar em alguns desses dados para uma análise mais aprofundada. Isso podia funcionar bem quando o número de objetos midiáticos era pequeno. Dado o tamanho das coleções na *web*, é impossível ver tudo o que está dentro delas. Embora, para o autor, essa limitação se deva ao *design* de interface e à tecnologia *web*, que não permitem ver os conteúdos de coleções inteiras e, sim, um conteúdo por vez, além de não permitir ver a forma de uma coleção e observar padrões de comportamento dessa coleção.

O autor lembra que as mídias analógicas (discos, fitas, moviola) foram desenvolvidas para acessar um único conteúdo por vez. “Esse sistema andou de mãos dadas com os mecanismos de distribuição de mídia: lojas de discos e vídeos, bibliotecas, televisão e rádio apenas disponibilizavam alguns itens de cada vez” (MANOVICH, 2011a, s/p.). Como exemplo, ele cita as possibilidades de assistir a alguns poucos canais de TV ao mesmo tempo, ou pedir mais do que algumas poucas fitas de vídeo em uma biblioteca. De outro lado, os sistemas hierárquicos de classificação utilizados nos catálogos das bibliotecas tinham o mesmo problema porque, ao caminhar pelas estantes, seguia-se uma classificação baseada em tópicos, com livros organizados por nome de autor dentro de cada categoria.

Para Manovich (2011a, s/p.) os motores de busca da *web* não apresentam mudanças nesses padrões. “A interface da busca é um quadro em branco esperando você digitar algo. Antes de clicar no botão de pesquisar você tem que decidir que palavras-chave ou frases quer procurar”. O problema maior, para o autor, é que a busca assume que quem busca saiba de antemão o que vale a pena na coleção que está querendo explorar.

As observações do autor valem para uma busca qualquer, mas podemos pensá-las também para a pesquisa acadêmica em novas mídias. Por isso, ele desenvolveu uma

metodologia que chamou de “Analítica Cultural”¹⁸ que permite visualizar grandes quantidades de dados com *softwares* específicos para tal função.¹⁹

Por outro lado, a quantidade inassimilável, atualização constante e diversidade de dados ressignificam o domínio de um assunto. Dominar não seria mais deter todas as informações, mas sim saber onde e como encontrá-las, e as ferramentas de busca assumem muito esse papel. Nesse sentido, adquire mais valor o movimento de mapear a informação, traçar rotas, selecionar e articular o que é relevante.

3.4 O YOUTUBE E O GOOGLE

Segundo o *site* Alexa.com, o YT é o terceiro *site* mais acessado no mundo e nos Estados Unidos, país-sede (perde para o *site* de busca do Google, em primeiro lugar e para a rede social Facebook, em segundo). Conforme informações da plataforma²⁰, o YT possui servidores em 25 países e está disponível em 43 idiomas. Setenta por cento dos computadores com internet acessam a plataforma ocupando 40% de todo o tráfego de internet móvel. Tem 3 bilhões de visualizações por dia. Oitenta por cento dos usuários de internet acessam YT, e cada usuário assiste, em média, 86 vídeos por mês. Por minuto, são enviadas 48 horas de vídeo, sendo que 10% são em alta definição (HD). A quantidade de vídeo que circula e que é adicionada a cada dia na plataforma é uma das informações que o YT privilegia na construção dos sentidos da plataforma. Em 2007, o YT recebia cerca de oito horas de vídeo por minuto. Em dezembro de 2011, o número era seis vezes maior.

Poderíamos dizer que o YT é um *site* de compartilhamento de vídeo no qual, por meio de um *login* ou cadastro **nos tornamos usuários**. Para ter controle sobre os direitos autorais dos usuários que postam conteúdo foi criado o método de ID do Conteúdo, que atribui uma identificação única de cada vídeo carregado. O objetivo,

¹⁸ No *site* dos Estudos do *Software*, grupo liderado por Manovich, há um histórico de como surgiu essa metodologia. Conferir: <http://lab.softwarestudies.com/2009/03/analitica-cultural-historico.html> Acesso em 2-02-2012.

¹⁹ Tentei usar esse *software* de visualização de imagens que está disponível no *site* dos Estudos do *Software*, para ampliar o ponto de partida desta pesquisa, mas não me foi possível dentro do prazo de entrega da tese. Ficará para próximas pesquisas. Contudo, os movimentos metodológicos aqui adotados que permitem andar, agrupar e reciclar sem propósitos prévios, de alguma maneira contribuem para ter primeiro uma visualização (embora limitada e sequencial) e depois ir formulando uma observação.

²⁰ Disponíveis em: http://www.youtube.com/t/about_youtube. Acesso em: 18-12-2011.

segundo a plataforma, é evitar roubos de material e monetização²¹ indevida. Desse modo, o vídeo é construído também como negócio ou fonte de renda para o usuário que fornece conteúdo e **se transforma, assim, em parceiro**.

Em seus programas de parceria, o YT tem mais de mil cadastrados, inclusive redes de televisão dos Estados Unidos, gravadoras e produtoras de cinema. A empresa mantém uma equipe que monitora produções com mais de 500.000 visualizações. Conforme a audiência, o YT oferece ao produtor a venda de espaços de propaganda e assim entra no programa de parceria. Podemos observar que o “parceiro” está relacionado a construtos como o vídeo e o rastreo e a um número de visualizações; de outro lado, o “usuário” está diretamente relacionado a um login.

Todos os dias, são rastreados o equivalente, em tempo, a mais de 100 anos de vídeos no YT. Segundo a plataforma, o sentido desse rastreo é a busca de arquivos que possam infringir as normas de direitos autorais; contudo, parece haver modos de copiar que são banidos e outros modos que são autorizados e até estimulados (ver constelação de usos). O rastreo do YT não está tão preocupado em evitar a cópia que os usuários possam fazer de outros meios. A preocupação é maior com as empresas de comunicação, produtoras, etc, pois são elas que denunciam canais que copiam seus materiais e o YT os retira da plataforma. O rastreo do YT identifica os autores dos vídeos que viram sucesso de visualizações e a eles propõe parceria. Como os vídeos rapidamente são copiados, o sistema de ID permite saber qual foi o primeiro a ser postado.

Os rastreios na *web* são uma *eticidade* muito importante na contemporaneidade, como veremos mais adiante. Eles encerram muitos outros sentidos, além da preservação dos direitos autorais, e podemos até pensa-los como um modo de remontagem feita por algumas plataformas, ou uma montagem que espacializa as montagens do usuário.

Desde metade de 2011, o YT acrescentou um canal (YouTube/*movies*) onde é possível ver filmes inteiros e programas de TV. Nos Estados Unidos, já há mais de 2.000 filmes; no Brasil, só um. O serviço disponibiliza alguns filmes grátis e outros são alugados, tornando-se uma espécie de “videoclub” *online*. Esse fato pode ser que altere

²¹ A monetização é o ato de transformar bens, metais, títulos, fatos, informações e acontecimentos em dinheiro. Aplicado ao YT o termo se refere especificamente aos usuários que entram no programa de parceiros e, fornecendo conteúdo “original”, participam dos lucros da venda de anúncios que são veiculados em seus vídeos. Para instruir o usuário nesse programa de parceria, seus lucros e seus compromissos, há diversas páginas que se apresentam na barra de navegação institucional da plataforma (ver: http://www.youtube.com/t/partnerships_benefits#qualifications)

ou não os modos do YT controlar a postagem de vídeos com direitos autorais, mas com certeza ele alarga os sentidos *eticos* da plataforma em relação à mídia audiovisual tradicional e talvez seja essa sua principal função. Por ser um fenômeno muito novo ainda, é difícil dizer o lugar que esta experiência ocupará na plataforma, mas ainda recentemente, foi divulgada a informação de que o Google decidiu investir 100 milhões de dólares, segundo o *Wall Street Journal*²², com o objetivo de concorrer com os canais de TV, paga ou aberta.

Não é possível pensar o YT sem uma de suas mais importantes molduras, o Google, grupo do qual ele faz parte desde 2006. Principalmente desde 2011 se pode observar um esforço do grupo em construir de maneira conjunta seus produtos e serviços através de diversas ações e estratégias. Há muitos modos de ver essas referências mútuas, inclusive fora da plataforma, mas vou me deter aqui naquelas que se dão no interior do YT.

Uma dessas ações aconteceu em junho de 2011, com a disponibilização em beta (no *link* TestTube) de um novo *design* de interface para o YT. A nova interface traz um nome próprio: “Panda Cósmico”, e foi amplamente divulgada na imprensa quando lançada. No fechamento desta tese (fevereiro de 2012), as páginas oficiais do YT já foram alteradas, mas, nos espaços dos canais de usuários, há ainda muitos deles que não fizeram a passagem e permanecem com a interface antiga.

Embora todas as perguntas feitas aos representantes do grupo Google sobre o nome da nova interface do YT tenham recebido a resposta “é um codinome interno do Grupo”²³, o nome tem referência também em outras mudanças dos produtos do grupo, como o “Google Panda” (GP). Lançado em fevereiro de 2011, o GP é um novo algoritmo no *site* de buscas da Google, que seleciona os resultados da busca passando por maior número de filtros, excluindo *sites* que apresentem plágio, erros de idioma e outras questões, como etiquetas que não estão relacionadas com o assunto da página. Essa é uma prática comum em usuários que costumam multiplicar as etiquetas com o objetivo específico de aparecer em maior número de buscas ou nas primeiras posições nas buscas do *site* do Google.

²²

Disponível

em:

<http://online.wsj.com/article/SB10001424052970203718504577182821045369092.html> Acesso em 02-02-2012

²³ Matéria no site de *O Globo*, disponível em: <http://oglobo.globo.com/tecnologia/conheca-panda-cosmico-novo-visual-do-youtube-2719062>. Acessado em: 20/1/2012.

Na verdade, ambas as mudanças “Panda” fazem parte de um conjunto de modificações que o grupo Google vem operando, para uma certa padronização dos seus produtos. Entre as mudanças, estão os novos nomes para serviços como Picasa e Blogger, que passaram a se chamar Google fotos e Google blogs respectivamente.

Esses movimentos fazem parte do Google *plus* (ou Google +), projeto que lança uma nova rede social, já que o Orkut, rede social do Google, não superou o Facebook²⁴. O grupo busca, com a nova rede no centro, reforçar a imagem do Google como um ecossistema do qual praticamente não é necessário sair, independentemente da necessidade do usuário. Essa realidade é uma importante moldura também para o YT, assim como para todos os produtos e serviços da empresa, principalmente em 2012, quando o projeto continua sendo divulgado e as mudanças efetivadas.

O único serviço da empresa que não leva o nome do Google é o YouTube, e inclusive, em 2011, ocorreu o fechamento oficial e retirada do ar da página Google vídeos convidando os usuários, em nota enviada, a carregar os vídeos no YT, cujo nome, logomarca e interface já tinham sido aceitos por um grande número de usuários quando o grupo comprou a plataforma.

O objetivo do Panda Cósmico, voltando à interface do YT²⁵, é, segundo o grupo Google, “apresentar os vídeos como uma experiência exatamente como a que está buscando o usuário”²⁶. Em 7 de julho, um novo post no blog do YT com o título: “*Check out Cosmic Panda, a new experimental experience for videos, playlists and channels*” (Confira o Panda Cósmico, uma nova experiência experimental para vídeos, listas de exibição e canais). Há

Figura 14a – Home do YT na nova interface



Fonte: YouTubem 2012

²⁴ Em outubro de 2011, o Facebook contava com 800 milhões de utilizadores, conforme G1 site das empresas Globo (Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/10/facebook-tem-o-mesmo-numero-de-usuarios-que-o-total-da-web-em-2004.html>. Acesso em: 28/1/2012.

²⁵ Fischer (2008) faz uma abordagem de diversas interfaces da plataforma YouTube desde sua criação.

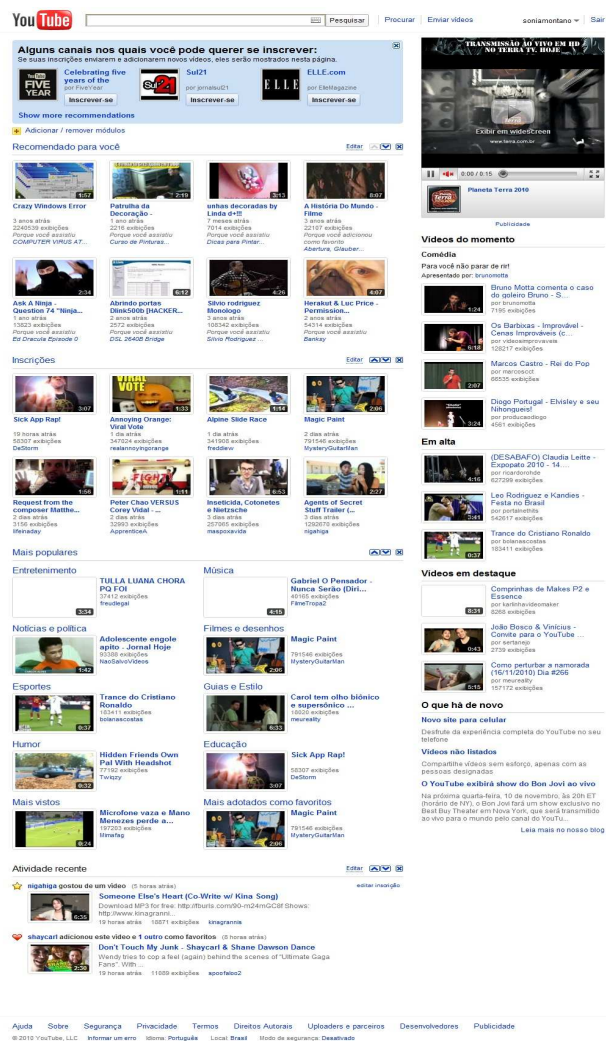
²⁶ Notícia veiculada no portal globo.com, disponível em: <http://oglobo.globo.com/tecnologia/conheca-panda-cosmico-novo-visual-do-youtube-2719062>. Acesso em 12-11-2011.

tanto na divulgação feita da nova interface quanto na própria interface uma centralidade na construção do usuário, aparentemente a *eticidade* mais destacada da campanha, o que faz sentido também para que se construa a nova rede social. Contudo, há toda uma ressignificação de outras *eticidades web*, o vídeo, a própria plataforma e, sobretudo, o grupo Google e o mundo global imaginado por ele – como “experiência”.

Dentre as mudanças trazidas pelo Panda Cósmico, está, conforme mostra a figura 14a, a *home*. Ela traz uma estética mais estilizada do que a *home* anterior (figura 14b), uma vez que distribui os elementos da página em três colunas em vez de cinco, deixando mais espaço vazio e acrescentando uma coluna de fundo preto. Também mudou a cor do fundo das páginas que era branca e agora é cinza. Dessa forma, a interface do YT na *web* ficou mais semelhante às interfaces disponibilizadas pela plataforma para celulares. É uma estética mais alinhada com o que Manovich (2002) chama de geração *flash*, se referindo ao *software* com esse nome para animações interativas em *sites*. O YT utiliza o programa em seu formato para disponibilizar conteúdo (o Justin TV também). Trataremos a estética de forma mais aprofundada logo a seguir.

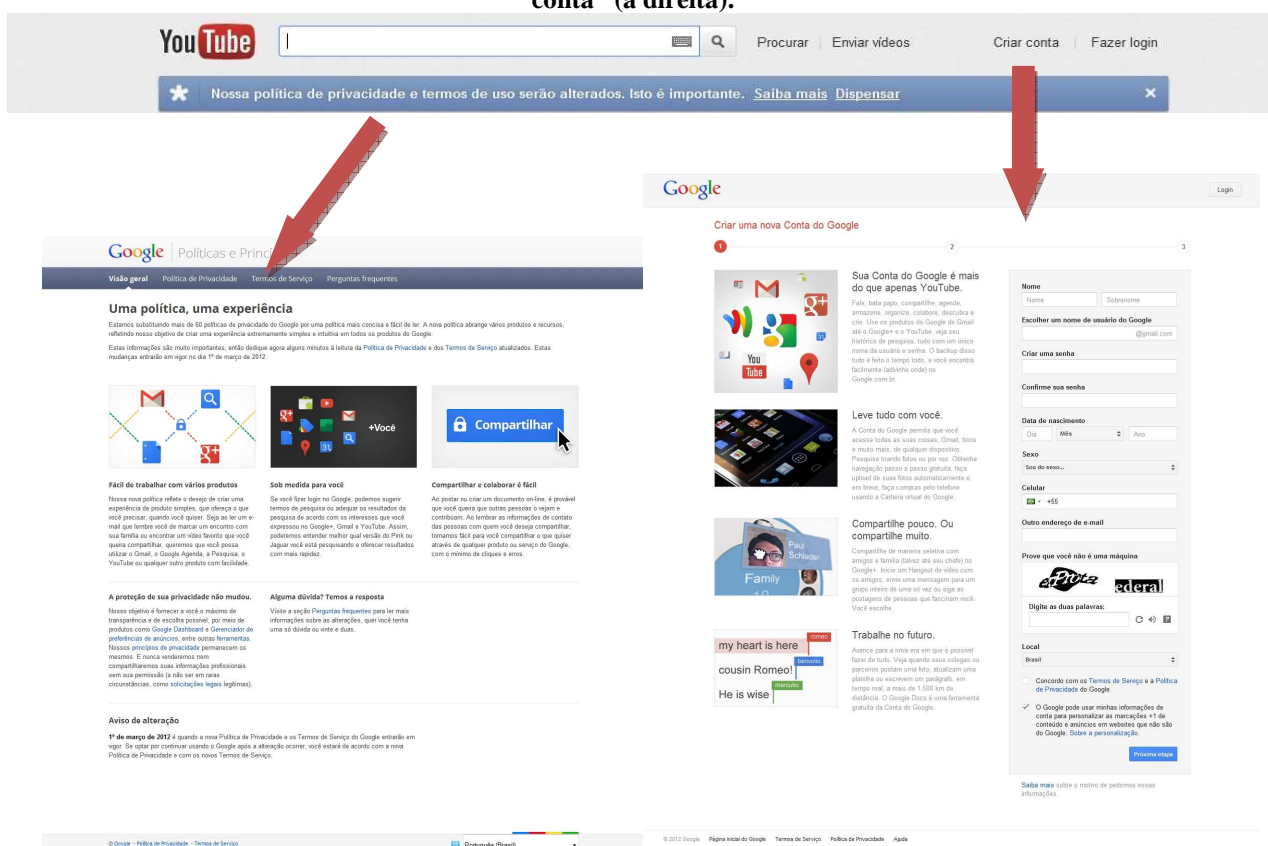
A *home* do YT, então, traz claras referências ao grupo Google, que permitem compreender como este moldura a plataforma.

Figura 14b – Home do YouTube na interface anterior



No dia 28/1/2012, a *home* do YT trazia uma chamada na base da barra de navegação principal, como mostra a parte superior da figura 15a, em letras brancas e fundo azul: “Nossa política de privacidade e termos de uso serão alterados. Isto é

Figura 15a – Relações entre YouTube e Google: montagem feita no programa Prezi com a barra de navegação principal da home do YouTube (parte superior) e às páginas correspondentes a dois *links* da barra de navegação, com a chamada para a nova política de privacidade (à esquerda) e a página do *link* “Criar conta” (à direita).



Fonte: YouTube, 2012

importante”. “Saiba mais”. “Dispensar”. O “saiba mais” era um *link* para uma página já não do YT e, sim, do Google. Podemos saber por sua URL, sigla que significa *Universal Resource Locator* (Localizador Universal de Recursos), também chamada de “endereço”, que é: (<http://www.google.com/policies/?hl=pt-BR>²⁷). Ele indica ser uma página do Google e não do YT.

²⁷ O *Tutorial HTML* da USP explica a que correspondem os diferentes componentes de uma URL ou endereço *web* no exemplo <http://www.icmc.usp.br/ensino/material/html/url.html>. O protocolo de acesso ao recurso desejado (*http*), a máquina a ser contactada (www.icmc.usp.br), o caminho de diretórios até o recurso (*ensino/material/html/*), e o recurso (arquivo) a ser obtido (*url.html*). Disponível em: <http://www.icmc.usp.br/ensino/material/html/url.html>. Acesso em: 9/2/2012.

Ao clicar no *link* “saiba mais”, abre-se a página que está na montagem da figura 15a do lado esquerdo, uma explicação sobre a nova política de privacidade. Vale dizer que todos os produtos do grupo Google, nessa mesma época, traziam esta chamada para divulgar a nova política de privacidade do grupo. Independentemente do conteúdo da página, há aqui fortes enunciados sobre conexões e hierarquias nas relações dos produtos com o grupo e a marca Google.

A esse *link*, quero somar mais um, localizado em “criar conta”, *link* permanente da página inicial do YT que está situado tanto na barra de navegação principal quanto na barra de navegação lateral da *home*. Mais uma vez, trata-se de um *link* que remete a uma página fora do YT²⁸, no Google. Além de isso ser indicado na URL, as páginas se diferenciam das outras da plataforma porque não apresentam as barras de navegação principal e institucional do YT, e isso gera um tensionamento com o modo do YT se atualizar em suas páginas.

Essas conexões suscitam também a pergunta sobre as relações entre o YT e o grupo Google, como eles se constroem na *web* e se molduram mutuamente. Por isso, optei por analisar mais detalhadamente ambas as páginas que mostram algumas práticas do YT como produto Google e os modos como o grupo se enuncia e quer ser percebido.

A imagem do lado esquerdo da figura 15a, então, é a página sobre a nova política de privacidade. Ela traz o título de “Uma política, uma experiência” e inicia sua explicação com o seguinte texto:

Estamos substituindo mais de 60 políticas de privacidade do Google por uma política mais concisa e fácil de ler. A nova política abrange vários produtos e recursos, refletindo nosso objetivo de criar uma experiência extremamente simples e intuitiva em todos os produtos do Google.

Os termos “experiência” e “experimentação” são dois construtos importantes do YT e de todos os *sites* do Google, assim como “simplicidade”, “intuitividade” e “você”. A página traz três imagens que dão uma rápida visão do que a página quer destacar. Na primeira imagem, algumas marcas dispostas em rede (o gmail, a busca, o Google +) e, no centro, um cadeado, destacando a diversidade de serviços que o usuário pode encontrar entrando no grupo.

²⁸ Essa página também vai para o Google, sua URL é https://accounts.google.com/SignUp?followup=http%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Femail_confirm&continue=http%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fsignin%3Faction_handle_signin%3Dtrue%26new%3Dtrue%26nomobiletemp%3D1%26hl%3Dpt_BR%26next%3D%252F<mpl=sso&service=youtube&hl=pt_BR

Figura 15b - Montagem no programa Prezi: na parte superior, a barra de navegação principal sem login e as páginas às quais ela dá acesso. Na montagem inferior, a barra de navegação principal com login e as páginas às quais ela dá acesso.



Fonte: YouTube, 2012

A segunda imagem, em fundo preto (da figura 15b), traz mais detalhadamente as marcas do grupo (Google Maps, agenda, busca, gmail, Docs, Google + e outros) do lado esquerdo e do lado direito o “+ você”. O texto destaca aqui tudo o que o Google pode sugerir ao usuário, uma vez logado, a partir do perfil que o próprio usuário escreve sobre si e dos percursos que ele faz na *web*. Por último (ainda na figura do lado esquerdo da figura 15b), observa-se um cadeado e a palavra “compartilhar” em letra branca sobre fundo azul.

A palavra “compartilhar” e a figura do cadeado (que indica fechamento) sugeririam, em qualquer contexto, um tensionamento mútuo, menos aqui que parecem estar juntas garantidas pelo grupo. A ideia de que as informações do usuário estariam seguras por uma política de privacidade está associada ao incentivo a compartilhar e

também a um permanente rastreamento que o Google faz das informações que o usuário fornece sobre si e também seus trajetos, percursos, arquivos que ele faz *download*, *sites* que frequenta, vídeos que vê, tipo de produto que consome. Os sentidos de privacidade e segurança estão construídos, em grande parte, pela ideia de um “dentro”, de não ter que precisar “sair” a algum lugar inóspito, podendo ter acesso, pela conta Google a quase todos os serviços e produtos sejam eles *online* ou *offline*.

A página que se abre quando o usuário clica em “fazer login” (figura 15a, lado direito), embora tenha outra finalidade diferente da página da política de privacidade, a de possibilitar o cadastro para que a pessoa se torne usuário, ela compartilha os modos de construir as *ethicidades* usuário e Google.

O *login* é a porta de entrada de todo o universo Google e aquilo que nos torna de fato usuários. Para compreender melhor o que ser usuário significa para o YT, por exemplo, podemos comparar o conjunto de conectividades e trânsitos possíveis em uma página em que não há um usuário logado com uma página onde há um usuário logado. Conforme podemos ver na montagem da figura 15b, um usuário não logado tem acesso à ferramenta de busca de vídeos, pode visualizar também as sugestões que o YT traz na *home*, em espaços como “em alta” e “populares”, mas perde, entre outras coisas as sugestões personalizadas da plataforma baseada no perfil que o usuário vai criando com seus percursos.

Um usuário logado tem um universo de acessos bem maior. Ele ganha um conjunto de molduras que formam o canal, e com esse canal, uma memória de seus trânsitos que se distribuem em seu canal, conectados por listas de exibições.

O usuário logado ganha também – na moldura da barra de navegação do vídeo – a possibilidade de postar vídeos, editá-los, inserir neles *links* e outras intervenções.

O movimento de “criar conta” é então enunciado como uma adesão e pertença ao grupo que garante um conjunto maior de trânsitos e conectividades.

Voltando para a página de cadastro que garante a condição de “usuário/canal”, ela está dividida em duas colunas (voltamos à figura da direita em 15a): à direita, um clássico formulário para criar uma conta em um *site*, pedindo algumas informações, assim como a escolha de um *login* e senha, e, no final, um espaço para concordar com os termos de serviço e com a política de privacidade. No final do formulário, tem ainda a opção de selecionar o “+1”. Essa opção já vem marcada, e o usuário pode (se ler até o final, coisa que dificilmente se faz) desmarcá-la.

O “Google +1” ativado permite que o usuário, devidamente logado no grupo possa marcar com “+1” os resultados das buscas do Google que mais lhe interessam. Esses cliques vão somando sentidos às suas preferências e conformando um perfil, mas também ficam visíveis aos seus “amigos”, isto é usuários conectados em suas redes sociais. Do mesmo modo, o usuário pode ver quem de seus amigos marcou sua preferência por tal ou qual *site*. Esse recurso acaba dando sentidos também de redes sociais, pois assim como vê o comentário ou foto postado pelos “amigos”, o usuário vê, também, que gostou do *site* de notícias y, do carro x ou do restaurante z.

Essa opção permite também, conforme explicado na página de “criar conta”, que o Google encaminhe conteúdo ao usuário com base no perfil que ele próprio cria na hora de criar conta e nos seus trânsitos na *web* a partir da conta Google²⁹. A partir dos sentidos criados na política de privacidade e na “entrada” no grupo, podemos pensar, no mínimo, que o conceito de privacidade e privado está sendo amplamente resignificado nessas práticas.

Nesse sentido, Bruno (2006) se refere à constituição de um novo dispositivo de vigilância e controle quando se trata das práticas de rastreamento de dados e constituição de perfis, só que com diferença dos dispositivos de vigilância apontados por Foucault. Para Bruno, essas novas formas não isolam nem imobilizam indivíduos em espaços de confinamento, mas se aproximam e se confundem com o fluxo cotidiano de trocas informacionais e comunicacionais. Seria uma vigilância que se exerce

menos com o olhar do que com sistemas de coleta, registro e classificação da informação; menos sobre corpos do que sobre dados e rastros deixados no ciberespaço; menos com o fim de corrigir e reformar do que com o fim de projetar tendências, preferências, interesses. (BRUNO, 2006, p. 153)

Entretanto, mais do que a reflexão sobre o controle e a *web* como parte dos dispositivos de vigilância, interessa à autora a abordagem das experiências de monitoramento e rastreamento convertidas em informações que compõem bancos de dados e perfis computacionais.

Segundo Bruno (2006), os dados não seriam, em si mesmos, nem muito reveladores nem facilmente acessíveis aos sentidos nus, pois, além de serem extremamente numerosos, são fragmentados e não compõem um indivíduo a ser

²⁹ Não esqueçamos que quem tem um e-mail no Gmail, é com ele que se cadastra no Facebook, twitter e outras redes sociais, portanto o Google tem acesso a todos os percursos que faz o usuário e todos os *sites* em que se cadastra com esse e-mail.

apreendido pelo olhar; estes indivíduos só emergem em um segundo momento, graças às técnicas de composição de perfis computacionais. É por isso que as câmeras de vigilância são cruzadas com os bancos de dados e com as técnicas de composição de perfis. O imenso volume de imagens geradas por câmeras de vigilância é praticamente impossível de ser processado de modo a produzir identificações precisas e informação individualizada. Associadas a bancos de dados e a procedimentos de composição de perfis, as imagens geradas pelas câmeras conjugarão uma ampliação do alcance do olhar com uma expansão da capacidade de coletar e produzir informação individualizada.

“A classificação não mais reside no conhecimento face a face; ela está inscrita no banco de dados” (Norris, 2003, p. 270). Ou seja, não basta ver e documentar, é preciso classificar e produzir conhecimento, de modo a aumentar o poder social da informação coletada. Aí entram os bancos de dados, seus algoritmos e os perfis computacionais. A vigilância contemporânea passa pela composição e o cruzamento de bancos de dados *online* e *offline* de diversos tipos (comportamental, biométrico, genético, geodemográfico etc.). Muitas vezes, o indivíduo não se oferece à observação nem como uma “presença”, nem como uma totalidade ou unidade a ser interrogada, examinada, conhecida. Uma ação ou comunicação sua gera uma informação que, muitas vezes, corresponde a uma parcela ou fragmento de sua existência – consumidor, profissional, paciente etc. – e que irá figurar em bancos de dados ordenados segundo certas categorias gerais. Isto é, neste caso, a informação é, ao mesmo tempo, pessoal, individualizada (posto que são ações e comunicações individuais que as geram) e relativamente desvinculada do próprio indivíduo, seja porque ela pode constar nos sistemas de registro e de coleta segundo uma classificação impessoal e não identificada a indivíduos particulares (gênero, raça, faixa etária, classe social etc.), seja porque ela pode interessar apenas na sua parcialidade, sem relação necessária com outras dimensões da identidade ou existência dos indivíduos.

A lógica de composição de bancos de dados e de perfis computacionais nos fala de uma das principais “formas culturais”, como a chama Manovich (2006), desta época que é o banco de dados. Assim como pensamos o vídeos como banco de dados, seja pelos modos como ele é apropriado ou pelas tendências já apontadas no vídeo e na TV, pensamos aqui também o usuário como um banco de dados.

Tendo o usuário como banco de dados, o grupo Google tem uma penetração na vida social muito poderosa. Tudo parece indicar que esse modo de se enunciar como

grupo, quase como um ecossistema, consolida um conjunto de ações estratégicas largamente praticadas nos modos de organizar a vida de todo contemporâneo que tem acesso à internet. Sem ir muito longe, eu uso o navegador Google Chrome, porque me parece mais “leve e ágil”, embora nunca tenha feito uma comparação séria entre os navegadores, mas é essa a mensagem constante dos *designs* Google. Faço ligações telefônicas pelo Google Voice, um serviço pago que concorre com o Skype, entre outros, porque, com a conexão que tenho, não consigo boa comunicação com os países para os quais eu faço chamada através do Skype. Descobri esse serviço porque havia um *banner* na minha página do Gmail, e-mail do Google que uso desde 2004, ano de sua criação. É com esse e-mail que abri minha conta no Facebook, no Twitter e em todos os *sites* de compras (coletivas ou não) nos quais estou cadastrada e costumo efetuar compras *online*. A minha conta me permitiu também abrir um *blog* no Google blogs, embora faça anos que não o atualizo.

Uso constantemente o *site* de buscas Google, já que ele está configurado na barra de endereços do navegador Google Chrome, então se digitar nela um endereço, vou ao *site*; se digitar uma palavra, vou na busca do Google automaticamente. Utilizo muito o Google *translator* para diversas línguas e dificilmente me dirijo a um lugar totalmente desconhecido sem consultar o Google maps. Tenho conta no YT e usei profissionalmente o Google Ocean, quando tive que fazer diversas entrevistas com a oceanógrafa Sylvia Earle, no meu trabalho de jornalista. Antes de comprar um livro ou buscar na biblioteca, dou uma olhada se está no Google books, e para trabalhos que realizo em conjunto com outras pessoas, costumo abrir um documento no Google docs e, assim, ele pode ser modificado coletivamente. A lista poderia seguir.

Isso significa que são muitos os caminhos que levam ao Google e que boa parte de nosso dia a dia, seja relacionado a trabalho, a lazer, a compras, a relações sociais e a modos de organizar a vida – para isso existe a agenda Google –, é permeada pelas interfaces Google (suas cores, suas estéticas, suas visões de mundo) que permitem o processamento dos dados que geramos com os usos e sugestões que vêm ao nosso encontro e sobretudo antecipam nossas buscas.

Essa prática está sendo chamada de “experiência do usuário” (UX), expressão criada por Donald Norman (2006) em seu livro *O design do dia a dia*, porque considerou que as expressões usadas até o momento, *human interface* e “usabilidade”, eram restritivas; e que nós podemos ver, nessa tese, nos confins da *web* e do *design*

como uma *ethicidade*. Isso porque a UX se preocupa, sim, com a facilidade de uso, mas também com o *design*, para que se proporcione com o engajamento emocional do usuário uma experiência de prazer.

Entusiasta do conceito, Norman (2006) defende que a UX cobre todos os aspectos da experiência da pessoa, incluindo os gráficos de *design* industrial, a interface, a interação física ou o manual de um produto. O conceito ou construto “usuário” na UX ocupa um lugar central. Norman diz que a razão pela qual alguns produtos satisfazem as pessoas e outros as deixam frustradas, sentindo-se incompetentes diante deles, está no *design*. A dificuldade em usar algum produto seria sempre, para esse autor (NORMAN, 2006), falha de projeto e não do usuário, já que o conhecimento que o usuário carrega interage com o conhecimento que está nos objetos, e se o objeto demanda esforços, como o de ter que ler as instruções, alguma coisa estaria errada. Por isso, haveria uma “coerção natural”, que obrigaria o usuário a fazer alguma coisa sem que ele saiba o porquê, mas que assim o libera de ter de memorizar uma ação.

O primeiro requisito de uma UX exemplar seria atender as necessidades através de um processo de *design* centrado no usuário. Isso significa um conjunto de técnicas utilizadas para criar novas soluções, que incluem produtos, serviços, ambientes, organizações e modos de interação. A razão pela qual este processo é chamado de “centrado no usuário” é porque ele começaria analisando necessidades, objetivos, desejos e comportamentos das pessoas que podem impactar na solução que será projetada.

A experiência do usuário é comentada também por Manovich (2006) quando diz que houve um giro entre a realidade física e a do computador nos últimos 30 anos. Ele lembra que as primeiras interfaces imitavam a realidade física com pastas e escritórios; atualmente é o contrário. Ele dá o exemplo de uma carteira que comprou com botões que imitam o ir para frente e para trás dos navegadores de internet, embora por enquanto não façam “nada” além de significar o computador e a vida *online*. Um outro fato narrado pelo autor é o comentário de um dos cofundadores dos estudos, Razorfish, uma das grande agência de comunicação interativa que, em 2007, foi comprada pela Microsoft. Antes disso, um dos seus fundadores dizia:

nuestro objetivo es proporcionar una total experiencia de usuario. Ahora mismo un cliente piensa que si necesita un diseño para los botones de la pantalla, contrata a Razorfish; pero si necesita botones de verdad se va a otra tienda. Eso lo queremos cambiar (MANOVICH, 2006, p. 278).

A ideia de Norman (2006) do *designer* como alguém que constrói projetos que facilitam as relações dos usuários com os objetos é tensionada, por exemplo, com a visão de Flusser. Este vai pensar o *design* como aquele ponto em que arte e técnica se encontram e caminham juntas de forma equivalente, ao ponto de tornar possível uma nova forma de cultura. Diferente de Norman, Flusser (2007, p. 194) considera o *designer* como aquele que cria obstáculos. “No caso dos objetos de uso, topo com projetos e *designs* de outros homens. Objetos de uso são, portanto, mediações (*media*) entre mim e outros homens, e não meros objetos”.

Por detrás de canetas e tantos outros objetos, haveria grandes ideias provindas da arte, da ciência, da economia se fecundando de maneira criativa. Tudo isso, as ideias, os objetos, o material, será tratado com o mesmo desdém. Essa desvalorização dos valores é porque, segundo o autor, “graças à palavra *design* começamos a ser conscientes de que toda cultura é uma trapaça, de que somos trapaceiros trapaceados, e de que todo envolvimento com a cultura é uma espécie de autoengano” (FLUSSER, 2007, p. 185). Ele dá o exemplo da alavanca, uma técnica simples, tão antiga quanto o homem, que tem o objetivo de enganar a natureza, que é a trapaça que está na base do *design*, substituir o natural pelo artificial.

Por isso “a cultura para a qual o *design* poderá melhor preparar o caminho será aquela consciente de sua astúcia” (FLUSSER, 2007, p. 184). Por isso pagaríamos o preço da renúncia à verdade e à autenticidade, e assumiríamos o *design* nos transformar com astúcia de simples mamíferos condicionados pela natureza em artistas livres.

Contudo, o *design*, com seu propósito de criar objetos úteis, usáveis (funcionais), bonitos, de maneira que se tornem uma experiência para o usuário, deixa uma lacuna em questões éticas. Flusser lembra que uma faca devia ser bem concebida e cortar bem, inclusive a garganta do adversário, já que se entendia que a responsabilidade era do usuário. Desse modo a fabricação de facas era pré-ética, livre de valores. Agora, pergunta o autor, quem deveria ser responsabilizado se um Robô mata alguém: a pessoa que o construiu ou quem o programou? Ou o setor que construiu o robô, ou o sistema industrial em sua totalidade, ou o complexo ao qual esse sistema pertence? Para o autor, a responsabilidade está tão diluída que nos encontramos em situação de absoluta irresponsabilidade. Flusser lembra que na Guerra do Golfo houve uma proporção de mortos de um soldado por mil iraquianos e “essa estatística foi obtida mediante um extraordinário *design* industrial” (FLUSSER, 2007, p. 203).

O *design* de interface nos produtos Google, que inclui entre outros os elementos aqui descritos, a experiência do usuário dentro do grupo, a formação de perfis, o usuário como um banco de dados, tem implicações éticas que devem ser levadas em conta. Como propõe Bruno, um dos perigos facilmente identificáveis nesse processo é o sufocamento do possível e a condenação do presente.

Um caso exemplar deste perigo se deu com uma menina de 16 anos residente nos EUA, filha de imigrantes muçulmanos, que foi convidada a se retirar deste país porque foi enquadrada num perfil de “menina-bomba potencial”, elaborado pelo FBI, fundamentalmente a partir do monitoramento de suas navegações na Internet, onde costumava frequentar o *chat* de um clérigo islâmico em Londres, que vem sendo acusado de encorajar bombas suicidas (BRUNO, 2006, p. 158).

3.4.1 As empresas e a estética pós-capitalista

Ao falarmos no Google e no YT estamos falando de empresas milionárias. Contudo, é interessante perceber como elas e tantas outras empresas da *web* se constroem de um modo bem diverso das empresas que costumávamos chamar de multinacionais na era industrial. Há uma tendência que parece atravessar a era pós-mídia e as empresas “ponto com” com sentidos a-políticos e a-éticos, embora se saiba que são empresas com grandes lucros. E isso se deve em boa parte à estética.

É importante lembrar que, em 2006, o Google pagou 1,6 bilhão de dólares pelo YT, que foi dividido entre seus criadores, ficando eles milionários. Em 2009, o então chefe executivo do Google, Eric Schmidt, admitiu, conforme informou a revista *Veja*³⁰, que pagou 1 bilhão de dólares a mais do que o *site* realmente valia para afastar da disputa os rivais Microsoft e Yahoo.

Conforme Lima (2012), o passo decisivo para as empresas Google foi a contratação do iraniano Omid Kordestani, que tinha a missão de transformar a ideia inovadora do *site* de buscas em um negócio lucrativo. Kordestani criou os *links* patrocinados³¹ e, com isto, partindo praticamente de um investimento zero, criou as

³⁰ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/dez-coisas-que-voce-nao-sabia-sobre-o-youtube>. Acesso em 10-01-2012.

³¹ São anúncios em formato de texto contendo um título, descrição do produto/serviço oferecido e o endereço do *site*. Ao ser clicado, leva o usuário para o *site* do anunciante. Este paga apenas quando um usuário clica no anúncio. Esse valor é chamado de Custo por Clique (CPC). O custo do clique depende de uma série de fatores, os principais são a quantidade de vezes que as palavras-chave escolhidas pelo anunciante são utilizadas nas buscas do Google, a posição do anúncio na página de resultado da busca e qual é o CPC ofertado pelo anunciante. O anunciante determina o quanto quer investir por dia.

condições necessárias para tornar o Google uma empresa bilionária em apenas sete anos de existência.

Saindo da condição de uma empresa de “fundo de quintal”, a partir de um pequeno grupo que se amontoava em uma sala perto da Universidade de Stanford, nos EUA, o Google partiu de um faturamento mensal zero para faturar 16.6 bilhões de dólares em 2007. Seu valor de mercado, hoje [2012], está estimado em 139 bilhões de dólares e ultrapassa o de empresas como Coca-Cola e Boeing. (LIMA, 2012, s/p.)

Na página de suporte do *site* Google³² explica-se como proceder para anunciar no YT.

Contratos de publicidade direta do YT para anunciantes americanos que segmentem os Estados Unidos exigem uma conta gerenciada por um representante de vendas do Google e um elevado compromisso de custo do anunciante. As seguintes oportunidades são oferecidas para publicidade direta no YouTube, e os preços mínimos de cada uma delas estão sujeitos a alterações. Verifique, assim, o sistema de preços diretamente com seu representante de vendas:

Página inicial do YouTube
Página de exibição do YouTube
Página de pesquisa do YouTube
Canais de marca do YouTube³³

Contudo, a plataforma também oferece o modo “*link* patrocinado” para anunciantes que desejam fazer investimentos menores:

Se você quiser anunciar no YouTube com um compromisso de custo inferior, poderá se inscrever no Google AdWords por um valor bem pequeno, como R\$ 2,00 por CPM [custo por mil exibições] para segmentar todo o *site* do YouTube ou R\$ 4,00 para segmentar categorias de conteúdo específicas do YouTube. Crie uma campanha com anúncios na Rede de Display do Google, selecionando a guia **Redes** e clicando em **Adicionar canais**, em "Seleções manuais de canais". Para segmentar seus anúncios para as páginas do YouTube, selecione "youtube.com" como um URL específico na Ferramenta de canais e clique em **Obter sites disponíveis** para ver todos os canais disponíveis³⁴.

Apesar de milionárias, as empresas do tipo Google estão cercadas de histórias relacionadas à espontaneidade, empreendedorismo, risco e aventura, e a adolescentes *nerds* que brincam com aparelhos e inventam programas na garagem das casas onde moram com seus pais. Histórias como a do nome da Google que teria saído por engano de um patrocinador que foi assinar um cheque e entendeu mal o nome, são relatos que

³² Disponível em: <http://support.google.com/adwords/bin/answer.py?hl=pt-BR&answer=79100>. Acessado em 03-03-2012.

³³ Disponível em: <http://support.google.com/adwords/bin/answer.py?hl=pt-BR&answer=79100> Acesso em 20-02-2012

³⁴ Ibid.

estão na origem e na atualidade da construção de várias empresas que enunciam um modo de ser empresa próxima do usuário comum, com uma expertise, que faz com que esse usuário comum aproveite em seu favor determinadas condições do momento.

De outro lado, a estética que caracteriza seus *sites* se insere no que Beiguelman (2011, s/p.) chama de “capitalismo fofinho”.

É um capitalismo cuja opacidade se organiza a partir de uma redoma de conforto, de jardins murados onde todos são amigos e não existe conflito. Acentua-se a essa experiência uma simbologia muito infantilizada, dominada por onomatopeias, como o som das palavras/marcas “twitter”, “Yahoo”, “Google”. Há toda uma retórica da infantilização aí. Note também que todos os logos dessas empresas, que são corporações enormes e poderosíssimas, são redondinhos, fofinhos, com uma iconografia toda voltada para esse universo cor de rosa e azul claro, como se o mundo fosse realmente uma ilha da fantasia.

Se a isso ainda somamos o lema do *site* de buscas Google: *don't be evil* (não seja mau!), vemos que estas empresas se apresentam com uma imagem bastante diferente do que se costumava chamar de “capitalismo selvagem”, como ficou conhecido o modo de agir das empresas multinacionais em épocas em que o mundo ainda era bipolar.

Manovich (2002) se refere à estética que predomina na época atual como “estética *flash*”. Para ele, a estética combina a racionalidade do modernismo com a racionalidade da programação para criar uma infoestética ou estética da informação diferente da das listas telefônicas, por exemplo, que seria uma infoestética precedente. A estética *flash* expressa leveza, curiosidade e inteligência, conforme o autor. Ela lembraria a vida produzida em algum laboratório de biotecnologia, uma vida que se regenera e não conhece a morte, desde que seu computador se mantenha conectado à rede. Independentemente de usar o programa ou não, Manovich assinala a estética *flash* leve, minimalista, como a dominante no início do século 21, dentro e fora da *web*. Para ele, a leveza e o apelo à inteligência do espectador criaram um forte contraste com os gráficos gritantes da mídia comercial e da artemídia das gerações anteriores.

Na nova interface do YT, entretanto se, por um lado parece haver um esforço nessa direção, há um mix discreto com uma estética comercial que ainda enche as páginas de quantidades de informação textual, imagética e sonora mas, de forma mais estilizada que na interface anterior.

Além disso, o *site* de busca Google tem URL nacional e uma presença simbólica nas memórias nacionais e na memória global com os Doodles. O Doodle é uma logomarca diferenciada do buscador, com datas comemorativas locais ou globais, sejam

acontecimentos, biografias de pessoas significativas para a ciência, a arte, a vida do país e do mundo. Em certas ocasiões, o YT adere a essa prática, como foi no dia 9 de outubro de 2010, por exemplo, em comemoração aos 70 anos do nascimento do John Lennon (ver figura 16).

Figura 16 – Doodle sobre o aniversário de John Lennon na página do YouTube



Fonte: YouTube, 2010

Conforme pesquisa da ComScore³⁵, realizada em maio de 2011, o Google (incluindo o YouTube) é responsável por 90% de buscas na *web*, seguido pelo Facebook, com 2,8%. Seja como busca ou como Doodle, isto é, memórias comemorativas, a plataforma vai se construindo como o mais semelhante à memória universal e como uma contadora de histórias através de modos gráficos, simpáticos e leves. A arte consegue perceber e tensionar esses sentidos com os quais o Google se constrói na contemporaneidade.

Figura 17 – Doodle com temas de nazismo feito pelo artista Piotr Parda



Fonte: *Site* do artista Pior Parda

Em 2002, o artista Piotr Parda realizou On Ocasión³⁶, uma série de trabalhos modificando a logomarca do Google, que causou muita polêmica. Retrabalhando as

letras, ele fez uma espécie de Google Doodle – modificações temáticas no logo da empresa – com temas como nazismo, Ku Klux Klan e os conflitos de Darfur, no Sudão (figura 17). Há também o Google Gravity³⁷ (figura 18), de autor anônimo, que ao ter a

³⁵ Disponível em: http://www.comscore.com/por/Press_Events/Press_Releases/2011/5/Google_Sites_Accounts_for_9_of_10_Searches_Conducted_in_Latin_America. Acesso em: 20-12-2012

³⁶ Disponível em: <http://www.par-don.com/piotr/google/google.html>. Acesso em 20/2/2012.

³⁷ Disponível em: http://mrdoob.com/projects/chromeexperiments/google_gravity/. Acesso em: 20/2/2012.

Figura 18 – Projeto Google Gravity mostra página desabando e vai sobrepondo as sucessivas buscas.



Fonte: Site do Google Gravity

página aberta provoca um efeito de desabamento do logo do Google e as buscas que vão se digitando vão se somando e provocando um certo caos na tela. Estas são algumas experiências artísticas entre as tantas de crítica ao Google, sua estética e lógicas comentadas por Gazire (2012).

Estas obras tensionam tanto a estética de capitalismo “fofinho” referida por Beiguelman, no primeiro caso, quanto a estética de “organização” e “ordem” construída no *site* de buscas.

3.4.2 YouTube e o estado beta

Como comentado anteriormente, o estado beta, estado de desenvolvimento de um novo *software*, é um enunciado que atravessa a *web 2.0* e de maneira especial o YouTube e o grupo Google. De um lado, temos o TestTube, a página do YT cujo *link* se encontra na barra de navegação institucional atualmente atrás da frase “Tente algo novo”. Nessa página, há ferramentas que podem ser experimentadas, seja para inserir comentários dentro dos próprios vídeos, para jogar dentro do espaço e encontrar os “melhores vídeos”, seja para editar vídeos ou testar o HTML5. O TestTube é o espaço onde se concentram sentidos de “novidades” disponibilizadas para o usuário testar. Na página do TestTube, podemos ler:

Bem-vindo ao TestTube, nossa incubadora de ideias. É aqui que os engenheiros e desenvolvedores do YouTube experimentam as receitas e misturas que ainda não estão totalmente prontas e convidam você a dar sua opinião sobre elas.

Seus comentários nos ajudarão a melhorar e aperfeiçoar as misturas nas quais estamos trabalhando. Portanto, entre, experimente e envie seu comentário diretamente às mentes que ficam nos bastidores.

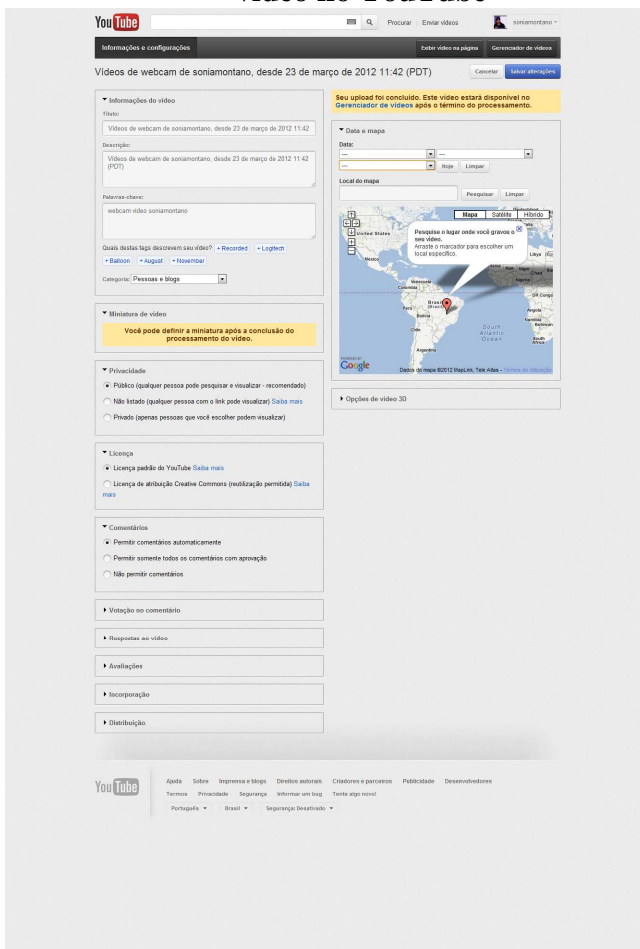
A página toda enuncia sentidos de “estado beta”, de uma plataforma que se renova permanentemente. O que mais reflete esse sentido de “novidade” na página, no meu modo de ver, é justamente sua interface. O permanente carregamento de vídeos e o sistema de carregamento que demanda a inclusão de *tags* ou etiquetas dadas aos vídeos carregados é chave para formar as relações do vídeo e faz com que a *home* pareça ser sempre outra.

A chamada folksonomia, ou sistema social de classificação, incorpora metadados, etiquetas criadas pelos próprios usuários na associação de rótulos ou categorias para seus conteúdos, e enuncia, com essa prática, sentidos de participação, fazendo do usuário um montador ou editor, independentemente de sua participação ou não na realização do vídeo que posta.

O termo folksonomia foi criado por Thomas Vander Wal (2007), arquiteto de informação, e mistura a palavra “taxonomia”, ciência de classificar, com a expressão “folks”, que seria relativa a gente ou povo. Ou seja, a Folksonomia é algo como “a classificação do povo”. O usuário não precisa se limitar a um conjunto de classificações, e pode escolher as palavras-chave que descrevam o conteúdo do seu vídeo.

Na hora de postar um vídeo, o usuário deve tomar algumas decisões em relação a ele. Além das palavras-chave, título e descrição para os quais pode escolher suas próprias palavras, deve marcar uma categoria dentre as possíveis dadas pela plataforma, na qual ache que o vídeo se encaixa, como “animais”, “pessoas e blogs”, “ciência e tecnologia”, etc. Nessa hora, também é decidido se vai se permitir ou não comentários, respostas ao vídeo e se o vídeo ficará visível a todos ou não, entre outras coisas. Além disso, o usuário deve localizar o vídeo no seu tempo e espaço de produção e a cidade onde foi produzido aparece em um mapa do Google Maps como mostra a figura 19.

Figura 19 - Informações na hora de publicar um vídeo no YouTube



Fonte: YouTube, 2012

A livre-rotulação (*free tagging*) introduz um conceito na organização da informação, já que à pessoa é oferecida a possibilidade de classificar seu conteúdo por meio de palavras-chave, que serão associadas ao documento e auxiliarão na sua posterior recuperação, além de determinar as vizinhanças de seu vídeo no item “relacionados”. As etiquetas ou *tags*, então, acabam sendo elementos organizadores dos vídeos nas interfaces.

As palavras-chave, o título, a descrição e a decisão da categoria a que pertence o vídeo são molduras importantes que o usuário, mediado pela interface, está sobrepondo ao vídeo. Esta segunda página em que o usuário é

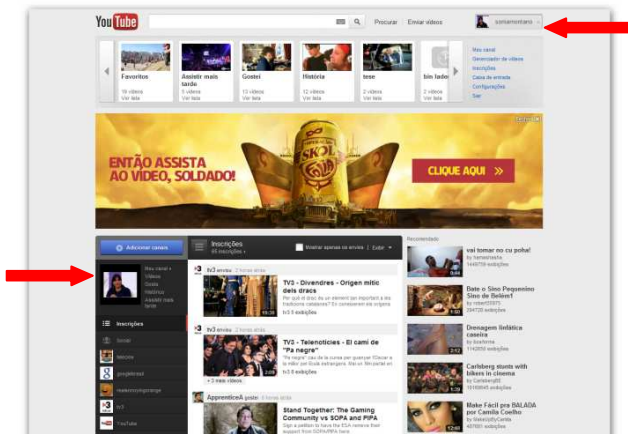
levado a fazer definições classificatórias em relação ao vídeo postado é, na verdade, um processo de edição, de sobrepor diversas molduras que resultarão nos modos de visualizar esse vídeo.

Ao fazer as escolhas e preencher os dados na página após a publicação do vídeo, abre-se uma nova página, em que se visualiza o vídeo com título e todas as escolhas feitas na página anterior, e se abrem novas possibilidades de montagem, como modificar as informações definidas, fazer melhorias no vídeo (seja na iluminação, na qualidade), ou introduzir efeitos, ou inserir anotações, inclusive *links* para outros vídeos ou páginas.

Assim, o usuário que posta um vídeo, mas também aquele que comenta um vídeo de outro usuário, ou, o que o compartilha nas redes sociais, necessariamente o faz pela manipulação de algum *software*; no entanto, esses movimentos estão tão naturalizados como passos da plataforma que o *software* permanece na opacidade.

3.4.3 O usuário/canal como modo de produção audiovisual

Figura 20 – Home do YouTube com destaque para o canal/usuário



Fonte: YouTube, 2012

As mudanças mais significativas operadas na nova interface do YT estão relacionadas aos modos de moldurar o usuário/canal e o vídeo.

Todo usuário logado (pessoa que efetuou um login e previamente um cadastro na plataforma) tem direito a um “território” que a plataforma denomina de “canal”. Esse espaço pode ser personalizado dentro das alternativas que o YT oferece. Contudo, o

Figura 21 – Home da antiga interface do YouTube com destaque para a janela do canal/usuário



Fonte: YouTube, 2010

usuário/canal é bem mais do que um território onde postar vídeos. Nos limites da plataforma o usuário logado e o canal são

enunciados como ubíquos, com múltiplas presenças. Ele está em dois espaços da *home*: na barra de navegação principal e na barra de navegação lateral, além da própria página do canal. Entretanto, a primeira opção faz com que esteja em todas as páginas do YT.

As figuras 20 e 21 mostram a barra de navegação principal da nova e da antiga interface, respectivamente. Nelas, já podemos observar duas claras mudanças, além da estética. A visibilidade do usuário/canal é bem maior na nova interface, já que na antiga só aparece o nome do canal/usuário e dele se abre uma janela com 6 *links* (canto superior direito da figura 21); contudo, a presença do usuário/canal na barra de navegação principal já era uma prática antiga.

Figura 22 - barra de navegação do canal na barra de navegação principal



Fonte: YouTube, 2012

Atualmente, aparece no canto direito da barra de navegação principal a foto do usuário (ver figura 22). Clicando no nome do usuário/canal, a janela se desdobra na própria *home*, logo abaixo da barra de navegação, fazendo parte dela. Trata-se de uma nova moldura de acesso ao canal do usuário. Essa moldura tem duas partes: à direita, um conjunto de *links* de acesso ao canal (figura 22) e, à esquerda, uma espécie de janela que exhibe as listas do usuário, as escolhidas por ele e as que são resultado de seus percursos com imagens de alguns dos vídeos dessa lista (figura 23).

A barra de navegação do canal/usuário traz seis *links* que levam a diferentes ambientes do próprio canal. Alguns relacionados a todo o canal, outros à configuração ou a sair da conta (outra forma de chamar o usuário/canal); outros relacionados a suas listas (inclusive há um *link* para uma caixa de mensagens). Há aqui sentidos de casa, um espaço próprio a administrar, onde se recebe mensagens, se entra e sai, e se gerencia os vídeos.

As listas de vídeos (figura 23) estão molduradas em quadros sucessivos, e seis ficam visíveis na tela, mas a moldura tem flechas para esquerda e direita para acessar o restante das coleções do usuário sem sair da *home*. O usuário logado tem, então, um

Figura 23- listas de vídeos da barra de navegação do canal/usuário na barra de navegação principal



Fonte: YouTube, 2012

lugar de destaque na *home*, embora numa imagem que só

aparece a ele, já que não é possível fazer dois login no mesmo navegador; automaticamente, a entrada de outro login – embora seja em janela diferente – efetua *logout* do usuário anterior. Entre outras coisas há aqui uma enunciação de exclusividade, de “You” no “Tube”.

Entretanto esse modo de formar listas de exibição atravessa os diversos espaços do usuário/canal (nas barras de navegação e na própria página do canal) com sentidos

bastante significativos para esta pesquisa, já que aponta para um modo de produção audiovisual que acontece pelo trânsito, pelo uso.

Quando o usuário assiste a um vídeo pode “favoritá-lo” – verbo que já é aceito em português justamente por causa de práticas na *web* que permitem a escolha de “favoritos”, criando, assim, caminhos diretos para eles, sejam *sites* ou vídeos – ou pode também optar por “gostei” ou “não gostei”, molduras situadas na parte inferior do *player*. Pode ainda escolher a opção de assistir a esse vídeo mais tarde. O simples fato de assistir a um vídeo vai formando uma coleção com o nome “História” (ver figura 23).

Além das coleções que se formam automaticamente a partir de operações realizadas pelo usuário estão as coleções que ele próprio cria, reunindo vídeos e dando um título ao conjunto. Essas operações são realizadas na página de exibição de vídeos, operando os trajetos do usuário vão sendo integrados pela plataforma nessas coleções. A memória desses trajetos forma o perfil audiovisual do usuário.

É interessante como, nesse conjunto de coleções, não há espaço para os vídeos enviados pelo próprio usuário (na barra de navegação principal; nas outras essa categoria está presente). Se eles forem acessados pelo usuário, entram na coleção “histórico” ou, se forem favoritados, em “favoritos” ou em “gosto”, as coleções – no modo como enunciadas nessa barra de navegação principal- se formam a partir de um usuário-espectador. Nessa moldura, o ato de o usuário acrescentar conteúdo audiovisual não é enunciado como importante para a plataforma. Ou seja, o usuário é um colecionador, e as coleções não estão exclusivamente ligadas à qualidade de enviar vídeos. Pode-se ser um membro ativo da plataforma, com suas próprias coleções e trânsitos sem nunca se ter enviado um vídeo.

Isso, de alguma forma, dilui as grandes diferenças que, muitas vezes, há entre os usuários em relação ao seu domínio da produção audiovisual e se enunciam sentidos mais universais para a relação usuário-plataforma-vídeo. É difícil saber, ao ser moldurado dessa forma, o grau de apropriação do vídeo e da plataforma dos usuários. Alguns produzem com regularidade vídeos complexos do ponto de vista da montagem audiovisual e da interface, outros só assistem de vez em quando, outros fazem *upload* de algum vídeo a cada tanto tempo e outros são grandes empresas globais de comunicação. Aqui o que torna o usuário/canal um *youtuber* é a produção de coleções de vídeos geradas pelas operações sobre eles: “assistir”, “favoritar”, “ver mais tarde”,

“gostei”, etc. Essas operações são mais importantes do que o envio de vídeos, e mais significativas, portanto.

Dessa forma o usuário é construído como *ethicidade* no YouTube de maneira “fácil e intuitiva”, como a plataforma costuma repetir. Um ambiente audiovisual, um espaço com coleções, uma página povoada de vídeos que foram “gerados” pelo usuário,

Figura 24 - Parte superior da barra de navegação lateral da home



Fonte: YouTube, 2012

mas de um modo diferente da forma clássica de fazer vídeos. Os trânsitos e operações na plataforma resultam numa produção audiovisual *sui generis*. A *ethicidade* usuário/canal, nos modos como se atualiza no YT é um novo produtor audiovisual que não tinha precedente nas mídias anteriores e que é resultado da interface e dos trânsitos do usuário.

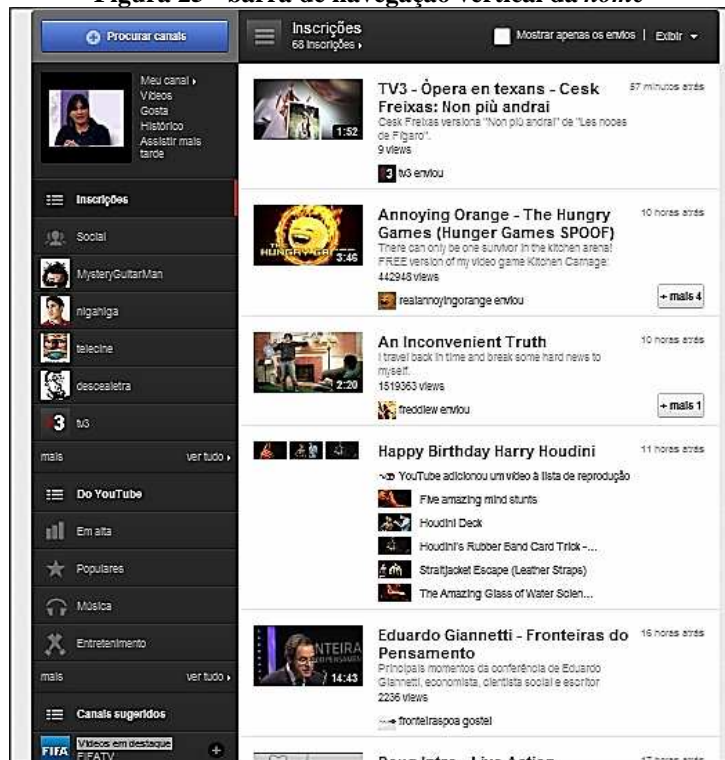
Há mais duas presenças do usuário/canal não tão ubíquas quanto a da barra de navegação principal. Ainda na *home*, temos mais uma barra de navegação para o usuário/canal (figura 25). Esta ocupa quase toda a página inicial do YT. Diferentemente da barra de navegação do canal já comentada, com *links* mais relacionados ao gerenciamento e configurações do canal, esta barra de navegação está centrada nas listas de vídeos do usuário/canal e no acesso à página do canal (a opção “meu canal”), como mostra a figura 24.

Contudo, a *ethicidade* canal/usuário está, nessa barra de navegação, moldurando

um território formado por “inscrições” e outros dois *links*: “Do YouTube” e “canais sugeridos”, estabelecendo relações diretas entre o YouTube e o usuário na relação com outros usuários (ver figura 25).

Se a primeira barra de navegação significa que o usuário é ubíquo, que ele e suas coleções estão em todas as páginas ao mesmo tempo, esta barra de navegação enuncia que o usuário/canal é um ser conectivo, conecta-se com outros usuários/canais

Figura 25 - barra de navegação vertical da home



Fonte: YouTube, 2012

e com outros vídeos e listas de vídeos. E interage com os vídeos dos outros usuários e com eles diretamente, e é alguém que envia vídeos (na figura 24 vemos um *link* direto para “vídeos” que são os postados pelo usuário).

O início desta barra de navegação (figura 25) tem um botão de destaque (em cor azul), o “procurar canais”, que leva o usuário a uma página onde há uma lista de canais com algum tipo de relação com as listas do usuário em questão. Cada canal sugerido traz um botão para se inscrever nele.

Após iniciar com a barra de navegação do usuário/canal, há três seções na barra de navegação lateral da *home*: “inscrições”; “do YouTube” e “canais sugeridos” (figura 25).

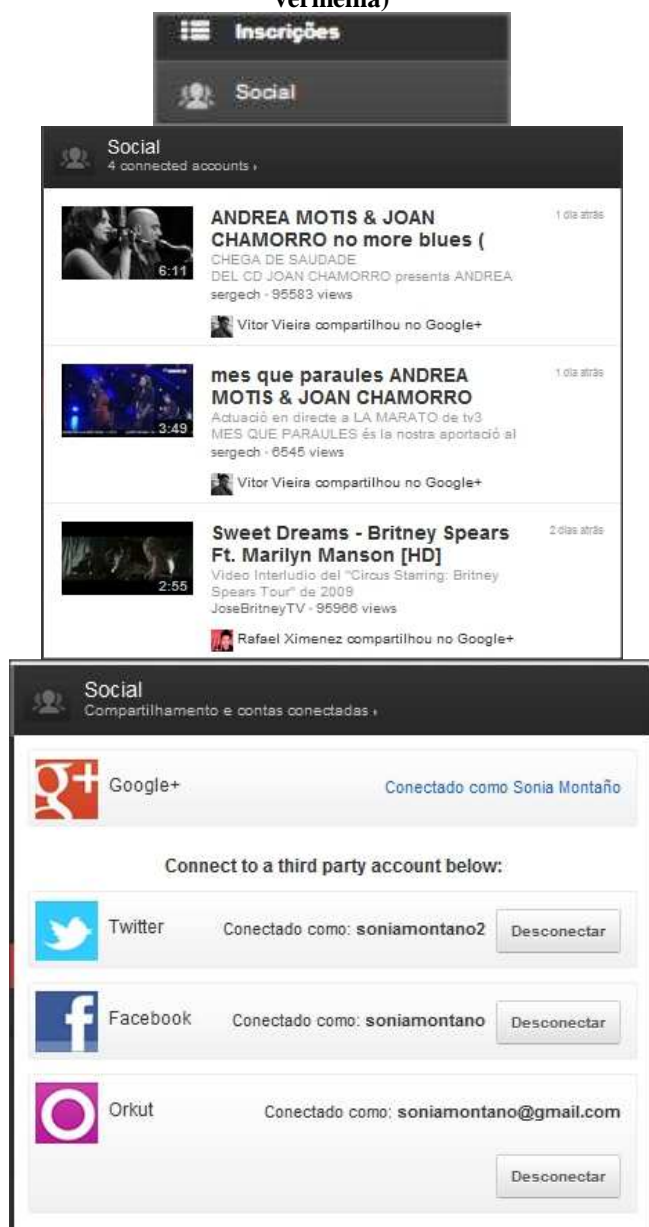
Nos canais sugeridos é possível diretamente se inscrever clicando no + do lado da sugestão do canal sem ter que ir para outra página, o que multiplica os sentidos de acesso e facilidade para essa operação. Essas “inscrições” são visualizadas na mesma barra.

“Inscrições” conecta o usuário com um outro usuário, e cada atualização de vídeos que este fizer será incluída na parte central da página do usuário que a ele está conectado (ver figura 25 na parte central).

A maior novidade dentro da nova interface no *link* “inscrições” está logo abaixo na categoria chamada de “social”. Clicando nela, abrem, no espaço central da *home*, os vídeos de usuários que fazem parte de alguma das redes sociais do usuário logado e que estão conectados naquele momento. Fazendo mais um clique na parte superior, onde está indicado o número de “amigos” conectados nesse momento, abre-se um novo panorama (sempre dentro da *home*) com a lista de redes sociais daquele usuário que estão conectadas a sua conta do YouTube, sendo que há *link* direto somente para a rede social Google+. As outras redes com as quais eu, como usuária, estou conectada no YT (Orkut, Facebook e Twitter, como mostra a parte inferior da figura 26) só estão listadas, não há um *link* direto para elas, apenas a possibilidade de “desconectar”, moldurando, assim, o Google + como a principal rede social nos confins do YT. Dessa forma, na montagem da figura 26, está o *link* “social” dentro de inscritos, logo abaixo está a lista de vídeos que se abrem no centro da *home* ao clicar no “social” e abaixo está a imagem que aparece no centro, ao clicar na parte superior da segunda figura, onde está o número de usuários conectados.

Temos aqui um enunciado importante que reforça os sentidos que vimos descrevendo nos confins desta barra de navegação; a conectividade do usuário e as redes que ele vai formando dentro e fora do grupo Google (embora sempre mediado por

Figura 26 - link “social” dentro de “inscrições” e página que corresponde ao link, logo abaixo a página que corresponde ao link que indica o número de amigos conectados (marcado com flecha vermelha)



Fonte: YouTube, 2012

este) são as questões mais importantes que constituem a *ethicidade* usuário.

A opção “Do YouTube” (figura 25) coloca o usuário em contato com uma série de categorias produzidas na interface. “Em alta” são os vídeos mais vistos, “Populares”, são aqueles em que mais usuários marcam a opção “gostei”. Depois há categorias por gêneros (“música”, “entretenimento”), de certa forma enunciando os dois primeiros também como gêneros classificatórios. Clicando na opção “ver tudo” abre-se uma página onde estão listadas todas as categorias; entre elas, está também a “recomendados para você”, vídeos relacionados aos que o usuário assistiu nos seus trajetos.

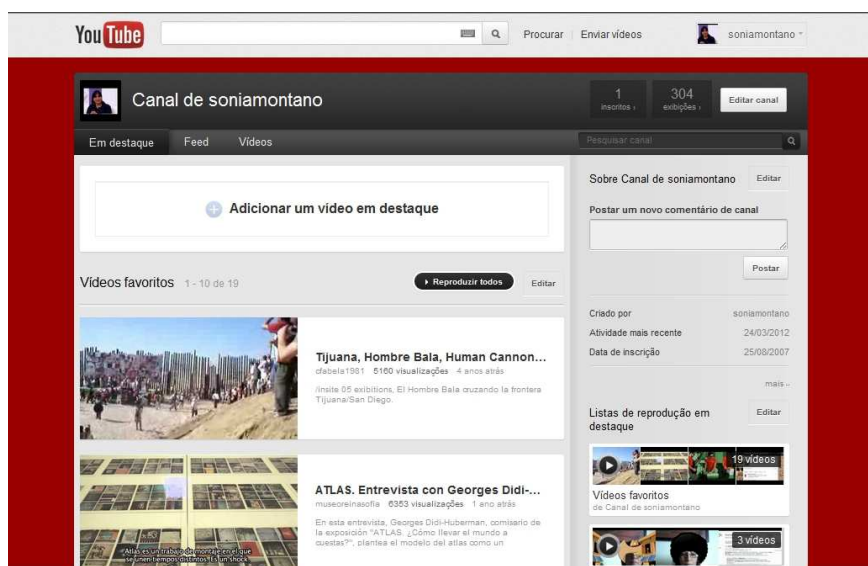
Se a primeira barra do usuário era um enunciado sobre a sua ubiquidade, esta aqui é um enunciado sobre sua conectividade com outros usuários/canais e seus trânsitos pela plataforma entre vídeos. Assim se constrói o usuário na plataforma, numa metáfora de como se constrói a vida

na contemporaneidade: andando. É nesse movimento que vamos nos deparando com acontecimentos que nos vão levando a um lugar ou outro e formando coleções ou redes de pessoas como família, amigos, colegas de trabalho, vizinhos, etc.

Na plataforma, somos, ao mesmo tempo, “usuário” e “canal”. O primeiro remete a um movimento da vida *online* e da vida na contemporaneidade, o segundo remete a um território. O usuário/canal, ao mesmo tempo em que está sempre em movimento (enviando vídeos, assistindo, compartilhando com redes sociais, clicando), tem uma “residência fixa”, onde ficam registrados, em listas, os seus movimentos. Como no caso do *flânerie* de Benjamin (2006, p. 462), para quem a cidade se mostrava como pólos dialéticos. “Abre-se para ele como paisagem e fecha-se em torno dele como quarto”.

Se o trânsito na plataforma é a paisagem e o quarto do usuário, é no espaço do

Figura 27 - Página do canal



Fonte: YouTube, [2012](#)

canal onde são visualizados esses movimentos (ver figura 27), que se agrupam em forma de listas.

É nesse território que o usuário tem maior liberdade de ação, seja para mudar o fundo, dispor suas listas de vídeo entre quatro opções de *design* diferentes, inserir *links* ou descrições e frases e sobretudo postar vídeos nos quais pode

intervir diretamente, além das possibilidades apresentadas nas molduras que cercam o *player* (assistir, gostei, compartilhar, etc).

Ao mesmo tempo, a denominação “canal” é uma referência metafórica relacionada ao que conhecemos por canais em TV, e que, no entanto, ressignifica tais territórios, ainda que sejam nominados da mesma forma. Em primeiro lugar, isso acontece em virtude das relações estreitas entre canal e usuário, que, na TV acontecem de um modo muito diferente, reforçando na *web* sentidos sobre um possível controle de qualquer indivíduo sobre a produção e a emissão.

O usuário é o dono de um canal no qual há espaço para vídeos. Se, na TV, o canal é uma concessão pública que fica sob a administração de um determinado poder privado – embora isso permaneça na opacidade e a emissora se enuncie como dona do canal; no YT, o canal enuncia-se como território que pertence ao usuário (só pelo fato de se ter cadastrado, e gratuitamente).

A tendência a formar listas de exibição de vídeo, assim como a possibilidade de só visualizar um único vídeo na página do canal escolhido pelo usuário (os outros vídeos, uma vez clicados se abrem na página de exibição do vídeo), são próprias da nova interface e serão abordadas ao falarmos da *ethicidade* vídeo na plataforma.

3.4.4 O vídeo: de janela a mesa de trabalho

Assim como o usuário, o vídeo tem suas espacialidades próprias: a página de exibição do vídeo dentro da plataforma e de outros *sites* como blogs e redes sociais.

No canal de exibição, a plataforma oferece ao usuário um vídeo passível de uma série de intervenções, em que a denominação compartilhar (*share*³⁸) é usada para incluir boa parte dos trânsitos do vídeo por outros *sites*. Os vídeos relacionados, espaço que atualmente é chamado de “sugestões”, conectam o vídeo central a outros vídeos. As “estatísticas do vídeo” permitem ver informações sobre o público que assistiu a este vídeo e sobre as mídias nas quais foi visto, além dos vídeos que foram relacionados a ele.

A página de exibição é um território com o vídeo no centro que estabelece com ele as conectividades mais diversas para dentro e para fora da plataforma com a participação do usuário. É assim o ambiente mais enunciativo do vídeo no YT.

Quatro milhões de pessoas compartilham vídeos nas redes sociais. Por dia, são vistos o equivalente, em tempo, a 150 anos de vídeo no Facebook, e um *tweet* gera, em média, seis exibições no YT, através de *links* que remetem à plataforma ou a outros *sites* que hospedam vídeos do YT. Talvez seja pelo potencial conectivo da página de exibição e o potencial de enviar o vídeo em diversas direções que a nova interface do YT não permite ver os vídeos na página do canal como era possível antigamente e, sim, nesta página. Conforme foi comentado, o usuário escolhe um único vídeo que possa ser exibido no canal; o restante remete sempre a sua página de exibição (à exceção da

³⁸ O verbete em inglês é mais expressivo porque como verbo significa compartilhar e como substantivo co-participação, ação e parte.

publicidade e dos canais que ainda não atualizaram a interface, nos quais rodam vídeos em outros espaços).

A página de exibição do vídeo tem o *player* em um lugar central e organiza, em torno dele, uma série de molduras. Acima do *player*, há o título dado pelo usuário que moldura o vídeo e três molduras que conectam com o usuário/canal no qual está hospedado o vídeo (ver figura 28). São elas; um *link* para o canal, um botão para se inscrever nesse canal, isto é possibilitar que aquele canal faça parte de uma das nossas coleções (“inscritos”), e um botão que abre em uma janelinha acima do *player* com os outros vídeos do mesmo canal, conforme pode-se ver na figura 28.

Essa é uma novidade da atual interface, que, sem sair da página de exibição, permite visualizar o canal do usuário responsável pelo vídeo.

Figura 28 – Página de exibição com destaque para a moldura acima do *player* de visualização dos vídeos do canal e com destaque para os vídeos relacionados dentro do *player*.



Fonte: YouTube, 2011

À direita do *player*, há uma moldura com o título “vídeos mais recomendados” ao usuário. E, logo abaixo dessa moldura, há a coluna de vídeos relacionados ou “sugestões” (relacionados àquele que está no *player*).

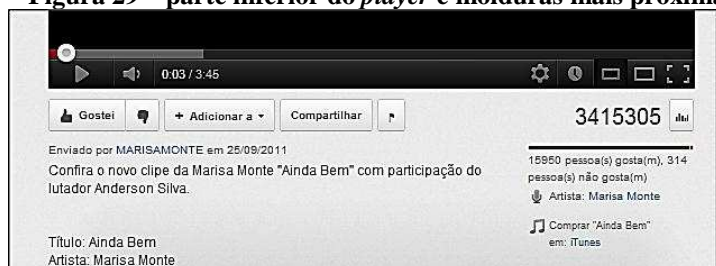
As “sugestões” estão dispostos em colunas, um quadro acima do outro, e há um número no canto inferior

direito que se refere à duração, em minutos e segundos, e à direita o título, o nome de canal e o número de exibições. As “sugestões” preenchem também o espaço do *player* após a finalização do vídeo que está sendo exibido (figura 28), esperando por um clique em algum dos quadros, para que esse vídeo comece a rodar naquele espaço.

O *player* é uma das molduras mais complexas e tensas na construção de sentidos sobre o vídeo, nos modos como se atualiza na plataforma. Ele tem forma retangular e os botões “play” e “pause” sobrepostos, além de outros como o de controlar o volume, e dois números que correspondem à duração total do vídeo e ao tempo de exibição, que vai sendo visto pelo usuário.

Do lado direito da barra, temos alguns botões: os primeiros dizem respeito a modos de visualização do vídeo e os últimos três dizem respeito aos tamanhos da tela. Ainda, alguns vídeos incluem um botão com as letras CC que é para obter legendas.

Figura 29 – parte inferior do player e molduras mais próximas



Fonte: YouTube, 2012

Um *software* de reconhecimento de voz, ainda bastante imperfeito, formula as legendas e é possível optar também, na janelinha que se abre ao clicar no botão “legendas” a tradução delas (em Beta) para outras

línguas. Há também um botão para ativar e desativar anotações, nos casos em que o vídeo as tenha. A “legenda” refere-se ao som do vídeo, as “anotações” àquilo que se escreve na superfície do *player* e que permite também os *links* inseridos dentro do vídeo pelo usuário. Na página de exibição, só é possível visualizar ou não tanto legendas quanto anotações. Elas são inscritas no espaço de canal pelo usuário que envia o vídeo. Contudo, o espaço do canal não se enuncia como um lugar de montagem tanto quanto o faz a página de exibição.

O botão com forma de engrenagem permite ver o vídeo em diferentes qualidades. Os seguintes três botões, retângulos de diferentes tamanhos, permitem ver o vídeo em seu tamanho padrão (com as colunas de sugestões do lado), expandindo-o para a direita, de modo a ocupar o espaço dos vídeos relacionados ou na tela inteira.

Na página de exibição todas as intervenções apontam a modos de visualização e não alteram o vídeo nos modos como ele foi postado. Significa que os modos de exibição não são, aqui, menos importantes do que os modos de produção do vídeo; inclusive parece que esses modos fazem parte da construção do audiovisual da *web*, ainda em processo, e de sua edição e montagem. As fronteiras entre produção, distribuição e exibição do audiovisual de outras mídias audiovisuais são desmanchadas nos confins da plataforma como processos simultâneos e que competem a qualquer um dos atores da plataforma.

O vídeo adquire relações de direitos autorais só nos limites do canal. Quando ele está na página de exibição, a propriedade e autoria parecem ser da interface entre a plataforma, usuário que postou (foi ele que deu título e descrição e, principalmente, ele que deu existência ao vídeo no YouTube), anunciantes e usuário que visualiza e

compartilha. Este último parece ser responsável pela “finalização” do vídeo como vídeo de interface ou audiovisual da *web*.

O *player*, essa *ethicidade* sólida do audiovisual da *web*, está moldurado por um conjunto de botões dos mais diversos como se fosse um controle remoto, ou melhor, uma mesa de operação própria de quem edita e realiza vídeo.

Ele lembra o *videoteipe*, o qual podemos pausar, ir para trás e para frente ou simplesmente assistir (*play*) o que está na tela. Os botões que nos permitem agir sobre o vídeo trazem referências analógicas. Seja a forma da tela de exibição, o suporte retangular, o movimento linear do *player* em que fica em vermelho, o tempo transcorrido e em cinza o que ainda não foi visto na linha de tempo do vídeo. Inclusive as referências de “*play*” e “*pause*”, abaixo da linha de tempo, não são próprias do digital, e remetem de algum modo ao *videoteipe* analógico.

Contudo, o VT foi um aparelho que permitiu algum tipo de intervenção na TV, nem que fosse gravar a programação em fluxo e voltar a vê-la independente da grade de programação. Trata-se de uma moldura que, ao mesmo tempo, enuncia uma obra terminada, fechada, com limites claros não estabelecidos pelo usuário e dá discretos sentidos – principalmente pela presença dos diversos botões – de que é possível algum tipo de intervenção sobre o vídeo. É na página de exibição que o vídeo se torna um processo em múltiplas direções.

Um elemento bastante recente da interface do *player* tensiona os sentidos de linearidade do vídeo com a possibilidade de visualizar no tempo os *frames* (figura 30).

Figura 30 – visualização de frames na linha de tempo



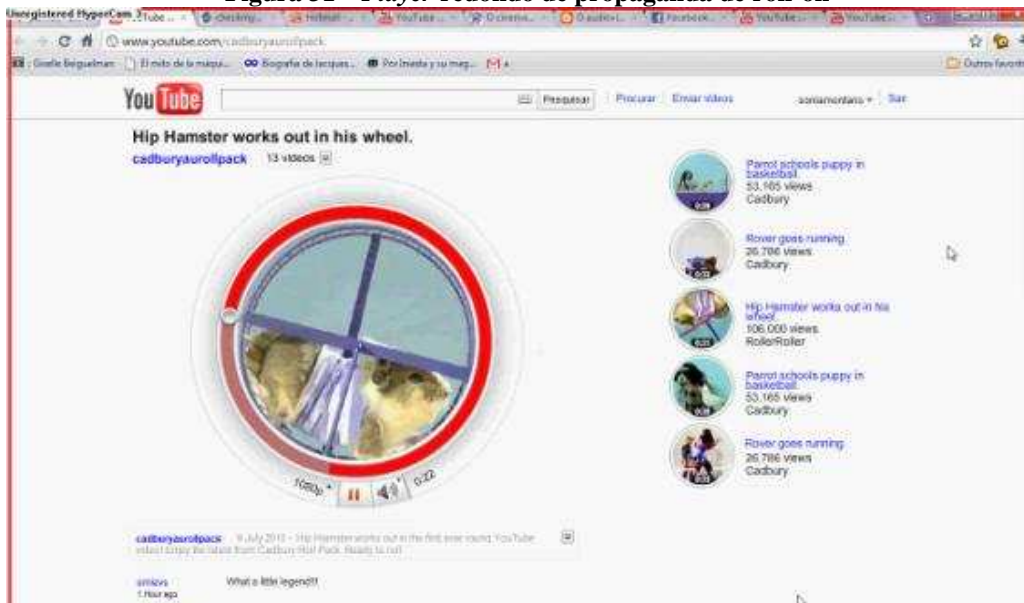
Fonte: YouTube, [2012](#)

Apoiando o mouse na linha onde é enunciada a passagem do vídeo, aparecem as cenas – independentemente se foram ou não vistas – e permite que encontremos

qualquer trecho do vídeo que estamos procurando sem esperar seu andamento.

Há outros modos de tensionamento do *player* como forma única que delimita o vídeo do restante da interface. Podemos pensá-los dentro de uma antiga tendência em que o audiovisual tensiona seus limites entre um dentro e um fora da tela. Desde, por exemplo, o filme *A rosa púrpura do Cairo*, de Woody Allen, em que personagens saem da tela para o “mundo real” e personagens “reais” (pelo menos assim ditos no filme) entram na tela, até, por exemplo, a criação dos primeiros planos televisivos que, como aponta Canevacci (2001), tornam-se cabeças falantes onipresentes, imutáveis, insubstituíveis, indestrutíveis, dando a sensação de que “furam” o vídeo e se manifestam junto ao espectador.

Figura 31 – Player redondo de propaganda de roll-on



Fonte::YouTube, 2009

N

os
limi
tes
do
YT
ess
as
tent
ativ

as têm aparecido muito mais na iniciativa da propaganda, até por que é o único “usuário” autorizado a transgredir alguns espaços, embora só de forma enunciativa. Vejamos alguns exemplos a seguir.

Na figura 31, temos a presença de *players* redondos; é o comercial de um desodorante *roll-on*. A figura 32 é o canal do lançamento do filme *Avatar*, em que os animais saem do *player* e voam pelo restante do espaço da página fazendo com que

Figura 32 – Lançamento do filme *Avatar* com desterritorialização do *player* e dos vídeos relacionados com a saída das personagens da tela



Fonte: YouTube, 2010

tanto o *player* quanto os quadros dos vídeos relacionados se choquem e se desmanchem e caiam.

Figura 33 – Comercial de corretivo líquido: a mão do caçador sai do *player* para pegar o corretivo



Fonte: YouTube, 2010

Na figura 33, temos um comercial de Tipp-ex, um corretivo líquido para apagar erros de impressão ou de tinta no papel. No vídeo, o caçador tira a mão do espaço do *player* e a dirige para o espaço do lado, onde está o anúncio propriamente dito, e pega o corretivo Tipp-ex (depois o usa para apagar uma das palavras que está no título acima do *player*).

Na verdade, todas essas “saídas” do *player* são enunciativas, o que há, nesses casos, é um vídeo que ocupa toda a página, imitando uma página de exibição de vídeo do YT.

No caso da Tipp-ex, trata-se de um vídeo com um espaço para o usuário interagir, já que é possível completar verbos diferentes no título do vídeo e dependendo da palavra escolhida, resultam cenas diferentes entre o caçador e o urso.

Esses vídeos criam um estranhamento e fazem pensar em possibilidades menos engessadas entre o vídeo e sua interface. Eles também levam a pensar na *eticidade* publicidade nos modos como é construída a plataforma, a que mais consegue ocupar espaços e formas diversos. Ela pode estar em vídeos ou *banners* da *home*, da página de exibição do vídeo ou do canal, mas ela também é um *link* ao pé do *player* ou um vídeo que roda no início de qualquer vídeo que é acessado dentro do *player*, dando a possibilidade ao usuário deixar de assisti-la após os primeiros cinco segundos.

Figura 34 – moldura “compartilhar” situada logo abaixo do *player* no canal de exibição



Fonte: YouTube, 2012

A primeira linha abaixo do *player* traz uma série de molduras que constituem as listas de exibição, como já comentei antes: “gostei” e “adicionar a”. É nessa última que o usuário

pode adicionar vídeos às listas de exibição e criar novas listas.

A moldura que se abre, ao clicar em “Compartilhar”, traz um código para incorporar o vídeo em *blogs*; na moldura “opções” da figura 34, é possível optar pela cor e pelo tamanho do *player* e a qualidade do vídeo. Logo abaixo, estão os *links* que conectam o vídeo às redes sociais (Google+, Facebook, Orkut). Ainda é possível enviar esse vídeo por e-mail e um recurso mais recente é “Hangout”.

O Hangout é um projeto do Google+, usado para videoconferências entre vários usuários da rede. No modo como está no YT, ele permite reunir diversos usuários em torno de um vídeo. Na figura 35, cliquei na opção “hangout” em um vídeo qualquer e imediatamente ele dividiu a tela e abriu uma outra abaixo, com minha imagem captada pela *webcam* e me ofereceu a possibilidade de adicionar outras pessoas que fazem parte do meu círculo de relações no Google +.

Trata-se de um conjunto audiovisual que conecta, em um novo conjunto audiovisual, o vídeo da plataforma e as imagens audiovisuais dos usuários conectados ao vivo. É um tipo de montagem complexa que, na interface, resulta de poucos cliques, embora nos modos como ela se constrói, fique na opacidade toda e qualquer

Figura 35 – “Hangout”, possibilidades de conexão com um vídeo e outros usuários por videoconferência



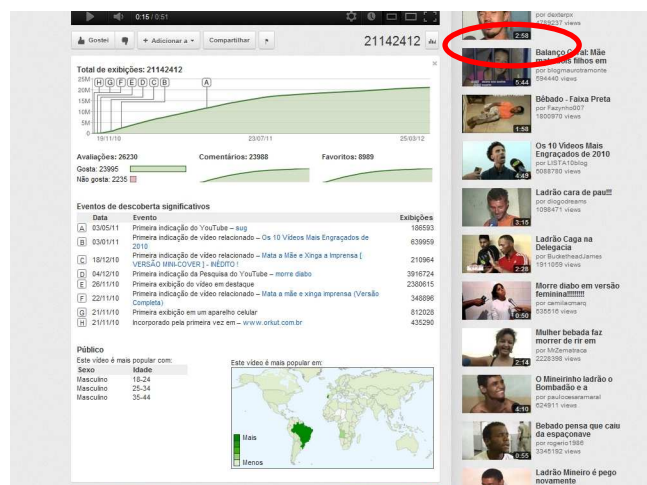
Fonte: YouTube, 2012

do vídeo se encontra bem à direita no canto inferior do *player*. É uma moldura com um número e um botão que, quando clicado abre um gráfico, e que permite “mostrar estatísticas do vídeo” (figura 36). Se as molduras anteriores punham o vídeo em trânsito, esta moldura faz um mapa dos trânsitos já percorridos e mostra, no

compreensão sobre esses modos de construir a imagem, processo do qual participam diversos *softwares*.

Ainda outra moldura importante na página de exibição

Figura 36 – Estatísticas do vídeo, situada em janela oculta abaixo do player



Fonte: YouTube, 2012

YT uma das práticas de rastreamento próprias do grupo Google que comentamos anteriormente.

Se abordamos antes como os cliques dos usuários nos vídeos vão construindo seu perfil, seus trajetos e coleções, há, aqui, um outro olhar na perspectiva dos cliques e das ações realizadas sobre um determinado vídeo, aquele que ocupa o *player* na página de exibição. Temos uma série de informações sobre ele que constroem uma biografia do vídeo (no gráfico superior) e uma geografia do vídeo (no mapa inferior). Condensando, nesse espaço, informações numéricas de quantidade de exibições, de usuários que “gostaram” e que “não gostaram”, de “comentários”, de “favoritos”, vão se identificando também, em uma linha de tempo, operações diversas, como indicações para vídeos relacionados, ou quando esteve “em destaque” na plataforma, inclusive a primeira vez que foi visto em celular e que foi compartilhado em uma rede social. As estatísticas nos mostram também algumas referências sobre o perfil dos usuários que assistiram ao vídeo com o título “público”, delimitando a idade, conforme as faixas etárias, e o sexo.

Na parte inferior direita das estatísticas, há um mapa com o título “este vídeo é mais popular em:” e no mapa do mundo vêm pintadas em verde as regiões onde moram os usuários que acessaram o vídeo. Desse modo, o vídeo que poderia ser pensado como local (ele tem uma língua específica entre outras coisas), é sempre posto no contexto global, espaço enunciado pela plataforma como próprio.

Na página de exibição, os comentários ao vídeo e as respostas e outros vídeos ocupam o restante do espaço de exibição. Embora o usuário que envia o vídeo decida, na página do usuário/canal se permite comentários e vídeo-respostas, é na página de exibição que elas se efetivam e estendem o vídeo em mais de uma direção.

O vídeo está moldurado de forma que sempre há que desenvolver uma ação sobre ele, embora, nele propriamente e nos espaços delimitados pela interface seja muito difícil intervir; embora enunciativamente parece o contrário. Embora ele ainda permaneça uma janela, enuncia-se como uma mesa de trabalho ou de operações no sentido em que foi previsto por Deleuze (1990, p. 315), no final do livro *A imagem-tempo*, quando diz:

A própria tela, mesmo se ainda conserva a posição vertical por convenção, não parece mais remeter à postura humana, como uma janela ou ainda um quadro, mas constitui antes uma mesa de informação, superfície opaca sobre a qual se inscrevem “dados”, com a informação substituindo a Natureza.

A página de exibição insere o vídeo em um espaço tátil, que muda os modos de nos relacionarmos com ele. O vídeo se torna um banco de dados, mas, neste caso, não para desconstruí-lo e reapropriá-lo, como veremos nos usos, e, sim, transforma-se em um espaço para montá-lo e distribuí-lo ao mesmo tempo, em um processo infinitamente aberto.

3.4.5 A comunidade global: campanhas e ações da plataforma

O YouTube costuma lançar campanhas ou aderir a outras existentes, enunciando, assim, o grande poder mobilizador da plataforma. Essa mobilização pode ser algo simples, como fazer um clique, ou mais complexo como enviar um vídeo sobre um assunto específico. Em todo caso, mobilizações *online* e *offline* fazem parte dos modos como a plataforma se constrói na *web* e na contemporaneidade.

Em 2010, o YT aderiu ao que se chama de “Hora do Planeta”. Um evento mundial promovido pela ONG WWF (Fundo Mundial para a Natureza), realizado no dia 26/3/2010. A campanha, iniciada em 2007, tinha por objetivo chamar a atenção para a necessidade de buscar fontes renováveis de energia. Em 2010, o evento contou com o apoio da ONU, que pediu a adesão da população mundial. A proposta é a mesma todos os anos: que as pessoas se desliguem da eletricidade por uma hora, entre 20h30 e 21h30 (hora local de cada país) no último sábado do mês de março.

Figura 37- Chamada para a Campanha A hora do Planeta na barra de navegação e interruptor de luz em todas as páginas de exibição



Fonte: YouTube, 2010

Em 2010, então, o YT aderiu à ideia de duas formas diferentes: chamando ao evento, como podemos ver, no logo da plataforma, com o desenho de uma lâmpada com uma folhinha verde ao redor (figura 37), e junto com ela uma chamada na *home* que era *link* para o canal “horadoplaneta”. Entretanto, o principal modo de adesão do YT à campanha foi construído na interface. Como vemos nas figuras 37 e 38, o YT criou, no canto superior de qualquer página de exibição do vídeo, antes do título

do vídeo, acima do *player*, um interruptor de luz e a possibilidade de clicar nele e transformar o fundo do canal de exibição de branco para preto.

A interação com esse interruptor fazia um som característico até um pouco exagerado, mais semelhante aos interruptores de luz antigos, o que tornava a ação bastante lúdica porque imitava a experiência analógica de acionar um interruptor e obter na hora a iluminação ou escurecimento do ambiente. Na figura 38 temos o mesmo canal com a “luz acesa” e com a “luz desligada”.

Figura 38 – Adesão do YouTube à campanha Hora do Planeta com destaque para a chave de luz do lado do título do vídeo



Fonte: YouTube, 2010

Com isso, a plataforma, ao mesmo tempo em que aderiu a uma causa global, sinalizava a campanha com um modo completamente próprio, um modo de interface, em todos os seus vídeos. A ação, embora na prática não envolvesse nenhuma diminuição de consumo efetivo de energia, estendeu os sentidos da campanha, permitindo uma experiência tátil e audiovisual, embora ficcional, da “hora do planeta”. Além disso, através dessa experiência, sentidos colaborativos em prol de uma causa ecológica e global são associados à plataforma.

As campanhas do YT costumam reunir usuários de todo

o mundo por meio do vídeo. Muitas vezes essas campanhas têm desdobramentos *offline*, como a formação da orquestra YT, em que usuários mandam vídeos tocando instrumentos musicais e os selecionados dão um concerto por ano, nos Estados Unidos, de forma presencial.

Talvez a maior campanha do YT envolvendo os usuários tenha sido a que se chamou de “A vida em um dia”. Uma experiência global de um longa-metragem gerado por usuários: um documentário, filmado em um único dia, que todos os usuários foram convocados a gravar no dia 24 de julho de 2010. Eles deviam documentar um trecho da

sua vida desse dia com uma câmera, já sabendo que as filmagens selecionadas fariam parte de um documentário experimental, produzido por Ridley Scott e dirigido por Kevin Macdonald, e o único pré-requisito do vídeo era que fosse em inglês.

O YT recebeu 4.500 horas de vídeo de 192 países, tudo filmado no dia 24 de julho. O filme foi lançado na plataforma, exibido nos cinemas e hoje está disponível no canal da campanha³⁹.

O *Life in a day* estreou nos cinemas e, no final de 2011, foi disponibilizado no YT. No canal, o filme é enunciado como uma “experiência cinematográfica histórica que deu origem a um documentário sobre um único dia na Terra”. O audiovisual, como um grande espaço conectivo nos confins do YT, é um dos enunciados dessa experiência e de muitas outras na plataforma. Ao mesmo tempo, o *Life in a day* está remoldurando sentidos para a *ethicidade* cinema.

Essas campanhas, juntamente com premiações a vídeos que a plataforma faz todos os anos, são parte de uma série de movimentos que se constroem dentro e fora da plataforma, entre YT e usuários, centrados no vídeo, enunciando uma grande interface para todo o planeta.

3.5 JUSTIN TV E O AO VIVO AUDIOVISUAL

A plataforma Justin TV é uma rede de transmissão de vídeo ao vivo lançada em 19 de março de 2007. Como comentado antes, é habitual as empresas *web* estarem fortemente molduradas pela história de suas origens, principalmente no contexto 2.0, em que essas histórias colocam grandes empresários atuais em um passado de usuários comuns, curiosos, experimentais, no ambiente cotidiano, criando suas empresas entre tentativa e erro.

A história do Justin TV começa com quatro amigos da universidade: Justin Kan, Michael Seibel, Kyle Vogt e Emmett Shear. Eles pensaram na ideia de transmitir vídeo ao vivo e começaram com uma câmara conectada a um modem e baterias que carregavam em uma maleta. A ideia era testar uma espécie de *reality show*, e Justin Kan andava com uma câmera presa ao boné durante todo o dia. Alguns poucos espectadores viam todos seus movimentos e começaram a chamar a experiência de *lifecasting*⁴⁰, para

³⁹ Disponível em: <http://www.youtube.com/user/lifeinaday?feature=watch>. Acesso em: 20-03-2012.

⁴⁰ O termo já era usado no meio artístico, para definir a técnica que permite criar réplicas exatas do corpo humano em três dimensões.

expressar a transmissão ao vivo por internet da vida cotidiana, pelo menos em termos de plataforma, porque iniciativas isoladas de transmissão do cotidiano surgiram bem antes na *web*.

Conforme Michael Seibel⁴¹, um dos cofundadores, o propósito do Justin TV é permitir que qualquer pessoa possa criar e compartilhar um vídeo ao vivo, de qualquer lugar do mundo. A proposta é que se possa ter disponível um fluxo de vídeos tanto do celular como do computador quando a pessoa quiser. “Um dia, nos próximos anos, com qualquer dispositivo, vai-se poder acessar a qualquer vídeo que exista, seja ao vivo ou que aconteceu no passado”⁴².

Segundo ele, o cliente do Justin não é o produtor semiprofissional de vídeos e sim o usuário médio. E ele pode usar o vídeo ao vivo para conectar seus amigos, sua família, sua comunidade. Dessa forma, as pessoas iriam se acostumando a esperar mensagens em vídeo. “É muito divertido. Penso o Justin realmente como televisão, como vídeo ao vivo”⁴³. Sentidos de “diversão” e de “facilidade de acesso” atravessam toda a plataforma em seus discursos (dos *links* da barra de navegação institucional aos desenhos e ícones que ilustram os processos da plataforma). Nesse sentido, o vídeo no JTV parece ser muito mais enunciado como contato, quase como uma rede telefônica com monitor do que como uma realidade propriamente audiovisual. Enunciado muito mais em seu valor instrumental, ele passa longe da arte e da realização audiovisual. Entretanto, a percepção das interfaces, dos usos e das imagens audiovisuais criadas entre ambos permite chegar às audiovisualidades da plataforma. Elas se atualizam em um audiovisual da *web* que acentua um tipo de temporalidade, o ao vivo, e cria para isso molduras que acabam suscitando uma nova experiência audiovisual própria da contemporaneidade.

No ano passado, o grupo responsável pelo JTV abriu mais duas plataformas além do Justin TV com esse tempo do ao vivo como característica central, mas voltadas para algumas especificidades audiovisuais. O Twitch TV, uma plataforma de *games* para jogar ao vivo, e o SocialCam, uma plataforma com um *software* para capturar vídeo de alta definição em iPhone ou Android e compartilhá-lo através do *site* com o Facebook e o Twitter.

⁴¹ Em vídeo disponível em: <http://www.facebook.com/video/video.php?v=382319501974>. Acesso em 02-02-2012.

⁴² Ibid.

⁴³ Ibid.

A rede JTV nasceu nos Estados Unidos, mas se expandiu com servidores em diversos países, como Brasil, Holanda e Reino Unido, entre outros. Além da transmissão de conteúdo gerado pelo usuário, o Justin TV é muito usado para a transmissão pirata de programação da TV aberta e fechada. Essas emissões, às vezes, privilegiam uma emissora e outras vezes, um programa ou gênero.

Reality shows parecem ser um dos produtos que mais combinam com a proposta da plataforma e são replicados em diversos canais do JTV. Usuários transmitem 24 horas a partir de canais a cabo ou assinaturas de *sites* que lhes dão acesso às 24h de programa. Muitas vezes, os canais são fechados por queixas contra a Lei de Direitos Autorais feitas diretamente pela empresa de Comunicação “proprietária” do material. Contudo, os usuários têm algumas táticas para driblar essas sanções e continuar no ar com novos nomes.

Embora os usos dos canais tenham alargado a plataforma, parece que os sentidos de transmissão do cotidiano não desapareceram e, sim, se deslocaram para dentro de todos os outros gêneros transmitidos, o que leva a pensar o *lifecasting* como um construto e uma moldura de toda a experiência audiovisual do JTV.

O JTV faz parte de um grupo de plataformas que foram surgindo na segunda metade da década passada, quando se encontram a possibilidade de transmissão ao vivo na *web*. É o caso do Ustream TV; Mogulus; Yahoo Live; Blog TV; Stickman e Live Video, entre outros. Contudo, o Justin parece ser o que mais se consolidou como comunidade *online* de vídeo e o que mais tensiona tanto os sentidos quanto os conteúdos televisivos.

Arlindo Machado (2000, p.126) já apontava o ao vivo e a transmissão direta como a principal novidade introduzida pela televisão dentro do campo das imagens técnicas. Para ele, as condições ao vivo parecem contaminar o restante da programação televisual e imprimir nela as suas marcas de atualidade em uma TV (a aberta) em que o ao vivo convive com o gravado. O excesso e a incompletude do tempo real, segundo o autor, opõem-se ao tratamento que a indústria cultural dá a esse mesmo tempo, impondo-lhe uma espécie de controle de qualidade por assepsia, uma purificação do produto de todas as suas marcas de trabalho.

O ao vivo do Justin, por um lado, e o uso da *webcam*, por outro, se enunciam sem esse segundo elemento do ao vivo da TV, sem a assepsia do acabamento. Um certo enunciado da “vida como ela é”, por um lado, mas também de que todo e qualquer

usuário pode se tornar um *broadcast*, dada a simplicidade técnica e operacional da plataforma. Nesse sentido, um certo valor de conectividade do tempo em questão se torna mais importante do que seu valor de exibição.

Já dizia McLuhan (1999, p. 359) que o ao vivo, o mostrar as coisas (factuais) enquanto elas estão acontecendo é o que faz a televisão mais veicular processos do que produtos. Para o autor, a imagem de TV gera formas de inter-relação do tipo “faça você mesmo”, em um tempo que é conectivo, que convida o espectador, antes de tudo, a entrar em fluxos. De alguma forma, esse imaginário do ao vivo processual e incompleto, no qual se pode e quase que se deve interferir a todo e qualquer momento, comparece enunciado na plataforma do Justin, ainda que ressignificado no horizonte de um novo *broadcaster*, que é o chamado proprietário do canal, na forma em que ele aparece nos *links* da barra de navegação da plataforma.

O JTV, ao contrário da TV aberta, enuncia-se como aquela TV em que o ao vivo é o tempo central, quase único: tempo de conexão, de intervenção. As emissões ficam salvas no espaço do canal do usuário; contudo, elas não são enunciadas como “programas” ou “conteúdo audiovisual” produzido por usuários. As exibições antigas estão nos espaços dos canais como em um depósito de um ao vivo que foi, listadas no final do canal sem a possibilidade do *chat*.

Figura 39 – Identidades visuais da plataforma Justin TV



Fonte: Justin TV, 2011

plataforma.

Chamam a atenção aquelas logomarcas de fundo azul com a sigla ou o nome da plataforma brancas, ambas com um pequeno círculo vermelho no lado superior direito.

O lema do Justin (a plataforma) até 2009 era *live video and chat for everyone* (vídeo ao vivo e bate-papo para todos); atualmente é *streaming live video broadcasts for everyone* (transmissão de vídeo ao vivo para todos).

O JTV tem diversas identidades visuais, como vemos na figura 39. Em uma delas destacam-se os três elementos centrais da plataforma: a câmera, o usuário e a

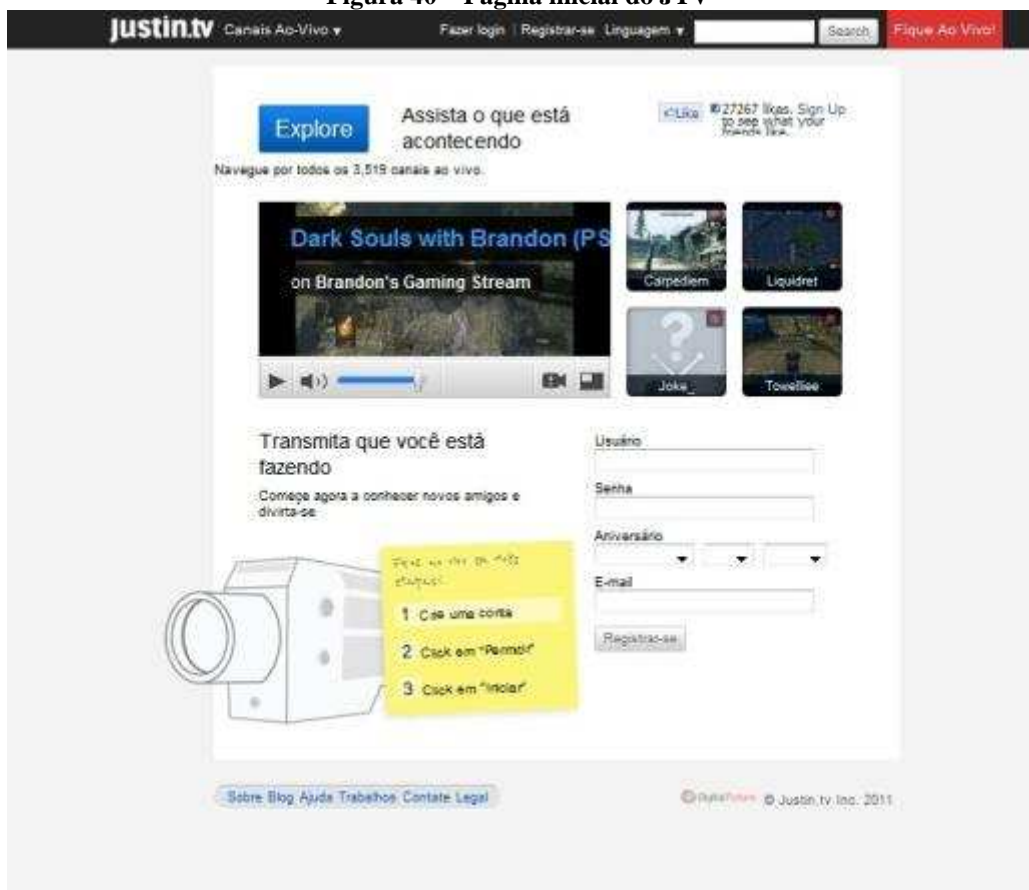
Esse círculo vermelho significa o ao vivo, que é, junto com o gênero *lifecasting* e o *chat* dos construtos, mais característico do Justin.

3.5.1 A home e o tempo ao vivo

A interface do Justin TV é bastante simplificada e se enuncia como tal. À diferença do YT, que apresenta graus diversos de complexidade para usuários diversos e que insiste em se enunciar em estado beta, o Justin se enuncia de um modo único para todos os usuários.

A página inicial (figura 40) é uma das molduras mais significativas nessa

Figura 40 – Página inicial do JTV



Fonte: Justin TV, 2010

direção. Ela funciona quase como uma antessala, que o visitante que ainda não faz parte da comunidade acessa ao digitar a URL, ou aonde chega aquele visitante que veio à plataforma a partir de um *site* de busca. Nessa página, ele é convidado a cadastrar-se ou, se

já é cadastrado e não salvou sua senha no *hardware* por meio do qual está acessando o

Figura 41 – Chamada de vídeos na página inicial do JTV



Fonte: Justin TV, 2012

site, a “fazer login”.

Uma vez feito o *login*, não é possível acessar essa primeira página novamente, só se o usuário

fizer *logout*. Ela é uma espécie de tutorial que atualiza todo o funcionamento da plataforma.

Dirigida, então, a quem ainda não faz parte da comunidade, a um “estranho”, a página inicial (a palavra *home* é reservada, na plataforma, para a página do usuário logado) tem a função de explicar e ao mesmo tempo atrair o passante para se tornar usuário.

Na verdade, ele não precisa dessa condição para assistir aos mesmos vídeos que estão sendo transmitidos, mas não poderá participar do bate-papo, nem fazer transmissão ao vivo, duas ações reservadas para usuários logados. Cada vez que ele tentar interagir no bate-papo, se abrirá uma janela convidando-o a se cadastrar. Portanto, o “não cadastrado” apresenta-se como um estado indesejado, quase um imigrante ilegal na comunidade global do Justin que pode assistir canais sem ser visto, um *voyeur*.

Na página inicial, então, há uma chamada para assistir aos vídeos ao vivo (figura 41), que aparecem num conjunto formado por um *player* (que roda um vídeo) e 4 quadros. São eles *links* para alguns dos vídeos que estão sendo transmitidos nesse momento. Tanto o *player* quanto os quatro quadros apresentam um círculo vermelho no canto direito superior direito como a marca do ao vivo.

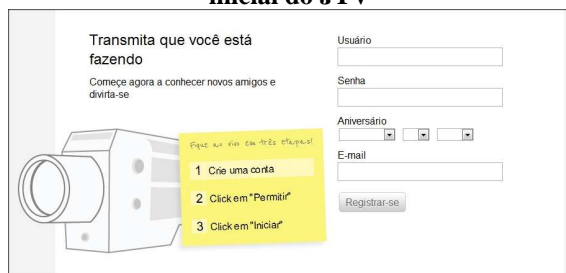
Trata-se de um modo de moldurar o chamado tempo real rico em significados, já que um círculo vermelho, no canto superior direito, é a marca da câmera quando estamos filmando, seja gravando ou transmitindo ao vivo. É também a luz vermelha um sinal nos estúdios de rádio e TV para assinalar que, nesse momento, se está no ar. Ele não é um sinal para quem assiste – em todo caso, quem assiste vê, no monitor, a logomarca colorida da emissora ou algum outro sinal do ao vivo próprio de tal ou qual emissora. Há aqui uma construção que dá à transmissão em tempo real sentidos mais amplos, um tempo que une quem está na frente da câmera, quem a está operando, que, no caso da *webcam*, é a mesma pessoa que assiste: é um tempo que conecta transmissão, exibição e recepção do vídeo.

A associação entre o olho que observa pela câmera, o que está na frente dela e o que vê o vídeo no *player* sugere sentidos de mão dupla, reforçados nas páginas dos canais pelo *chat*. Atores, operadores de câmera e público estão sendo evocados numa mesma espacialidade e temporalidade, como se qualquer um pudesse se tornar o outro a qualquer momento ou como se todo usuário fosse potencialmente os três.

O conjunto de *links* para os vídeos (figura 41) está moldurado por algumas legendas. Uma, em destaque, com fundo azul, com a palavra “explore” é complementada pela frase logo abaixo: “navegue por todos os 2.983 canais ao vivo”, número que vai mudando conforme os acessos. Ainda ao lado podemos ler “assista ao que está acontecendo”. As frases (a primeira dela é um *link* para os canais ao vivo) rodeiam o conjunto de vídeos (que são *links* para as páginas onde são transmitidos) e dão sentidos (em tom imperativo!) de aventura, de ação continuada e de fluxo à exibição de vídeo ao vivo.

Se na parte superior da página enuncia-se fundamentalmente a experiência de assistir ao audiovisual da plataforma, na parte inferior dela, o acento está na transmissão. À esquerda, lemos “transmita que você está fazendo” (sic), “Comece agora a conhecer novos amigos e divirta-se”.

Figura 42 – convite a transmitir ao vivo na página inicial do JTV



Fonte: Justin TV, 2012

a conhecer novos amigos e divirta-se”. Duas frases que relacionam a transmissão com a cotidianidade e com um tipo de sociabilidade, de conexão.

O conjunto que convida a transmitir (figura 42) se compõe, além dessas duas frases, com o desenho de uma câmera e uma moldura amarela que sugere

um postit (papel adesivo para mensagens rápidas), com três passos escritos para chegar a estar ao vivo desde o estágio inicial (alguém que não se registrou). Há aqui sentidos de simplicidade e de cotidianidade que são oferecidos ao ato de transmitir e, portanto, à plataforma. A câmera aparece na forma de um desenho a traço, uma câmera tosca (inclusive, uma parte dela está oculta pelo postit): não parece profissional ou sofisticada; não há destaque para os seus atributos, pode-se usar qualquer uma, principalmente aquelas que vêm incrustadas em computadores e celulares. Tais sentidos conferidos à câmera reforçam o caráter funcional desejado: o que importa é que ela funcione para nos conectar audiovisualmente, em tempo real.

Ainda na página inicial, na metade inferior à direita (figura 42), está a moldura que transforma um passante qualquer em usuário, em “cidadão” do Justin, uma vez que

ele informa os dados ali pedidos (“usuário”, “senha”, “aniversário” e “e-mail”) e faz um clique na

Figura 43 – Janela sobreposta do usuário/canal



Fonte: Justin TV, 2012

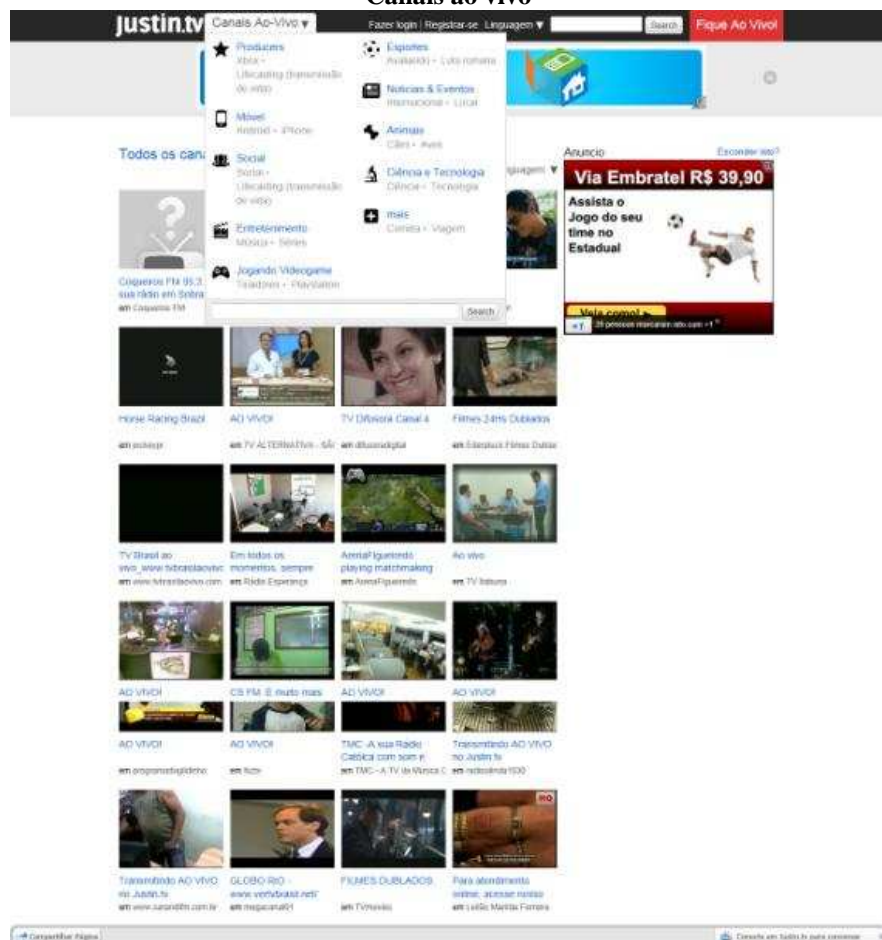
moldura “registrar-se”. O passante adquire aí um “login”, passa a integrar a “comunidade” Justin TV, está conectado e se torna proprietário de um canal no qual pode transmitir e guardar transmissões passadas e pode interagir em outras transmissões via *chat*.

Uma vez cadastrados e logados, temos acesso à *home*, que, no Justin, é a página do canal do usuário, e tem seus *links* na janela sobreposta na barra de navegação principal, como podemos ver na figura 43. Assim como no YT, o JTV oferece seus sentidos de localização e possibilidades de percurso na plataforma principalmente por meio das barras de navegação, com destaque para aquelas duas que fazem parte de todas as páginas da plataforma, as *ethicidades* mais ubíquas dos *sites* em geral: a barra de navegação principal, que inclui ferramenta de busca, e a institucional, que se encontra no pé da página.

Um dos *links* desta barra, então, é o usuário do JTV. Como vemos na figura 43, a janela que remete ao canal dá acesso a 4 páginas (lar, mensagens, vídeos e canal) e às configurações do canal e da conta. Lar, vídeos e canais são páginas diferentes, então. O “lar” dá acesso a uma página onde estão algumas possibilidades para transmitir ao vivo a partir de diversos dispositivos e há uma lista dos canais que estão ao vivo dentre os canais que o usuário segue. Em “canais”, é onde aparece a exibição da transmissão no *player*, com o *chat* do lado; para que o usuário se veja transmitindo e interaja pelo *chat* no qual aparece com o nome *broadcaster*. Em “vídeos”, temos acesso a transmissões antigas do usuário (seja o usuário eu ou o outro). É interessante perceber como a *ethicidade* vídeo para o YT tem um valor menor do que a *ethicidade* canal e transmissão. O canal é o lugar da transmissão, o vídeo é aquilo que foi transmitido, quase um esqueleto de transmissão. Em “mensagens”, temos uma espécie de caixa de correio interna para enviar e receber mensagens a outros usuários da plataforma.

Há uma clara delimitação entre a interface geral onde o JTV apresenta os vídeos ao vivo, e o “lar” ou espaço do canal onde aparece só a lista de pessoas que esse usuário segue e estão ao vivo. O “global” é a plataforma com canais e usuários de todo o mundo, classificáveis em um conjunto de categorias e que falam os mais diversos idiomas, referências estas que estão nas janelas da barra de navegação principal (“canais ao vivo” e “linguagem”).

Figura 44- janelas sobrepostas na barra de navegação principal e página de “Canais ao vivo”



Fonte: Justin TV, 2012

Não há, nesse espaço global, algum “recomendados para você” ou outra construção semelhante.

De outro lado, está o espaço local que privilegia a transmissão e aqueles que já são amigos: o “lar”. Entretanto, a transmissão é iniciada nesse espaço, e deve-se entrar no lar para iniciar a transmitir. A transmissão ou canal (muitas vezes, são sugeridos como iguais no JTV) pode ser acessada pelo *broadcast* na página do canal, que parece ser um território de interface ao mesmo tempo local e

global. Mas, sobretudo uma vez transmitido, o canal passa a fazer parte de “canais ao vivo”, território global, criado por usuários.

Por isso os “canais ao vivo”, o “canal” do usuário (exemplo na figura 45), onde de fato se visualiza a transmissão, e o *chat* parecem ser as páginas mais enunciativas do Justin TV, com sentidos de local e global que se molduram mutuamente na interface.

Ao mesmo tempo, minha passagem pela interface “canais ao vivo” (figura 44) faz com que eu possa entrar no território local de um usuário outro e reterritorialize tanto o seu quanto o meu local, participando do *chat* ou seguindo o canal/usuário. Esse parece o modo de funcionar, a lógica da interface Justin entre o próprio canal, os canais ao vivo e o canal de outro usuário.

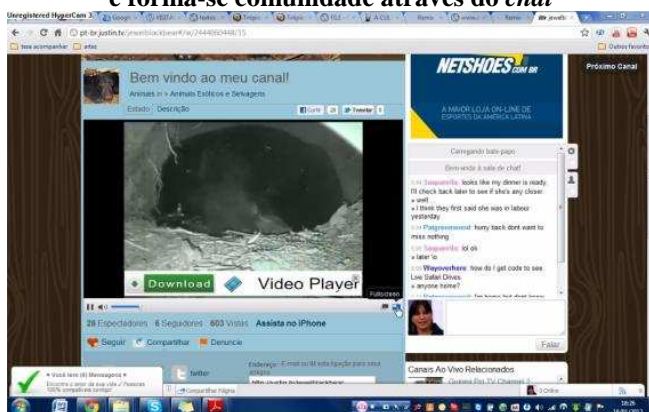
Na verdade, à diferença do YT, o Justin TV não investe tanto em multiplicação de interfaces ou recursos. São basicamente três páginas que dão suporte a toda a lógica

da comunidade e, quando surgem outras necessidades, são propostas novas plataformas (como foi o caso do Twitch TV e Social Cam).

Também, à diferença do YT e da lógica das *home*, voltando ao que é chamado de “lar” na janelinha sobreposta (figura 43), não é a página que mais *links* apresenta, ela se limita à quantidade de *links* que o próprio usuário acessa a partir das operações de seguir outros canais/usuários. Quanto menos “amigos” (*links* permanentes com outros usuários) tiver, menor é a lista de canais ao vivo que aparece em seu canal, seu “lar”. Este “lar” se assemelha mais ao imaginário tradicional, privado, de casa.

A página mais habitada por *links* é a de “canais ao vivo” (figura 44). A maioria dos *links* que ali estão remete a canais ao vivo, mas também há *links* para publicidade em espaços múltiplos dos “canais ao vivo” e de todas as páginas. Em meu “canal”, só tenho *links* para aqueles canais que já sigo, e, é claro para publicidade.

Figura 45 – Canal transmite cachorra prestes a dar à luz e forma-se comunidade através do chat



Fonte: Justin TV, 2010

A página de “canais ao vivo” se apresenta como o lugar de usuários outros, desconhecidos, aqueles dos que potencialmente posso ser espectadora e seguir. É uma página que põe o usuário em contato com outros usuários, uma página conectiva por excelência.

Antigamente, a moldura “próximo canal” permitia a navegação direta entre um canal e outro, associados por algum tipo de lógica da

interface. Contudo, nos últimos meses (desde inícios de 2011) o *link* “próximo canal” (no canto superior direito da figura 45) leva novamente à página “canais ao vivo”. Dessa forma, o usuário pode escolher entre os *links* da lista seu próximo canal, mas essa não parece ser a única razão. O trajeto constituído pelo *link* “próximo canal” parece reforçar a lógica local-global-local, isto é, o percurso entre essas duas páginas: a de todos os canais e a do usuário para assistir. Dessa forma, o usuário está sempre sendo construído em seus triplos sentidos: proprietário de canal, *broadcaster* e espectador.

Entretanto, no fluxo das transmissões na plataforma, parece que uma das *ethicidades* que emerge constantemente entre usuários e interface é a comunidade. Contudo, este é um tipo de comunidade com características próprias, que passa pelas

relações entre usuários no *chat* em relação à transmissão. No livro *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*, Zygmunt Bauman (2003) faz uma longa introdução sobre o termo “comunidade”. Ele destaca a conotação positiva do termo:

As companhias ou a sociedade podem ser más, mas não a *comunidade*. Comunidade, sentimos, é sempre uma coisa boa. Para começar, a comunidade é um lugar “cálido”, um lugar confortável e aconchegante. É como um teto sob o qual nos abrigamos da chuva pesada, como uma lareira diante da qual esquentamos as mãos num dia gelado. Lá fora, na rua, toda sorte de perigo está à espreita; temos que estar alertas quando saímos, prestar atenção com quem falamos e a quem nos fala, estar de prontidão a cada minuto. Aqui, na comunidade, podemos relaxar — estamos seguros, não há perigos ocultos em cantos escuros (BAUMAN, 2003, p.7).

Sente-se a falta da comunidade porque há falta de segurança, qualidade fundamental para uma vida feliz, mas o mundo que habitamos, segundo o autor, é cada vez menos capaz de oferecer e, ao mesmo tempo, reluta em prometer. Se, nos sentidos de “comunidade” *offline* há um tensionamento entre segurança e liberdade, como aponta Bauman, e uma delimitação entre um dentro e um fora, a “comunidade” *online* se constrói de modos diversos àquela que é ressignificada nos confins da contemporaneidade.

Usuários entram diariamente em um canal de maneira bastante rotineira – pelo menos um grupo de usuários que comparece diariamente a alguns canais –. Eles estabelecem contato através de um *login*, que faz as vezes de nome, numa interface que torna obsoletos os conceitos de veracidade ou falsidade no que diz respeito à sociabilidade. Vão assim trocando palavras e frases ora sobre as imagens, ora sobre os conhecimentos tidos pelos participantes a respeito do conteúdo que está sendo transmitido, ora sobre assuntos que se cruzam com as imagens das suas vidas cotidianas, ora sobre assuntos que simplesmente surgem de uma palavra solta, de uma imagem. Depois vão se despedindo, cada um do lugar do mundo onde está, e promete aparecer no dia seguinte ou avisa que virá mais tarde do que de costume. Os usuários chamam-se pelos seus nomes (ou codinomes), seus *login*, e fazem referências a outras informações, como o lugar onde os outros moram, às vezes referem ocupações ou familiares.

Criam-se, assim, laços como os que Bauman (2004, p. 52) refere em outro texto, permeados pela lógica da conectividade, que dá o tom e faz com que “relacionamentos” se transformem em “conexões”, “parceiros” em “redes”, porque, diferentemente de

relações, parentescos, parcerias e noções similares – que ressaltam o engajamento mútuo, ao mesmo tempo em que silenciosamente excluem ou omitem o seu oposto, a falta de compromisso –, uma “rede” serve de matriz tanto para conectar quanto para desconectar; não é possível imaginá-la sem as duas possibilidades.

Na rede, elas são escolhas igualmente legítimas, gozam do mesmo *status* e têm importância idêntica. “É o caso dos *chats* em que pertencemos ao fluxo das mensagens, das palavras truncadas e abreviadas para acelerar a circulação porque pertencemos à conversa, não àquilo sobre o que se conversa. A única questão é manter o *chat* funcionando” (BAUMAN, 2004, p. 52).

Contudo, essas comunidades no Justin se diferenciam também de comunidades em que o centro é o relacionamento, ou das redes sociais, nas quais as pessoas tendem a ter como “amigos” aqueles que já conhecem. Aqui, desconhecidos se tornam familiares pela experiência audiovisual. É a transmissão o que agrupa e o que pauta a comunidade, embora ela seja o tempo todo atravessada por imagens da vida e da opinião do usuário ou imagens outras que vão aparecendo no fluxo da interface, sem a necessidade de uma lógica e até a hora do usuário se desconectar.

De outro lado, é muito frequente que o número de espectadores (um número que aparece abaixo do *player*) seja maior que o daqueles que efetivamente interagem, o que não deixa de ser para os usuários que não interagem, ou para aqueles que não estão cadastrados e aparecem somente como um número, um audiovisual de interface formado pela transmissão e pela conversa.

Na figura 45, vemos um canal que transmitia ao vivo uma cachorra dormindo, mas ela estava prestes a dar à luz a qualquer momento. Um grupo assistia enquanto trocava mensagens sobre a cachorra; comentavam se ela acordou ou se mexeu, se nasceriam os filhotes nesse dia, mas também falavam sobre seus próprios cachorros, sobre raças e comportamentos, sobre suas vidas cotidianas (dos usuários) e seus trabalhos, enquanto a imagem continuava praticamente fixa. Acompanhando o *chat*, dava para ver que os usuários viviam em pontos diferentes do mapa. Alguém que morava em Londres, anunciava que ia almoçar e já voltava, outros se despediam porque já era noite adentro.

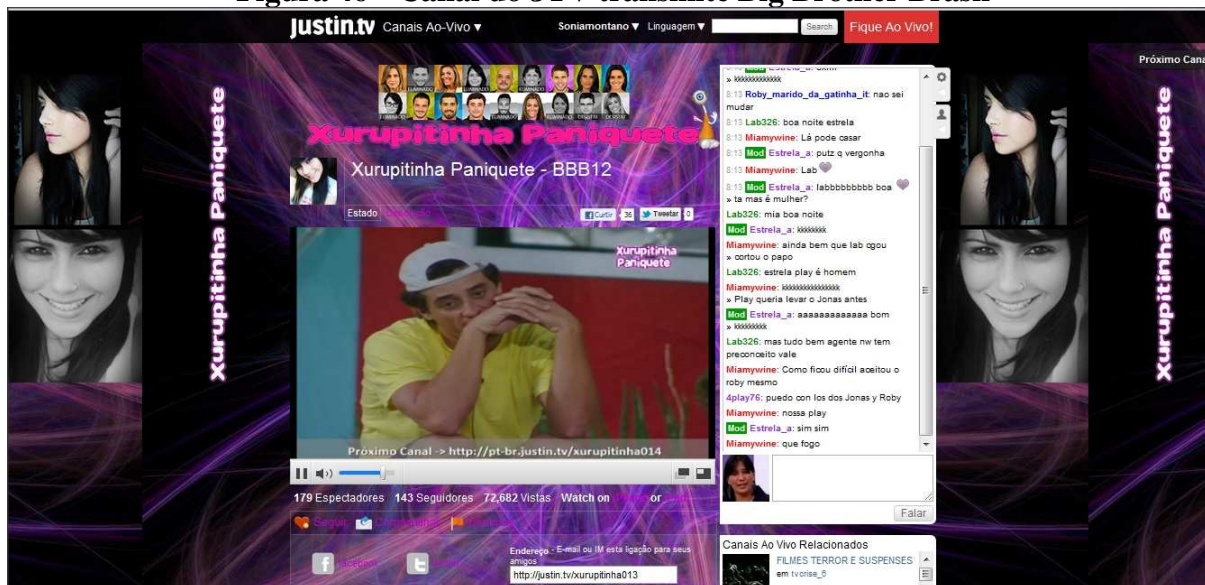
A sensação de comunidade que a experiência proporciona está, então, ancorada nos sentidos de um tempo conectivo. Um ao vivo (chat e imagens) que conecta

imagens e usuários (com histórias e geografias muito díspares); as imagens protegem da autoexposição mas, por sua vez, a permitem de vez em quando e misturada com elas.

As imagens da cachorrinha prestes a dar à luz, um fato que pode ser corriqueiro e sem importância, é moldurado pela interface do JTV e nela se torna um acontecimento conectivo.

Experiência similar é a de assistir a programas de TV conhecidos no JTV,

Figura 46 – Canal do JTV transmite Big Brother Brasil



Fonte: Justin TV, 2012

principalmente quando se trata de um gênero específico ao qual o canal se dedica, como séries ou *reality shows*.

A figura 46 mostra um dos muitos canais que transmitem o Big Brother Brasil (BBB 12), da rede Globo. Do mesmo modo, usuários brasileiros dispersos no mundo, se reúnem diariamente para assistir ao BBB 12 no canal da “Xurupitinha Paniquete” que transmite 24 horas por dia. Os modos como esses canais transmitem serão melhor abordados na constelação de ambientes, mas queria destacar aqui que, embora esses canais sejam fechados por violar direitos autorais e abrir gratuitamente um conteúdo que é pago, tanto os *broadcasters* quanto os espectadores conhecem alguns truques que tornam o canal nômade, mas sua comunidade fixa.

No caso do BBB, com certeza o *chat* transforma a experiência televisiva. Contudo, outros elementos contribuem para criar, nesse espaço, uma verdadeira heterotopia como a entendia Foucault (1984). Para o autor, era próprio da modernidade encerrar todos os tempos em um. Um desses modos de heterotopia está ligado ao tempo no que ele tem de mais fútil, de mais precário, de mais passageiro como, por exemplo, no modo da festa, como as feiras, no limite das cidades, que uma ou duas vezes ao ano se enchem de postos, barracos, lutadores, mulheres-serpente, adivinhas. O tempo é, nesses espaços, abolido e simultaneamente reinventado.

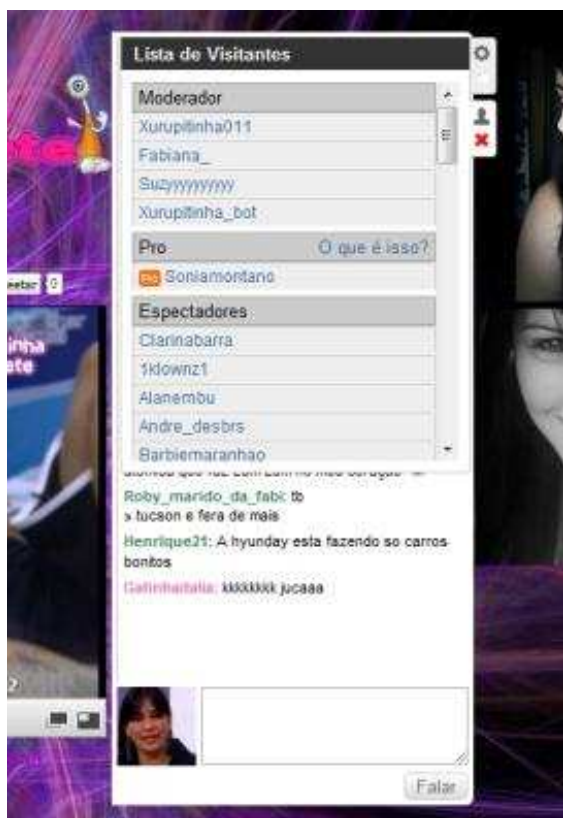
Esses *chats*/vídeos do JTV parecem espaços fugazes em que uma situação determinada que é transmitida no audiovisual reúne intensamente, por um período mais breve ou mais longo, um grupo de usuários dos mais dispares cuja conexão é intensa, mas completamente perecível.

Olhando para o conjunto de montagens feitas pela “proprietária do canal”, podemos pensar nesse espaço, cuja transmissão é “roubada” para ser atualizada nos modos da Xurupitinha, com seu nome e foto replicados de diversas formas no canal como uma heterotopia. Mais ainda, se levarmos em conta um *chat* que, no caso em

questão conta com uma equipe de moderadores (autorizados por Xurupitinha, se é que ela existe, mas na verdade não faz diferença alguma). A figura 47 mostra a janela do *chat* com a opção “lista de visitantes”. São divididos em três categorias e ainda uma quarta que aparece abaixo do *player* como “espectadores” e que se refere ao número total de pessoas que estão conectadas a esse canal (com ou sem *login* feito).

Em “listas de visitantes”, então, há uma clara hierarquia determinada pela interface: primeiro os moderadores, começando com Xurupitinha, depois os “usuários pro”, que são aqueles que têm conta paga no JTV e cuja única vantagem é a de poder tirar as propagandas dos seus espaços, e o “espectador”. Contudo, o espectador que aparece com seu nome (porque

Figura 47– *chat* do canal Xurupitinha Paniquete



Fonte: Justin TV, 2012

está logado) na lista de visitantes está acima dos espectadores anônimos, dos quais não aparece o nome e, sim, só o número.

É principalmente a moldura *chat*, mas o modo como ela moldura o *player* (a transmissão) e vice-versa o que constitui o “canal” e constrói sentidos de comunidade. O *chat* sozinho seria uma moldura ampla demais; a presença do vídeo faz com que as conversas sempre o atravessem. O *player* sozinho pode promover sociabilidades entre os que assistem, mas não reunir os que estão distantes geograficamente. Conversas que tensionam as imagens do *player* evocando outras imagens, sejam elas técnicas (de outros programas ou deste programa em outros momentos e em outros *sites*) ou “tradicionais”, do cotidiano dos usuários, fazem um *remix* virtual de ambas com as que rodam no *player*.

Desse modo, o construto *lifecasting* na plataforma, que começou sendo um gênero identificado com o movimento no cotidiano das pessoas, em que as imagens eram uma enunciação do dia a dia como ele o via, não tiveram demasiado sucesso. Provavelmente porque elas não permitiam a interação pelo *chat* de quem emite e de quem vê. Contudo, esse modo de construir as imagens traz o cotidiano e o *lifecasting* para dentro de qualquer conteúdo que seja transmitido, sempre que sejam imagens que se conectem com usuários e com as imagens próprias que esses trazem, seja na apropriação do conteúdo ou na interação conectiva do bate-papo.

3.5.2 O espectador como *broadcaster*

Além desse “efeito” comunidade, que emerge da interface do Justin TV e que constitui sua audiovisualidade, a vizinhança entre imagem ao vivo e *chat* tem uma enunciação que desafia os limites de quem transmite e de quem assiste. No caso do BBB, por exemplo, é comum os espectadores pedirem para o *broadcast* mudar de câmera já que é um caso em que ele tem à disposição múltiplas câmeras. Nos casos de outras transmissões, os espectadores costumam fazer perguntas e tecer comentários pelo *chat*, pedindo para o *videologger* (também os há no JTV) para abordar um ou outro assunto ou mover a câmera para ele enquadrar alguma pessoa ou objeto do local onde está transmitindo. Nada diferente de uma carta do leitor ou de uma ligação de ouvinte a não ser por estarem conectados o espectador pode insistir de muitos modos, argumentar

e conseguir adesões entre seus pares, o que acontece frequentemente. Desse modo o espectador visualiza em “tempo real” suas demandas sobre a transmissão.

Em diversas entrevistas Justin Kan, fundador da plataforma, falou das primeiras reações dos telespectadores em relação a suas transmissões e inclusive muitas delas estão disponíveis no seu canal no JTV ou no canal do Justin TV no YT. Antes de surgir a ideia do *chat*, ele disponibilizava seu número de telefone e era muito frequente que as pessoas interagissem com ele toda hora, de maneiras um tanto incômodas e perigosas, como quando faziam trotes dando esse telefone como referência à polícia. Os “troteiros” assistiam no canal ao vivo aos resultados dos trotes, a polícia entrando no apartamento do Justin Kan para verificar as denúncias.

Figura 48 – usuário do JTV se transmite ligando para Justin Kan enquanto este transmite ao vivo (sequência capturada no site yooouuuuuube.com)



Fonte: YouTube, 2011

Outros espectadores ligavam para ele na madrugada, enquanto o jovem dormia e se transmitia ao vivo acordando o Justin e conversando com ele na madrugada. É o caso do vídeo cuja imagem

aparece na figura 48. No vídeo, podemos ver, passo a passo, o usuário entrar no canal do Justin Kan, vê-lo na cama lendo, ligar para ele (ouve-se o telefone do Justin tocar dentro da imagem que está sendo exibida no computador do usuário). O jovem que se apresenta como da “Beet TV”, é ao mesmo tempo, um “telespectador” do canal do Justin e um protagonista de um novo canal, que torna o Justin Kan um coadjuvante e estão ambos ao vivo.

No vídeo, vemos nos primeiros *frames* (na figura 48, a sequência inicia na parte inferior direita e finaliza na superior esquerda) o usuário ligando e as imagens de Justin Kan dormindo em sua casa.

A conversa é sobre o Justin TV; o usuário quer saber sobre o funcionamento da plataforma e faz algumas perguntas; a algumas o Kan responde e a outras não. Contudo,

o mais interessante é que a existência deste vídeo (que achei no YouTube e não no JTV, dada a dificuldade e pouca valoração do “vídeo” no JTV) é movida por uma interface que moldura o tempo real. Justin Kan mudou posteriormente sua estratégia e surgiu assim o *chat* que, de alguma forma, também moldura a necessidade de intervir na imagem que está sendo transmitida.

Já comentamos antes como foi tematizada no cinema a interface entre o dentro e o fora da tela. Com a TV, a saída, nos primeiros planos, do televisivo para fora das telas era uma das enunciações feitas por essa moldura propriamente televisiva. Por outro lado, parece que a transmissão do cotidiano, cuja atualização televisiva pode ser pensada nos *reality shows*, de alguma forma criava, com seus ritos *realities* de personalização, conforme abordamos em outro momento (KILPP, MONTAÑO, 2005) um caminho para “entrar na tela” e de pessoa comum (como nós) tornar-se pessoa televisiva. São modos diferentes de interfacear um dentro e um fora de telas diversas.

O audiovisual da *web* vai testando modos de criar essa interface das interfaces que conectem os dentro e os fora da tela. São tentativas mais ricas ou mais pobres técnica, estética e eticamente, mas todas buscam algum tipo de conectividade audiovisual.

Com essas experiências conectivas possibilitadas pelo conjunto audiovisual transmissão-chat, os modos de ver televisão já não são os mesmos, nem os modos de fazê-la, conforme comentamos na constelação de vídeos ao falar no núcleo Guel Arraes. A TV como a conhecíamos se altera e está em processo de se situar de uma nova maneira nesse contexto. Exemplo disso é o programa de TV *Lost*, que se constitui como experiência transmidiática, analisado e avaliado por Machado (2011) como “a experimentação de possibilidades de sobrevivência da televisão no mundo dos computadores, da telefonia móvel, da rede telemática planetária e da convergência dos meios”. *Lost* é uma narrativa que se passa em vários meios ao mesmo tempo. Machado explica que a experiência de “ver” *Lost* não acaba no final de cada episódio ou temporada. O programa exige um espectador inquieto e participativo, que sai da frente do televisor para buscar outras fontes de informação. Ao final de cada episódio, o número de acessos aos *blogs* e grupos de discussão na internet dedicados ao programa subia vertiginosamente. Todos queriam saber (e também opinar sobre) que teorias estavam circulando na internet sobre os mistérios da ilha.

Entre outras coisas, a rede ABC, produtora da série, criou um *fake site* de uma instituição chamada *Hanso Foundation*, que era a empresa que estava por detrás dos acontecimentos de *Lost*. A empresa foi descoberta por um dos fãs, que a divulgou na internet antes que a ABC o fizesse oficialmente, antecipando o desenrolar da série. Entretanto, mais do que um cenário onde as ações se desenrolam, o espaço de *Lost* é um território a ser explorado por personagens e espectadores, é um espaço imersivo, onde o espectador pode “navegar” de distintas maneiras, ao melhor estilo de alguns videogames. Os espectadores tradicionais, na verdade, nem sequer chegam a perceber esses detalhes, preocupados que estão com a trama pura e simples, mas o espectador “ativo” vê tudo, muitas vezes gravando o programa e o revendo em câmera lenta ou quadro a quadro.

Um dos acontecimentos mais importantes do programa foi o aparecimento do mapa da ilha por uma fração de segundo na tela. Alguns espectadores perceberam isso, gravaram o programa, congelaram o *frame* onde aparecia o mapa e distribuíram a imagem na rede, para possíveis interpretações. Proposta pelos próprios realizadores da série, foi feita a chamada *Lost Experience*, que aconteceu apenas na internet. Os fãs foram convocados, através de campanha publicitária, a encontrar, na internet, 70 trechos de um vídeo de seis minutos, que, uma vez reunidos, forneceria informações cruciais sobre a série. O jogo também incluía mensagens de e-mail, telefonemas, comerciais, *outdoors*, falsos *websites*, entre outras coisas, e visava a manter a audiência “ligada” na série, no intervalo entre a segunda e a terceira temporadas. O difícil é saber o que, nisso tudo, é “oficial”, ou seja, obra dos autores de *Lost*, e o que é obra dos próprios jogadores. Difícil também é saber o que pertence ao jogo e o que não, pois, sendo um trabalho transmídia, a trama está acontecendo em muitos lugares ao mesmo tempo.

4- CONSTELAÇÃO DE USOS

Uma das mais profícuas reflexões sobre usos e usuários devemos a Michel de Certeau (1996). Para ele, qualquer pessoa, de um místico a um homem comum, driblar a autoridade, as verdades dogmáticas, os juízos aceitos, a rotinização da existência funciona como uma espécie de oxigênio necessário para inscrever a novidade do dia na longa duração temporal, em todas as coisas reafirmadas. Inscrever, assim, a vida na morte.

Em *A invenção do cotidiano*, Certeau (1996) examina as maneiras como as pessoas individualizam a cultura de massa, alterando coisas desde objetos utilitários até planejamentos urbanos e rituais, leis e linguagem, de forma a se apropriar deles. Ele afirma que esses usos são “táticos”, e se dão por “apropriações furtivas”. O autor descreve esse processo de consumo ou uso como um conjunto de táticas pelas quais o fraco faz uso do forte. São artes de agir que acompanham o ser humano desde tempos imemoriais. Ele caracterizou o usuário (um termo que preferiu a consumidor) rebelde como tático e o presumido produtor (no qual ele inclui autores, educadores, curadores e revolucionários) como estratégico.

As análises de Certeau sobre a vida cotidiana partiam de uma hipótese central: é erro supor que o consumo das ideias, valores e produtos pelos anônimos sujeitos do cotidiano é uma prática passiva, uniforme, feita de puro conformismo às imposições do mercado e dos poderes sociais. No consumo dos bens culturais e materiais, existe sempre apropriações e ressignificações imprevisíveis, incontroláveis, modificadoras de pretensões previstas na origem, no planejamento e, na idealização das coisas. As astúcias dos “consumidores” compõem uma “rede de uma antidisdisciplina” que, majoritária na vida social, quase sempre aparece como “resistência” ou inércia com relação às imposições sociais.

A tática seria uma forma de jogo. Para o autor, alguns espaços sociais, como o jogo, o conto e a lenda, seriam espaços maravilhosos e utópicos onde, seguidamente, invertem-se as relações de força, e onde a historiografia conta em passado as estratégias de poderes instituídos, os contos e os jogos oferecem a seu público uma possibilidade de táticas disponíveis para o porvir.

As táticas, então, são as maneiras pelas quais os indivíduos negociam as estratégias que foram definidas para eles. Com a emergência do “usuário” no *design* e na *web 2.0*, na contemporaneidade em geral, parece haver uma inversão nos modos como as estratégias se pautam em relação às táticas. Na leitura que faz Certeau, Manovich (2008) destaca que, na sociedade moderna, a maioria dos objetos que as pessoas usam em sua vida cotidiana são bens produzidos em massa, e esses bens são as expressões de estratégias de *designers*, produtores e marqueteiros:

As pessoas constroem seus mundos e identidades baseados nesses objetos facilmente disponíveis, utilizando diferentes táticas: bricolagem, montagem, personalização e – para usar uma expressão que não foi parte do vocabulário de Certeau, mas que se tornou importante hoje – remix. (MANOVICH, 2008, p. 7)

Para o autor, estratégias e táticas estão agora geralmente bem-ligadas em uma relação interativa, e, muitas vezes, suas características são inversas. Isso é particularmente verdade para as indústrias e meios de comunicação que nasceram digitalmente, tais como *softwares*, jogos de computador, *sites* e redes sociais. Os seus produtos são explicitamente projetados para serem personalizados pelos usuários.

Manovich aponta que o paradigma da *web 2.0* representa a mais dramática reconfiguração da relação estratégia/tática até hoje. De acordo com as análises originais de Certeau, de 1980, táticas não necessariamente resultam em objetos ou algo estável e permanente. “Ao contrário da estratégia, ela (a tática) carece de estrutura centralizada e permanência que lhe permita definir-se como um concorrente para alguma outra entidade (...) ela empresta a suas próprias atividades uma ‘imapeável’ forma de subversão” (CERTEAU, 1996, p. 46). No entanto, para Manovich (2008a), desde 1980, os consumidores e as indústrias da cultura começaram a transformar sistematicamente cada subcultura (e, particularmente, as subculturas da juventude) em produtos.

As táticas da cultura desenvolvidas pelas pessoas foram transformadas em estratégias que agora são vendidas para elas. “Se você quiser opor-se à corrente principal, você agora já tem uma abundância de estilos de vida – em cada aspecto da subcultura, desde estilos musicais e visuais até as roupas e as gírias – disponíveis para compra” (MANOVICH, 2006, p. 9).

Nos anos 2000, a transformação da tática das pessoas em estratégias empresariais encontrou uma nova direção. A plataforma *web*, a diminuição drástica dos custos de consumo dos dispositivos eletrônicos para captura e reprodução de mídia, o

aumento das viagens globais, bem como o crescente consumo das economias de muitos países que aderiram após 1990 ao “mundo globalizado”, levaram, segundo Manovich (2006) à explosão de “conteúdos” gerados pelo usuário e disponíveis em formato digital. *Sites, blogs*, fóruns de discussões, mensagens curtas, fotografia digital, vídeo, música, mapas respondem a essa explosão. Empresas da *web 2.0* criaram poderosas plataformas destinadas a acolher esse conteúdo: MySpace, Facebook, Orkut, Orkut (Brasil), LiveJournal, Blogger, Flickr, YouTube, Hi5 (América Central), Cyworld (Coreia), Wretch (Taiwan), Baidu (China) e milhares de outras redes sociais, inclusive as plataformas de vídeo, que tornam esse conteúdo instantaneamente disponível em nível mundial.

Assim, não só particularidades de subculturas particulares, mas os detalhes do cotidiano de centenas de milhões de pessoas que criam e fazem o upload de suas mídias ou escrevem blogs tornaram-se públicos. O que antes era efêmero, transitório, imapeável e invisível, torna-se permanente, mapeável e visível. Plataformas de redes sociais oferecem aos usuários espaço ilimitado de armazenamento e abundância de ferramentas para organizar, promover e difundir seus pensamentos, opiniões, comportamentos e mídias para os outros (MANOVICH, 2008, p. 9).

Portanto, os usos que sempre, de alguma forma, eram transgressões das estratégias, agora estariam devidamente autorizados, estimulados, reconhecidos e mapeados na *web*, segundo o autor.

Sem negar que os usos ou as táticas são cada vez mais autorizados nos confins das novas mídias, tendo a pensar com Certeau que ainda assim há sempre nas apropriações furtivas modos de resistência. Os usos como dinâmica de significação tomam um outro rumo mais difícil de perceber justamente por causa da construção da *eticidade* usuário na contemporaneidade, seja na *web*, nas relações de produção e de consumo, etc.

Caminhar é para Certeau (1996) um ato de enunciação. O autor compara o ato pedestre, de andar pela cidade, à fala. O caminhar seria uma enunciação, pois o pedestre se apropria do sistema topográfico como nos apropriamos da língua. O usuário faz do lugar um espaço como fazemos da língua um som e se relaciona com a cidade através dos seus movimentos como nos relacionamos com o outro através da língua. Nas páginas a seguir, abordarei alguns desses usos e apropriações nos modos como eles se dão nas estratégias das interfaces, sim, mas tentando perceber os novos sentidos que emergem dessas apropriações não previstos e não mapeados em estratégias prévias.

4.1 CRIAÇÃO E REINVENÇÃO DO ACONTECIMENTO

Um uso frequente que comecei a notar nos confins da plataforma YT foi o dos modos como usuário e plataforma participam da construção da notícia e do acontecimento, que, de alguma forma, são pautados por um conjunto de atores (mídias, jornalismo, redes sociais). Isso se dá de diversas formas. Os *vloggers* tratam desses assuntos nos seus vídeos, aparecem vídeos não oficiais sobre esses fatos, assim como outras testemunhas que produziram imagens amadoras e as postam na plataforma etc.

Através do sistema de etiquetas, esses vídeos resultam em destaque no YT, seja nas categorias “em alta” ou “populares”. Se bem chegamos a eles por essa prática de interface, são os usuários que experimentam uma reinvenção dos acontecimentos. Essa ação das redes sociais em relação ao acontecimento, como aponta Bentes (2011), tensiona o corporativismo jornalístico e leva a repensar a formação do profissional para o mercado.

Figura 49 – Vídeo sugerido na interface dentro da categoria “em alta”



Fonte: YouTube, 2012

O vídeo que vemos na figura 49 estava sugerido na categoria “em alta” no dia seguinte ao fechamento do *site* Megaupload, um dos maiores *sites* de compartilhamento de arquivos. O Megaupload foi tirado do ar no dia 19 de janeiro de 2012. O

fundador da companhia e vários de seus executivos foram acusados formalmente de violar leis antipirataria nos Estados Unidos por facilitar o *download* de filmes e outros

tipos de conteúdo. Essa medida foi por causa do *Stop Online Piracy Act* (SOPA), um projeto de lei com regras mais rígidas contra a pirataria digital.

Nesse contexto, não era estranho que, na semana dos fatos, tanto nos “populares” como “em alta”, houvesse vídeos sobre o SOPA, o Megaupload, a greve dos *sites* em protesto contra a lei e a pirataria em geral. Eram os temas que na mídia nacional e internacional mais transitavam. O vídeo que estava em primeiro lugar nos destaques da *home* (figura 49) tinha como título “jovem surta após fechamento do Megaupload – SOPA”. Ele tem 1min47seg de duração e é um único plano fixo, gravado com uma *webcam*, que mostra um quarto, onde pode se ver a cama e a porta. De repente, entra um adolescente, fecha a porta e começa a berrar, se atira contra a cama e se cobre com um cobertor enquanto continua gritando e se mexendo para todos os lados. Coberto, começa a gritar com diversas vozes que vão acompanhadas de legenda “eu quero fugir e nunca mais voltar” “eu juro, você nunca mais vai me ver”.

Ele age como se estivesse lutando com alguém, os movimentos e as vozes lembram de filmes como *O exorcista*, que retratam uma pessoa possuída por um demônio. O adolescente sai de baixo do cobertor sem a maior parte da roupa, continua gritando, se atirando no chão até alguém chamar por ele de fora e ele simplesmente sair do quarto. Os comentários de outros usuários falam dos gestos, dizem que vão chamar um exorcista, escrevem frases que tentam acalmar o protagonista, seguindo a brincadeira. Outros sugerem que o escândalo é porque a mãe dele banuiu um *game* e muitos outros aventuram outras razões.

De outro lado, nos vídeos relacionados se estendem as mais diversas narrativas sobre o acontecimento. “Pássaro surta após fechamento da Megaupload”, é o título de um vídeo com um desenho animado da empresa de animação Pixar em que um pássaro briga com os outros. O usuário não foi o produtor do vídeo, mas sim das apropriações dessa imagem audiovisual, principalmente no modo de atribuir significados, inserindo – com o título, com o espaço que ele cria na plataforma, com comentários e com os relacionados – o vídeo num conjunto de acontecimentos que narram o fechamento do *site*.

Um outro vídeo relacionado é “Hitler se irrita com o fechamento do Megaupload (versão Brasil)”. Este último é um trecho do filme *A queda – as últimas horas de Hitler*, de Oliver Hirschbiegel, legendado por algum usuário em português. Em determinado momento, Hitler pede para parar o trabalho e tomar um descanso baixando um vídeo da

Megaupload. Alguém diz a ele que a Megaupload foi fechada pelo FBI e ele começa a gritar palavrões. O original do filme em alemão permite essas liberdades em que os sentidos de global e local, história e atualidade ficam, no mínimo, comicamente tensionados.

A mobilização de saberes e de imagens, a interconexão deles com o acontecimento que o pauta é uma rede infinita no qual o que une uma coisa à outra é a figura do usuário, sua memória e a memória ou arquivo audiovisual à qual ele tem acesso, que, muitas vezes, são as plataformas de compartilhamento, além, claro, de alguns *softwares* de edição, nem que seja para baixar e subir os vídeos. A razoabilidade que une esses sentidos tende a ser cada vez mais tênue, se o comparamos, por exemplo, com a busca da razoabilidade de todos os elementos na maneira tradicional de construir ou repercutir uma notícia no jornalismo e nas mídias tradicionais. Forma-se um ambiente que conecta os fatos (pirataria, Megaupload) com outras memórias audiovisuais que não teriam como se conectar a eles por vias lógicas. Trata-se de uma construção extremamente fugaz, tanto quanto a notícia, e circunscrita às plataformas. Seria muito difícil compreender sua razoabilidade de modo isolado, fora das plataformas. O *software* que programa esse tipo de construções e associações parece funcionar em modos semelhantes às ferramentas de busca; contudo, ele encerra algo de imprevisível, algo de acaso e, nessa imprevisibilidade, vejo os usos referidos por Certeau (1996). Os acontecimentos que são notícias no âmbito global são acionados como elemento-chave para reunir imagens, moldurá-las, para uma reapropriação das imagens profissionais ou para a produção das imagens amadoras.

Forma-se, assim uma rede de compartilhamento de sentidos e de circulação de imagens e informação por associação, por um elemento que as reúne. Uma verdadeira coleção. Alguém que não soube do fechamento do Megaupload provavelmente não compreenderá nenhum destes vídeos e pensará que é mais um vídeo absurdo, sem sentido, de usuários aos quais o tempo está sobrando.

Outro fato que mostra os modos de construção do acontecimento, mas em outra direção, embora com a mesma lógica associativa, revela o potencial do audiovisual da *web* para criar acontecimento. Para começar, por algum nó dessa grande rede, que não foi o primeiro nem o último, partimos da cena (postada em vídeo no YT) de um show do cantor brasileiro Lenine⁴⁴. Ele abre seu show em João Pessoa, agradecendo, olhando

⁴⁴ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=AlnhIQ50SOc> Acesso em: 23/2/2012.

para o público e dizendo: “Mas, olha, está todo mundo aqui”. Depois de um silêncio diz: “Só falta a Luiza que está no Canadá”. Muita gente riu e muito provavelmente a maior parte do público não entendeu a piada.

Tudo começou com um anúncio sobre o lançamento de um prédio

Figura 50 – Vídeo que deu início à campanha “Luiza que está no Canadá”, no YT



Fonte: YouTube, 2012

residencial veiculado numa TV na Paraíba. Na propaganda, um homem fala sobre as vantagens de um novo empreendimento imobiliário e em determinado momento diz: “É por isso que reuni toda minha família, menos Luiza, que está no Canadá, para recomendar este empreendimento...”.

Na cena está a família e na mesinha do

lado dele há uma foto da Luiza como vemos na figura 50.

De imediato, formou-se uma grande rede com esse “menos Luiza que está no Canadá”. No Twitter surgiam frases com a etiqueta #LuizaEstánoCanada. Novos vídeos interferiam com esse primeiro, inserindo uma outra foto no porta-retratos ou com moças que diziam ser a Luiza e falavam dos motivos mais diversos que explicavam por que estavam no Canadá. Em três dias, a frase foi repetida nas mais diversas circunstâncias, as luizas se multiplicaram, as imitações mostrando outros empreendimentos e lamentando a ausência de Luiza se tornaram um grande caleidoscópio audiovisual. Mais uma vez, personagens de filmes ou *personas* reais de Hollywood ou da TV brasileira, através de montagens com legenda ou dublagem, se posicionavam sobre o fato.

Em seis dias, começou a campanha “Volta Luiza que está no Canadá”. Grupos de diversos tipos de música compuseram temas pedindo essa volta. No fim, a moça que tinha ido fazer um intercâmbio voltou um pouco antes do planejado e toda a grande mídia (Globo, Band, Record) cobriu a chegada da Luiza, que voltava do Canadá. Internautas criaram um evento *online* no Facebook em comemoração à sua volta, e quase 8 mil pessoas confirmaram “presença”.

As palavras “Luiza que está no Canadá” no motor de busca do YT dá um claro panorama de todos os eventos da grande mídia (todos os telejornais da Globo e da Band deram destaque ao evento) e toda a construção do acontecimento, desde o comercial que lhe deu origem. É claro que também muitos desses vídeos estiveram nos destaques da

plataforma a cada dia. Uma frase solta foi capturada e, em rede, construída como um acontecimento que durou semanas, que se tornou uma espécie de dialeto para um grande grupo de pessoas, que teve cobertura das mídias mais diversas e que criou uma celebridade instantânea. A empresa de empreendimento imobiliário que deu origem a essa rede contratou a Luiza como garota-propaganda, e ela e a família estão vivendo no condomínio.

Embora possa parecer uma novela com final feliz, o que mais está presente neste acontecimento é a lógica do absurdo, que desafia muitas outras lógicas. É um território audiovisual completamente sem referências nas mídias anteriores. Talvez, se houvesse um modo de atualizar a rede virtual de comentários e de imagens criadas na imaginação de quem assistia à TV, encontrássemos um fenômeno semelhante. Contudo, ficaria no âmbito de uma rede imaginária sobre a qual não seria possível efetivamente um usuário intervir de maneira tátil na imagem produzida por outro usuário.

As plataformas formam colecionadores de imagens e realizadores audiovisuais, embora com diversidade de formas de apropriação dessas imagens. Contudo, a ideia de que as imagens não têm dono e que todos somos autores é uma mensagem que permanentemente está se construindo nesses contextos. Apesar de toda a rigidez jurídica dos direitos de autor, estes usos, ao mesmo tempo em que são incentivados, surpreendem a plataforma e estão moldurados pelo conceito de interface como pensado nessa tese. A cópia e o novo se combinam numa montagem própria das plataformas, principalmente do YT, a plataforma de vídeo que mais largamente conseguiu testar alguns usos dos usuários.

Em certa forma, a lógica acionada na construção desses acontecimentos lembra as práticas lúdicas que construíam as obras surrealistas, cujas ferramentas de trabalho eram o automatismo e o registro dos sonhos, que buscava eliminar o controle da razão. Embora tentassem driblar a preocupação estética e moral, as obras não eram só resultados do acaso. Como explica Batchelor (1999, p. 59), tinha “*un primer momento en el que se generaba al azar un conjunto de líneas o formas, seguido por una segunda fase en la que el artista debía ‘extraer’ las imágenes sugeridas por ese material producido al azar*”.

Durante a década de 1920, os surrealistas desenvolveram uma variedade de técnicas para excitar a imaginação e desvelar o inconsciente. Dentre essas técnicas, criaram ou adaptaram jogos infantis com o objetivo de exercitar o automatismo, bem

como para descobrir elementos comuns da imaginação dos seus participantes. Além disso, essas atividades proporcionavam o afloramento das profundidades oníricas mais secretas que se refletia também na obra individual de cada um deles. Apesar de aparentarem mera diversão, os surrealistas levavam esses jogos a sério, de modo que, como afirma Passerou (1983, p. 53), “*ponían en tales ‘distracciones’ una curiosidad casi experimental, ávida de averiguar que podía salir del ámbito psicológico*”. Esses jogos eram um modo de fazer produtivo e divertido ao mesmo tempo. Era um momento de autoexploração e autoconhecimento através do qual esperavam aumentar seu repertório de ideias e imagens a partir da ativação do inconsciente.

O dito até aqui leva a repensar sobre o modo que todo e qualquer acontecimento, inclusive do chamado “real”, é criado e quanto há nele de ficção, imaginação e de maior ou menor liberdade associativa. Na verdade, esse tipo de montagem em rede é próprio da *web*.

Podemos pensar o audiovisual da *web* atravessado pela potência associativa do *link* mas ainda em um estágio provisório. O elo, a associação é, no fundo, algo que moldura toda a *web* e vai adquirindo os modos mais diversos. Nesse sentido, podemos pensar também que as montagens audiovisuais referidas que misturam vídeos existentes com imagens novas são uma forma de operar um tipo de linkagem audiovisual que ainda não se tornou possível em outras instâncias da *web*, como por exemplo, as buscas.

As buscas no YT, nas plataformas de vídeo ou na *web* em geral, estão baseadas em texto. Ainda não é possível acionar uma busca para achar uma cena ou um objeto dentro do vídeo. Lembremos, mais uma vez, as críticas de Beiguelman (2003) e Nelson (2001) a uma *web* que ainda se pauta nos modos da escrita, que imita o papel e é hierárquica. Mas não necessariamente mecanismos de busca audiovisuais demorarão para ser criados. As metodologias do Estudos do *Software* (MANOVICH, 2008) apontam em uma outra direção, quando transformam as imagens sonoras, visuais, textuais, em dados e gráficos passíveis de serem cruzados, medidos, comparados e, sobretudo, igualados.

No YT, a possibilidade de refazer montagens audiovisuais, seja dentro do vídeo, seja nos títulos, legendas e comentários ou nos *tags*, provocando outro universo de associações (*links*) é algo muito próprio do meio no estágio atual da técnica e dos usos. Desse modo, criam-se acontecimentos e criam-se *personas*, dentro e fora dos limites de uma rede, dos limites inclusive das mídias.

4.2 IMAGINAÇÃO COLETIVA E GRAUS DE APROPRIAÇÃO DA TÉCNICA

Há, nestes modos de construir imagens coletivas que conectam usuários, mas também objetos de toda a história das imagens, um modo de imaginação que ainda é difícil de compreender e prever seus reais efeitos.

Se Benjamin (1996, p. 189) descrevia o potencial do cinema de mostrar o imperceptível com a dinâmica de seus décimos de segundo, que fez saltar o mundo carcerário de nossos bares, de nossos escritórios e habitações, de nossas estações e fábricas, que pareciam aprisionar-nos sem esperança, as plataformas de compartilhamento de vídeo, os *softwares* de edição e os usos prometem fazer saltar as próprias imagens, muitas vezes encarceradas na TV ou no cinema e transformar o espectador em usuário, nem que seja para inserir um título outro que conecta um trecho audiovisual com uma situação nova.

O realizador audiovisual da *web* é, mais do que nunca, um produtor de sentidos, um montador, um realizador de cinema-tato, parafraseando o cinema-olho de Dziga Vertov, onde a lente da câmera se transformava em retina capaz de tocar as realidades e apreendê-las na sua superfície.

Isso tem a ver com o avanço da técnica, tema muito caro a Benjamin. Em *O autor como produtor* (1975), ele reagia a uma visão instrumental da literatura pensada a serviço de fins políticos. Para o autor, a tendência política correta inclui uma tendência literária, e é essa tendência literária contida implícita ou explicitamente em cada tendência política a que constitui a qualidade de uma obra.

Estabelece, assim, uma distinção decisiva entre quem abastece o aparelho de produção literária (ou qualquer outro aparelho de produção, pode ser o acadêmico) e quem o modifica, alertando que o aparelho burguês de produção e publicação assimila quantidades surpreendentes de temas revolucionários e, inclusive, os propaga, sem colocar em risco sua própria consistência (a do aparelho burguês) e a da classe que o possui. No caso da fotografia, Benjamin afirma que modificá-la teria sido derrubar uma de suas barreiras, superar uma dessas contradições que acorrentam a inteligência, a barreira escritura-imagem:

Lo que tenemos que exigir a los fotógrafos es la capacidad de dar a sus tomas la leyenda que las arranque del consumo y del desgaste de la moda, otorgándoles valor de uso revolucionario. Pero con mayor insistencia que

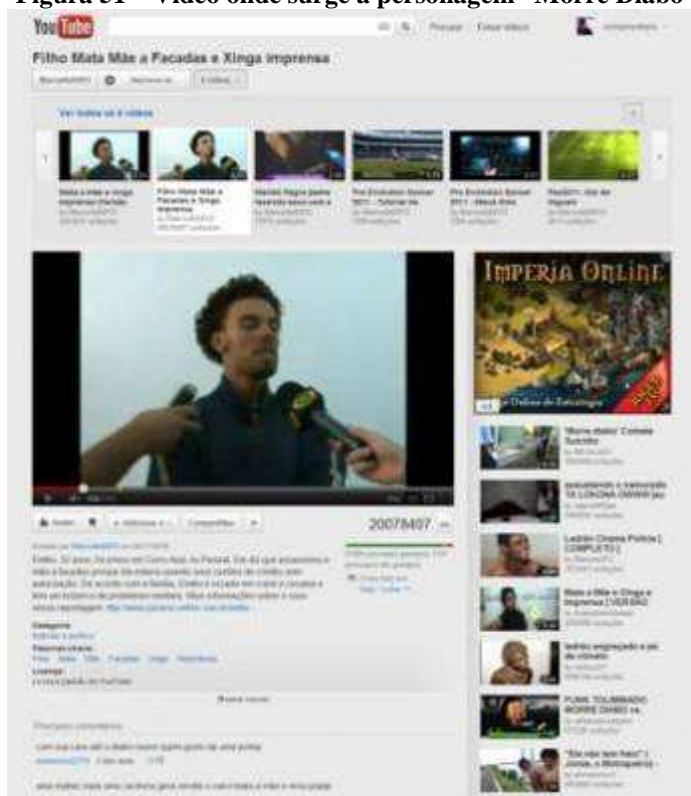
nunca plantaremos dicha exigencia cuando nosotros, los escritores, nos pongamos a fotografiar. También aquí el progreso técnico es para el autor como productor la base de su progreso político (BENJAMIN, 1975, p. 8).

Nesse sentido, o autor dá mais um elemento desse fazer avançar a técnica que apontaria a derrubar os limites entre as mídias, entre os lugares de produção e consumo e qualquer outro espaço ou função social rigidamente delimitado ou reservado só a um grupo específico. Que o consumidor se torne um produtor depende da técnica usada em seu produto, que possibilita esse aprendizado. Inscreve nele a técnica quase que no modo de um *software* livre que disponibiliza seu código-fonte para ser apropriado, melhorado e reinventado.

Um exemplo da técnica entendida dessa forma a que se refere Benjamin é o teatro épico de Bertolt Brecht. Ele tinha uma prática de interrupção da ação que combatia sistematicamente qualquer ilusão do público. Com a imobilização da ação, os acontecimentos eram retirados de seus contextos, e o espectador devia tomar uma posição em relação à ação do ator, quase que tomar seu papel. A interrupção da ação permite um distanciamento e estimula o pensamento porque retira a situação cotidiana de seu desgaste habitual, além de transformar as massas em especialistas, não meras reprodutoras.

A situação criada provocava, ao mesmo tempo, um distanciamento e uma

Figura 51 – Vídeo onde surge a personagem “Morre Diabo”, no YT



aproximação. A liberdade de criação (no teatro, na literatura, no audiovisual) só se dá superando os limites colocados pelo “aparelho de produção burguês” sobre o autor. O que está em questão, entre outras coisas, é a autonomia do autor e, nesse sentido, Flusser (2002) caminha na mesma direção quando confronta o funcionário de uma sociedade programada por aparelhos e aquele que joga com eles, os obriga a produzir informação não programada. Brecht teria alimentado

e, ao mesmo, tempo modificado esse aparelho de produção, teria jogado com a técnica teatral. A partir desse conceito de técnica, podemos pensar em mais um conjunto de imagens semelhantes às que vimos analisando.

Vejamos, por exemplo, o vídeo postado no canal “Marcosfull2012” (figura 51), um vídeo de 51 segundos⁴⁵ em que foi gravada uma entrevista com um jovem que teria matado a mãe. Em termos técnicos é um único plano, com mínimos movimentos que denotam a câmera na mão. O jovem xinga a imprensa que o questiona sobre os motivos do assassinato dizendo, entre outras coisas: “morre diabo”. Em pouco tempo a personagem foi apelidada de “Morre Diabo” e sua imagem aparece em outros vídeos produzidos por usuários em espaços que só têm existência nos confins da *web*.

Figura 52 – Morre Diabo é entrevistado pelo Jô Soares



Fonte: YouTube, 2011

É o caso de a personagem indo ao programa do Jô Soares⁴⁶ (figura 52), e respondendo a perguntas do apresentador. O autor fixou uma fotografia em que o Jô Soares entrevistava alguém e no corpo do entrevistado colou a cabeça do “Morre Diabo”, depois deu movimento à boca de ambas as *personas*, entrevistador e entrevistado, e montou falas com perguntas do Jô e falas da outra personagem.

Trata-se provavelmente de um usuário com razoável domínio do *Photoshop* ou programa semelhante, não é profissional, mas também não é

alguém que aproveita a automação de um Windows MovieMaker, um dos programas mais básicos de edição de vídeo, que vem junto com o sistema operacional Windows. Nesse programa, o usuário só deve se preocupar em subir o material e escrever as

⁴⁵ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=EkYDKHv53N0>. Acesso em: 15-02-2009.

⁴⁶ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=9NmDQs-rqBI>. Acesso em: 19-04-2009.

legendas, tendo a oportunidade de o *software* fazer automaticamente uma montagem das imagens.

Entretanto, cortar uma imagem como este usuário fez com a cabeça do Morre Diabo e montá-la sobre um outro corpo, assim como dar movimento à boca, implica um

pouquinho mais de conhecimento de programas para tratar as imagens.

Já um outro usuário, numa mixagem de imagens e sons, reúne uma cena de um filme do cantor Justin Bieber (figura 53) em que ele é baleado com as cenas do personagem Morre Diabo⁴⁷, como sequências de um mesmo filme, sem elas dividirem a mesma tela.

Outros se limitam a dar um irmão⁴⁸ ou um primo⁴⁹ ao Morre Diabo e, para isso, é suficiente fazer *upload* de um vídeo escolhido que – a critério

do autor – é possível ser associado com o vídeo em questão e dar títulos específicos que ponham em relação ambos os vídeos. Há, ainda, entre tantas outras presenças dessa *ethicidade* na plataforma – o Morre Diabo passa a ser um construto audiovisual da *web*, inclusive ele tem *twitter* e Facebook –, uma animação 3D⁵⁰ (figura 54). O usuário inseriu no vídeo um *link* chamando para assistir a outras animações feitas pelo autor, moldurando o espaço como um modo de aproveitar fatos e *personas* conhecidas para experimentar com animação.

Essa apropriação já demanda um domínio técnico de quase-especialista. Se pensarmos os remixes dos vídeos no contexto do distanciamento brechtiano, é difícil de

⁴⁷ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=vrZSXuRQT28>. Acesso em: 15-6-2010.

⁴⁸ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=XiWex9e8JBM&feature=related&noredirect=1>

⁴⁹ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=0lWLBmapvAg> Acesso em: 15-6-2010.

⁵⁰ http://www.youtube.com/watch?v=OzVj_dX5cGs Acesso em: 21-9-2010.

Figura 53 – Morre Diabo participa de um filme



Fonte: YouTube, 2011

avaliar até que ponto há um alimentar ou também um modificar o aparelho de produção. Contudo, é possível notar que a técnica no YT demonstra um estágio transitório. O meio é muito recente e ele próprio, o “aparelho de produção”, está testando suas possibilidades. O YT quer ser um espaço de todo o processo audiovisual: desde aquele usuário que não sabe nada a aquele altamente profissional e especializado.

Se compararmos com a televisão, há, nas plataformas, um apelo a dominar a técnica que não estava presente no meio anterior, nem que seja um domínio mínimo. No estágio atual, tocar as imagens, intervir nelas, nem que seja compartilhando vídeos é

enunciado como altamente desejável e necessário. Isso também ajuda a própria plataforma a abrir espaços para usuários que contribuem – pelas práticas – para compreender as potencialidades do meio, como é o caso do núcleo Guel Arraes na televisão (ver constelação de vídeos).

É o caso do canal Mysteryguitarman⁵¹, de um brasileiro que mora nos Estados Unidos e começou a fazer

Figura 54 – Morre Diabo em animação 3D



Fonte: YouTube, 2011

vídeos por diversão, mas hoje em dia seus canais do YT e sua produção audiovisual na plataforma é sua fonte de renda e atividade principal. O realizador é um grande experimentador, principalmente com práticas como dividir a tela, inserir recursos nela desde *links* até *players* dentro do *player*, e repetição. Em seus vídeos, ele é muitos e não para de se multiplicar. Também experimenta com música e inventa novas

Figura 55 – Perdidos no tempo – vídeo no canal de Mysteryguitarman, destaque para a marca do YT e os ícones virados



⁵¹ <http://www.youtube.com/user/MysteryGuitarMan?feature=watch> Acesso em: 13-9-2010.

Fonte: YouTube, 2012



formas audiovisuais de produzir musicalidades e sons com os cortes, as edições, as montagens, criando tensionamentos entre texto, o vídeo e som. Na figura 55 temos o vídeo “Perdidos no tempo”, que, além de ser um jogo disperso na plataforma e ligado por *links*, traz importantes questões sobre a interface e sobre a temporalidade dos vídeos da *web*.

O vídeo inicia com o Mystery mexendo em seu computador, com o *mouse*. Contudo, a tela do computador provoca alguns estranhamentos a quem a olha: os ícones como a marca do YT, no canto inferior direito, estão virados, o que produz a sensação de que nós – os que assistimos ao vídeo – estamos do lado de dentro da tela e o Mystery do lado de fora.

Ele clica onde não devia e é engolido pela *web* e levado a outras épocas em outros vídeos. Ao longo dos vídeos, vão sendo revelados códigos para ajudar o Mystery a voltar para casa, que na verdade não se sabe mais onde seria; as referências dos espaços se tornam líquidas. A interface nos modos como se atualiza no vídeo declara obsoletos o dentro e o fora e demanda novas categorias que remixem as temporalidades e as espacialidades.

Parecem existir, nas práticas citadas, alguns modos de fazer avançar a técnica e produzir estranhamentos para situações com as quais estamos habituados.

Ainda poderiam ser pensadas – embora de maneira ampla –, como formas de apropriação da técnica, três quase “gêneros” audiovisuais nativos das plataformas de compartilhamento, embora todos encontrem referências anteriores a eles em outros meios audiovisuais. São eles: o tutorial, o videolog e o *lifecasting*.

4.2.1 Gêneros emergentes

Figura 56 – Tutorial, usuária ensina a fazer trança embutida



Estou chamando de tutorial aqueles vídeos que correspondem a um certo “como fazer”. Geralmente, eles têm duas expressões predominantes. A

primeira, como vemos na figura 56 , uma moça que ensina a fazer uma trança embutida. O vídeo é feito por uma pessoa na frente da câmera (quase sempre *webcam*) que ensina a fazer alguma coisa, seguindo uma espécie de passo a passo que vai demonstrando com a prática. A segunda, se trata daqueles tutoriais relacionados a uso de *software*. Nesses casos, o passo a passo acontece no o escritório do computador, que passa a funcionar como espaço de gravação, como vemos no vídeo com o título como *fazer animação em flash* (ver figura 57).

Figura 57 – Tutorial: “como fazer animação em flash”. A área de trabalho funciona como estúdio de gravação



Fonte: YouTube, 2012

Se buscarmos pelas palavras “como fazer” na ferramenta de busca do YT, vamos encontrar os mais diversos tipos de conteúdo: desde artesanato à xilogravura ou uma fonte de energia eólica.

Chama a atenção a presença massiva desses vídeos no YT, e acredito que eles tenham a ver com uma certa apropriação da técnica: de uma técnica qualquer que se dá a ver na técnica audiovisual.

Ambos os estilos de tutoriais, principalmente o primeiro, são simples de produzir tecnicamente e, de alguma maneira, essa simplicidade levou os usuários a produzirem vídeos sobre algum conhecimento do qual eles têm domínio. Por um lado, este fenômeno pode ser pensado no contexto de uma certa tendência presente nos *sites wikies* e inclusive nos *sites* de busca que treinam os usuários a buscar informações básicas sobre qualquer área de conhecimento, instância esta que ficava sob responsabilidade de especialistas. Por outro lado, podemos também aqui ver sentidos de uma certa explosão do ensino a distância, que parece reinventar os significados de aprender e ensinar sem os limites geográficos, entre outros.

Contudo, o que considero mais interessante é a construção de uma *ethicidade*, um certo tutorial ou “passo a passo”. Esse sentido que acentua ao mesmo tempo o processual e o absolutamente compreensível em vistas a sua realização é um sentido que atravessa as próprias plataformas de vídeo e a *web* em geral. Lembremos que, na página

inicial do Justin TV, por exemplo, há um postit com três passos para se cadastrar e transmitir ao vivo (ver figura 42).

O passo a passo como construto audiovisual, o fazer vendo alguém que faz enuncia um modo de cópia diferente da usada como apropriação das imagens. Os tutoriais não são vídeos que inspirem sua apropriação como os vídeos tratados anteriormente. São vídeos cujo trânsito se expressa mais no número de exibições e no número de relacionados. Ele trata de um tipo de saber imediato e reforça sentidos da *web* como lugar de aprendizado dos mais diversos saberes. Recupera os manuais de instrução e antecipa o ensino a distância.

Um outro gênero nativo da *web* que vem tomando as plataformas de compartilhamento de vídeo é o videolog. A facilidade da dinâmica desse gênero, que só demanda alguém na frente de uma câmera *web* com algo a dizer, vem fazendo com que muitos usuários se tornem vloggers. Uma característica dos vídeos é que são monólogos e que geralmente o conteúdo das falas são comentários sobre questões do cotidiano. Contam com edição mínima ou mais complexa, mas a tendência é um enquadramento fixo na *persona* que fala.

Figura 58– Vlog do Felipe Neto no canal Naofazsentido



Fonte: YouTube, 2012

No Brasil, há vloggers que alcançaram um número de exibições muito grande, além de comentários, video-respostas e inclusive imitações. É o caso de Felipe Neto, com seu canal “Naofazsentido” (figura 58); ou de PC Siqueira com seu canal “Maspoxada” (estes dois foram convidados inclusive a fazer programas semelhantes em diversas emissoras de TV) e de Caue

Moura, com o canal “Desce a letra”, entre outros. Eles são bastante semelhantes no enquadramento num plano médio; os vídeos são um pouco mais editados que outros *vlogs*, com vinhetas de abertura e encerramento, *hiperlinks* para outros comentários e falsos *raccords*⁵². Os temas dos três *videologs* têm uma abordagem semelhante.

⁵² Para Aumont (1995), o *raccord* seria propriamente a construção de uma ligação formal entre dois planos sucessivos. Ele reforçaria a ideia de continuidade representativa, provocando um efeito de ligação ou até mesmo de disjunção. Esse último efeito seria um caso particular, o falso *raccord*, caracterizado quando a ligação não transmite a noção de continuidade de uma ação ou fato apresentado, mas, sim, uma ruptura no tempo/espço.

Relacionados ao cotidiano, podem ir do carnaval a um cantor do momento ou um comentário feito por alguém no elevador. Costumam ter um ou mais dias fixos na semana para postar seus vídeos no YT e têm afirmações categóricas nas suas opiniões que provocam respostas também categóricas entre os comentários havendo quem os ame e quem os odeie.

Chama também a atenção um modo comum de construir as falas. Elas não estão ligadas a um tipo de argumentação como entendida na lógica clássica que parte do universal ao particular ou o contrário, por dedução ou indução. As falas vão acontecendo e de um tema surge outro, como se fosse um *hiperlink* que determinada palavra permite estabelecer. Há uma concatenação de temas menos associados às relações de conteúdo e mais a elos ou *links* que aproveitam uma palavra ou frase para emendar outro assunto.

As *personas* tendem a fazer uma *performance* na frente da *webcam*, uma encenação como “opinadores”, destacando, mais do que a opinião, o acento nela independentemente do assunto. Mistura de ator e comentarista, o *vlogger* nada tem a ver com a ideia de diário de registro das próprias subjetividades. Há uma combinação entre um eu (que ensina ou que comenta-opina) e uma *webcam*, elementos que tornam possíveis estes gêneros emergentes e que ainda encontram uma outra combinação entre o eu-cotidiano e a câmera na transmissão do *lifecasting*.

Conforme já foi comentado, o Justin TV surgiu especificamente como uma plataforma para esse gênero. Iniciada com a transmissão do dia a dia de Justin Kan, muitos outros foram se integrando a essa prática. Atualmente, a plataforma quase não tem o *lifecasting* entendido dessa forma (um humano que anda com a câmera 24 horas por dia). Menos ainda depois que abriram uma nova plataforma chamada de social.cam pensada especificamente para transmissão de vídeos feitos com câmera de celular e tecnicamente mais adaptada a essa finalidade que o Justin TV. Contudo, o *lifecasting*, se entendido como uma *webcam* sempre conectada a um cotidiano, é o gênero que encontrou novos atores e moldura todos os canais do JTV com esse sentido.

Conforme já foi comentado, pelo bate-papo junto à transmissão, o JTV gera uma comunidade bastante fixa e bastante ativa na sua participação. Ali, a participação das pessoas no chat e as relações estabelecidas entre as imagens e os participantes é um fenômeno *sui generis*. Quanto mais tédio e monotonia no cotidiano exibido, mais animada e fluida está a conversa. O que pode ser admitido também como um

lifecasting, embora não como pensado inicialmente, como resultado de todo o dispositivo JTV.

Entretanto, o gênero se expressa massivamente na transmissão de *gamers*, um dos eventos audiovisuais que resultaram muito bem sucedidos na plataforma em número de participantes. O jogador interage efetivamente respondendo por *chat* ou respondendo ao *chat* nas próprias imagens que está gerando. Ainda uma outra forma bem-sucedida de *lifecasting* na plataforma são as transmissões de animais ou determinados cenários como uma esquina, um estabelecimento comercial, etc. Essas transmissões, que se assemelham às das câmeras de segurança, são as que mais se estendem no tempo, muitas delas transmitindo, de fato, 24 horas por dia e sete dias por semana, já que não precisam de alguém operando a câmera ou permanecendo na frente dela. A câmera com um ângulo amplo cobre a extensão do galinheiro ou do lugar onde estão cachorros, cavalos, ou gatos. A experiência que iniciou com um usuário humano foi integrando outros sujeitos enunciadores do cotidiano.

O ninho vazio, mas que a qualquer momento pode receber os donos de casa, a *Lan house* onde entra e sai gente ao longo de todo o dia, o galinheiro onde sempre há movimento são alguns dos novos *lifecasters*. O maior tédio é quase uma promessa de acontecimento, de ação, de imagens que se fazem esperar para acontecer, nem que para isso tenha que se passar horas a fio assistindo a imagens nas quais nada acontece. De outro lado, essas imagens da vida, de pedaços soltos e bem particulares, estão transformadas em imagens. Esse parece ser um dos sentidos mais importantes da plataforma e do rumo que toma esse gênero, transformar o real em imagem técnica.

Não importa o que de real, mas os pedaços de imagens quadridimensionais em experiências nulodimensionais, como diria Flusser (2007). Essas experiências nulodimensionais, conforme os exemplos que fomos abordando em todos esses usos, não só permanecem senão que se multiplicam, se reproduzem.

4.3 O ERRO, O TÉDIO E A CÓPIA REDIMIDOS NO AUDIOVISUAL DA WEB

No livro *Vidas desperdiçadas*, Zygmunt Bauman (2005, p. 34) lembra que a ideia de transformar o mundo é própria da modernidade. A mente moderna nasceu juntamente com a ideia de que o mundo pode ser transformado. “A moderna forma de ser consiste na mudança compulsiva, obsessiva: na refutação do que ‘meramente é’ em

nome do que poderia – e no mesmo sentido deveria – ser posto em seu lugar. (...) A opção é modernizar-se ou perecer.” A história moderna teria sido, portanto, a história da produção de projetos e um museu/túmulo de projetos tentados, usados, rejeitados e abandonados na guerra contínua de conquista e/ou desgaste que se trava contra a natureza.

Diante disso, o autor traz a figura dos coletores de lixo como “heróis não decantados da modernidade”. São eles que reavivam a linha de fronteiras entre normalidade e patologia, saúde e doença, desejável e repulsivo, aceito e rejeitado, o dentro e o fora do universo humano. Fronteira essa que precisaria de constante diligência e vigilância porque não é “natural”: não está separada por montanhas, oceanos ou gargantas intransponíveis que criam um dentro e um fora.

É a fronteira que demarca a diferença entre o admitido e o rejeitado e não o contrário. Portanto, o projeto delimita o refugio. Bauman (2005, p. 41) vai dizer que onde há projeto há refugio. Os usos do audiovisual da *web*, de alguma maneira, estão produzindo uma inversão nos valores modernos. A ideia de um projeto (*design*) que se propõe a mudar o mundo e está sempre produzindo seus dejetos se inverte nos usos de um audiovisual em que o trânsito, as frases soltas e o que não se encaixa são o que se torna acontecimento. E, como explicava Manovich (2006), essas táticas muitas vezes se transformam em estratégias.

Figura 59 – Lançamento de celular Aeiou no YT



Fonte: YouTube, 2010

O vídeo⁵³ das figuras 59 e 60 correspondem ao lançamento no YT de uma marca de telefonia móvel de São Paulo chamada Aeiou.

Nesse vídeo, a empresa reuniu algumas “celebridades” de internet para cantar a música de

lançamento dos celulares Aeiou. O vídeo traz referências à música *We are the World*, do movimento *USA for Africa*. Tudo nela, desde os planos individuais e gerais à própria

⁵³ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=6abiH1xtaZI..> Acesso em: 15-6-2010.

melodia, lembra o vídeo oficial da música composta por Michael Jackson e cantada por 45 celebridades norte-americanas, com o objetivo de arrecadar fundos para combater a fome da África. As “celebridades” do YT aparecem bem-caracterizadas, com a mesma roupa, posição ou gestos (para serem devidamente reconhecidas) que as levaram à fama. Se, como lembrava McLuhan (1999), os fãs do cinema queriam ver como eram seus ídolos na vida real e os fãs do meio frio da TV querem ver seus astros nos papéis que representam, na *web* a própria lógica de como eles se tornam celebridades não está relacionada à capacidade de interpretar e sim à anomalia, à repetição de um erro, uma limitação, uma falta, uma cena grotesca, tudo o que no *design* moderno era descartado.

É por isso que as celebridades na *web* estão relacionadas a uma circunstância específica que tem a ver com tudo aquilo que, na lógica da montagem do audiovisual anterior à *web* seria cortado fora. No clipe de lançamento do celular Aeiou, então, as *personas* aparecem nos contextos em que se tornaram celebridades, com as roupas e os gestos para serem devidamente reconhecidas, sim, mas, sobretudo porque o próprio conceito de celebridade não envolve a pessoa sozinha e sim a rede de objetos em questão que demonstraram os pré-requisitos para se tornar tal.

Para se constituírem celebridades, entretanto, não bastam o erro, a falta, a banalidade ou o grotesco; eles devem ser efetivamente transformados em cliques, em número de visualizações, de compartilhamentos, de trânsitos, cópias e remixes, conectados por e com usuários e com outras imagens. No vídeo em questão, se vemos as informações, abaixo do *player* (na versão do vídeo do canal “nasceuaeiou”, ver figura 59), onde diz “personagens”, aparecem os nove vídeos e seus respectivos títulos e *links* que fizeram todo esse percurso do erro à constituição de celebridades. Reparemos que as celebridades são muito mais um conjunto audiovisual de gestos, planos, figurino, montagem (em alguns casos) do que propriamente uma pessoa. A celebridade é, sobretudo, o vídeo que alcançou milhões de visualizações, foi copiado e parodiado.

Se a melodia da música, como aquela que a inspira, sugere idealismo, filantropia, a moldura publicidade, a letra da música e as *personas* resultam num desencontro de sentidos que geram um *nonsense* nesse vídeo. Se no refrão da música original, as celebridades norte-americanas diziam “Nós somos o mundo, nós somos as crianças. Nós somos os únicos que fazem o dia brilhante. Então vamos lá começar a doar”, enquanto primeiros planos rendiam homenagem às próprias celebridades que rendem homenagem às crianças africanas, no caso das celebridades *web* com a mesma

dedicação e olhar dirigido ao alto cantam “nasceu aeiou, eu quero o chip para eu falar mais e ser ouvido”.

Esta frase, contudo, e o vídeo em geral, os enquadramentos que se constroem ao redor das novas celebridades, geram uma polissemia se, na verdade, se está falando da marca ou se está falando do audiovisual da *web* e sobre os modos de ele se construir e dar voz a *personas*. Não está especificado na página de exibição do vídeo quem dentre aqueles personagens é realmente a *persona* que virou celebridade da internet e quem é ator, personagem daquela celebridade. Contudo, é possível perceber, nessas diferenças, modos de moldurar as mesmas *personas* de forma muito diferente da TV.

Vejamos o caso de uma dessas “celebridades” que canta a música, que é um ator e não a real *persona* do vídeo original. Trata-se de um homem de terno que aparece com uvas na mão como mostra a figura 60. Ele é referência a um vídeo em que o apresentador gaúcho da RBS TV Lasier Martins, numa reportagem da Festa da Uva ao vivo em Caxias do Sul, RS, tocou as uvas que estavam expostas em um painel e recebeu um choque elétrico que o fez cair e a emissora interrompeu a transmissão. Essa imagem, de imediato, ganhou milhões de exibições, cópias e paródias, tornando-se, assim, uma “celebridade” do YT. Na verdade, não foi Lasier Martins o convocado e sim a *ethicidade* que passou a ser conhecida como “a uva elétrica”.

Figura 60 – Celebridades do YT reunidas para cantar música em vídeo de lançamento da empresa de telefonia Aeiou (sequência produzida no site yooouutuube.com)



Fonte: YouTube, 2010

Essa situação se torna particularmente interessante para compreender também como a TV RBS moldura o apresentador com uma série de sentidos *ethicos* que dizem respeito ao jornalismo, o telejornal, a “verdade”, a cobertura dos fatos, a “seriedade”, a maturidade. Trata-se de um jornalista mais velho do que a maioria dos que fazem parte do programa “Jornal do Almoço”, é comentarista de fatos políticos e de outras áreas e a ele competem momentos particularmente conflituos, como a mediação de debate político entre candidatos a prefeito de Porto Alegre.

Esse Lasier Martins, nos modos como é construído na TV, é instantaneamente desconstruído no conjunto de vídeos relacionados à “uva elétrica”. Passou a ser um homem mudo (no comercial, por exemplo, ele não tem trechos solo) que tudo o que toca dá choque (o microfone, por exemplo), até que na cena final ele faz sinal de não tocar a uva como aparece na figura 60. A lógica da exclusão do erro, da gafe, do “tempo morto” é a que constrói o Martins e tudo na TV, o telejornal e a emissora como um todo. Os erros têm um lugar privilegiado para entrar e transitar nas plataformas de compartilhamento.

4.4 MEMÉTICA, VALOR DE USO E *SOFTWARES*

Encontramos, nos usos listados anteriormente, uma série de construtos que emergem de diversos modos, como repetição, cópia, imitação, apropriação das imagens pelo usuário e pela ação de *softwares*. Contudo, da cópia emerge algo de novo, de acaso, de inesperado, que se manifesta nesse processo à medida que a cópia atualiza um virtual ainda não atualizado nas relações imagens-usuários.

Para Calabrese (1989), as produções dos mais modernos meios de comunicação social nascem como produto de mecânica repetição e otimização do trabalho, mas o seu aperfeiçoamento produz mais ou menos involuntariamente uma estética. Seria uma estética da repetição, que se oporia à originalidade, ao irrepetível “ao ponto de ser verdadeiramente ‘indizível’ (isto é, não repetível, nem sequer num discurso sobre ela)” (CALABRESE, 1989, p. 42). Essa visão, sobretudo em relação à arte, é reconhecida pelo autor como confusa, ultrapassada e inadequada para os objetos estéticos de nossos dias. De outro modo, Benjamin (1996, p. 81) se referiu a um anseio nas massas de aproximar as coisas espacial e humanamente, desejo “tão apaixonado como a sua tendência para a superação do caráter único de qualquer realidade através do registro da

sua reprodução". Nesse sentido, poderíamos ver na repetição também uma ética da repetição, como ética de apropriação das massas. Essas ética e estética da cópia ou repetição são pensadas por ambos autores no contexto da revolução industrial.

Calabrese (1989), afirma, ainda, que a visão da “originalidade” deu lugar a uma exaltação da citação e do *pastiche*, mais apropriada para entender os produtos estéticos da atualidade. A repetição teria, segundo o autor, uma ordem estática (esquema) e uma ordem dinâmica (ritmo). O esquema é uma referência espacial, e o ritmo uma referência temporal. As diferenças de ordem repetitiva seriam diferenças de ritmo, a variação de ritmo seria uma variação de forma estética. Calabrese acentua que a importância não está no *que* é repetido, e sim nas maneiras de segmentar e codificar um texto, podendo, desse modo, ser identificado um sistema de invariantes, e o que não cabe nelas é considerado como variável independente.

Martín-Barbero (1987) também aborda a repetição como estética:

Podría hablarse entonces de una estética de la repetición que, trabajando la variación de un idéntico o la identidad de varios diversos conjuga la discontinuidad del tiempo del relato con la continuidad del tiempo relatado. Lo que remite al sentimiento de duración que inaugurará el folletín del siglo XIX, permitiendo al lector popular hacer el tránsito del cuento a la novela sin perderse. Es el oficio que desde la televisión cumplen todos los géneros producidos en serie, el oficio de mediación entre la lógica del sistema productivo y la lógica de consumo, entre la del formato y la de los modos de leer, las de los usos (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 52).

Ferreira (2004) lembra como o fenômeno da repetição aparece na natureza, permitindo a compreensão do mundo, pois ela só se dá à medida que os acontecimentos se tornam, para nós, regras, repetições e leis: “Imagine se vivêssemos em um mundo em que não houvesse repetição. Como haveria o dia depois da noite? Como organizaríamos nossos hábitos ou pensamentos? Como veríamos televisão?” (2004, p. 87).

A TV tem suas estratégias de programação baseadas em um ritual que podemos considerar o do calendário e o da repetição. É esse ritual que é responsável, em boa parte, pelo hábito de assistir à TV e por se criar uma certa relação afetiva entre a televisão e o público. Essa compreensão estaria na base do surgimento da horizontalidade (uma ordem de repetição na semana) e da verticalidade (uma ordem no

ritmo do dia) da TV às quais já estamos acostumados, mas que surgiram no decorrer da história da televisão.

Nas plataformas de compartilhamento de vídeo encontramos muitos modos de cópia e repetição. No início, há um estranhamento muito grande para o usuário que assiste à TV e acompanha um *chat* ao mesmo tempo, por exemplo, ou para aquele que vai clicando em vídeos relacionados assistindo a um audiovisual que não termina nunca. Pela repetição, se cria o hábito, e o ambiente das plataformas se torna “natural”. Esse é o processo de boa parte de nossos aprendizados. Além de copiar ações (trajetos) que nos acostumam com o meio, há outros tipos de cópias: técnicas são copiadas e realizadas em novas imagens, situações são copiadas e reencenadas, mas sobretudo imagens são copiadas e postas em contato com outras imagens num remix de imaginários. Essa situação é nova porque já não está exclusivamente nas mãos de profissionais das imagens e, sim, do usuário comum, embora com diversos graus de apropriação da técnica e da estética.

Os produtos audiovisuais na *web*, então, se atualizam na cópia e na repetição. Como aponta Bergson (1999, p. 127), é correto afirmar que o hábito se adquire pela repetição do esforço; “mas para que serviria o esforço repetido, se ele reproduzisse sempre a mesma coisa? A repetição tem por verdadeiro efeito decompor em primeiro lugar, recompor em seguida, e deste modo falar à inteligência do corpo”. Seria esse modo do corpo aprender que acontece na cópia o que estaria na base de toda a cultura. Podemos pensar nesse sentido também, por exemplo, a partir de Dawkins (2007) e Dennet (2011), que põem a cópia no centro da evolução da vida e como dinâmica de crescimento da cultura. Em *O Gene Egoísta*, Dawkins defendeu que a seleção natural se procede não no interesse das espécies ou do grupo, nem mesmo do indivíduo, mas no interesse dos genes. Embora a seleção tome partido amplamente no nível do indivíduo, os genes são os verdadeiros replicadores e é a competição deles que dirige a evolução do *design* biológico. Os genes são, então, entidades autorreplicadoras, ligeiramente imprecisas, com as quais a vida sobrevive, evolui. Esses replicadores automaticamente se juntam em grupos para criar sistemas, ou máquinas, que os carregam por aí e trabalham em favor de sua replicação continuada.

Cada unidade de replicação foi chamada por Dawkins de “meme”. A cultura evoluiria por esses memes. Assim aprendemos a língua, as músicas, a moda, as ideias, o modo de fazer vasos e toda produção cultural. Os memes são armazenados nos cérebros

humanos e passados adiante por meio da imitação, embora não seja um processo simples e nem todos os memes sobrevivam. Os que teriam mais chance de sobreviver são aqueles que se hospedam em cérebros com muitos memes, porque estes os poriam em relação com muitos outros. Contudo, o que mais me interessa nos memes não é tanto o que define sua existência e sobrevivência e, sim, a lógica da memética como modo de conhecimento e extensão da cultura.

Seguindo Dawkins, Dennet (2011) defende que estaríamos dotados de uma alma informacional que evolui numa lógica própria diferente da lógica da criação. A criação partiria de um ser inteligente que cria outra coisa e não o inverso. Nunca se vê um vaso criando um oleiro ou uma ferradura fazendo o ferreiro; é sempre o contrário. Contudo, Dennet defende que, para fazer uma máquina perfeita e bela, não é necessário saber como fabricá-la. A ignorância absoluta é a artífice. Há, nessa lógica, uma estranha inversão do raciocínio que parece dizer que a ignorância absoluta é a sabedoria absoluta.

A teoria de Darwin, lida por Dennet e Dawkins diz que as maravilhas da natureza foram feitas por um processo que não tem inteligência; ele é absolutamente ignorante. Dennet (2011) lembra que Alan Turing, matemático britânico, inventor do computador, foi outro a confirmar a inversão darwiniana. Antes dos computadores, quem fazia o que eles fazem hoje eram os humanos, que precisavam entender aritmética para fazer cálculos. Turing se deu conta de que não era preciso alguém entender aritmética, não se tinha que perceber ou entender as razões para fazer cálculos; e criou o computador.

Os dois reconheceram que é possível ter competência sem compreensão. Pensem se não é uma inversão estranha: por que enviamos os nossos filhos à escola e fazemos faculdades? Para sermos competentes. Desprezamos a decoreba, porque isso não dá compreensão. E eles nos estão dizendo que você não precisa de compreensão, pode ser competente sem compreensão. Um computador pode ser competente sem compreensão (DENNET, 2001, s/p.).

Para Darwin, a evolução não tem qualquer compreensão. A compreensão seria o efeito e não a causa. Dennet (2011) comparou um castelo feito de cupins e o templo Sagrada Família do artista Antoni Gaudí, mostrando as semelhanças na aparência entre ambos. O cupim não sabe o que está fazendo, ele o faz roboticamente. Gaudí foi um artista famoso, gênio, líder da equipe que construiu o prédio. Não há líder nem projeto entre os cupins. Gaudí projetou até os mínimos detalhes da catedral antes de ela ser construída. No caso de Gaudí a compreensão e o projeto vêm antes da obra.

A compreensão parcial seria, para Dennet, a chave da transmissão da cultura, da língua e da linguagem. Os memes regem o cérebro e mudam sua arquitetura funcional. Essa tendência que temos de interpretar tudo de cima para baixo, a partir de um plano pensado e projetado, é uma visão antropocêntrica e anacrônica; a vida não evolui assim. “No início não era o verbo ou a palavra, as palavras são uma invenção muito recente de um processo de seleção natural. Existe competência sem compreensão” (DENNETT, 2011, s/p.). Talvez sejam os meios digitais o modo como eles operam e o modo em que nós aprendemos a operar com eles que possibilitem entender melhor o funcionamento do gene e do meme, da genética e da cultura.

Como defendemos antes (MONTAÑO; KILPP, 2011), no artigo em que Benjamin (1996) trata da arte na era de sua reprodutibilidade técnica, o autor lembra que a produção artística começa com imagens a serviço da magia (na Pré-História) e, depois (na Idade Média), a serviço do culto; até que, na sua época (a Modernidade), e a partir do olhar crítico do autor, mesmo que autonomizada dessas funções, a arte ainda se manteria sob um regime próprio à esfera do sagrado, embora se tratasse de outra espécie de sagrado.

Mesmo que a sociedade já não estivesse à mercê do culto, a arte (e ele se refere aí à pintura) resistiria – no ambiente museológico que dura até hoje – à massificação, porquanto se inventaram novas formas de preservar sua magicidade em ambientes expositivos *offline*, via, por exemplo, sistemas de segurança que impedem que cheguemos muito perto das obras expostas, inserindo-as num ambiente mágico: por mais perto que estejam da nossa vista, elas são intocáveis, intangíveis. E isso seria suficiente para preservar o valor de culto, pois, na perspectiva do autor, atualiza-se a autoridade da obra única, que, entretanto, serve então para cultuar não outra coisa senão a própria unicidade da obra.

Em paralelo, a reprodutibilidade técnica coloca a mesma obra numa situação muito diversa, porque, graças à cópia, as massas (cujo acesso aos ambientes museológicos é difícil e raro) experimentam formas diferenciadas de acesso às obras, que passam ao largo de sua autenticidade e ao largo de seu culto em ambientes privilegiados. Com as cópias de todos os tipos que escapam às fronteiras dos museus, a frequência cede ao consumo e os modos de apropriação de produtores e consumidores muda.

Então, resumindo, e ainda na esteira de Benjamin (1996), ao valor de culto de obras únicas seguiu-se o valor de sua exposição em ambientes museológicos: multiplicaram-se e diversificaram-se as oportunidades de acesso a obras antes restritas a privilegiados clérigos nas celas das igrejas, ou a nobres em seus castelos, ou a burgueses em suas cidadelas. Essa exposição museológica (na qual se restabeleceu o culto, só que então à obra de arte) foi sobrepujada para além das fronteiras dos museus através das cópias, tornadas cada vez mais baratas e privadas: inaugura-se, com elas, o consumo privado de imagens.

A cópia de obras únicas – ainda de autoria pessoal, mas já direcionada não mais à experiência contemplativa de uns mas ao consumo⁵⁴ de muitos – é, no entanto, ainda um quase insignificante sintoma das grandes mudanças introduzidas na sociedade pela reprodutibilidade técnica. São as obras que já nascem cópia (como a fotografia e, principalmente, o cinema, à época de Benjamin), nas quais a unicidade e a autenticidade – e o culto, e o eterno e o sagrado – não têm o menor sentido, as que inauguram verdadeiramente o fenômeno referido nessas páginas, os usos.

Na perspectiva de Benjamin, em oposição aos valores eternos da escultura grega em mármore (o mármore é duro, inflexível, e a escultura precisa ser tão perfeita quanto o mármore é durável; isso implica que erros na escultura de uma imagem não podem ser corrigidos sem esfacelar a matéria em que ela é moldada), o cinema tinha a vantagem de ser perfectível e, por isso, podia ser imperfeito. De fato, filma-se de novo a mesma cena, descarta-se na montagem as que não ficaram boas, as que não interessam mais ao editor etc. Essa perfectibilidade oferece ao montador oportunidades que o escultor não tem: de escolher as melhores cenas gravadas em diversos momentos para, então, formar (ou esculpir) a imagem, que pode ainda ser “reesculpida” tantas vezes quantas o montador considere necessárias para alcançar a melhor imagem a partir de seu ponto de vista.

A perfectibilidade chega a um patamar ainda maior com o vídeo e a televisão editados por computadores; mas a TV é atravessada por uma lógica diferente, que é a transmissão contínua de uma multiplicidade de imagens desiguais, organizadas em uma macromontagem chamada programação. Machado (1988) aponta três tipos de montagens de TV: a montagem interna do programa; a montagem em termos da macroestrutura da televisão (um telejornal, uma telenovela) com os *breaks* comerciais e outras interrupções que amarram cada capítulo ou unidade com sua continuidade no dia

⁵⁴ Entendemos “consumo” como apropriação de qualquer coisa para certos usos, assim como seu descarte após o esgotamento desses usos.

seguinte, e, ainda, a montagem que o espectador realiza, com sua unidade de controle remoto, de um programa a outro, de uma emissora a outra. Aparece aí, já uma primeira montagem possível de ser feita pelo “usuário”, sobreposta à montagem das emissoras de TV, usuário ainda tido, porém, como espectador de imagens.

A amarração das imagens é o resultado de uma grande colagem que faz ‘casarem’, mesmo que de forma desconcertante, o pranto da mulher ‘traída’ pelo vilão com o sorriso da modelo que escova os dentes com a pasta X e fragmentos de um incêndio que está acontecendo naquele momento no centro da cidade. (MACHADO, 1988, p. 109)

Entretanto, se, na montagem televisiva, há um verdadeiro remix, uma instauração de panoramas imagéticos que nunca estariam juntos na mídia anterior, para o usuário, fora a ação do controle remoto na qual ele acelera a montagem, as imagens continuam atrás de um dispositivo de segurança como nos museus, a imagem como tal é inapropriável, mais do que em um nível da constituição de imaginários. É só com as novas mídias e o acesso aos *softwares* que as criam e as modificam que as imagens vão mostrar um novo valor que predomina na contemporaneidade: seu valor de uso⁵⁵.

Entretanto, o cinema antecipou essa qualidade da imagem contemporânea. O cineasta Dziga Vertov pensou a imagem cinematográfica de início do século 20 como um banco de dados. Bairon (2008) lembra que o cineasta russo estudou Medicina em São Petesburgo e, no mesmo período, criou o Laboratório do Ouvido que visava à pesquisa e ao registro sonoro dos mais variados fenômenos do cotidiano, como falas, ruídos etc. Fez diversas experiências como a produção e gravação de poemas tendo os sons como fundo. Posteriormente foi redator de jornal e participou de eventos de projeções cinematográficas em trens e navios. Em 1920, se transforma em cineasta e, durante essa década, produz mais de 20 filmes, dentre eles *O homem com a câmera de filmar*, de 1929.

Bairon (2008) explica que os 1692 planos do filme (o mais montado da história do cinema!) estão repletos de improvisos, que só foram possíveis graças às qualidades vertovianas de formação de bancos de cenas. “Bancos que também se transformam em protagonistas do filme. Como se o filme, assim como o próprio homem-câmera, também falasse de si mesmo e da sua relação com a montagem” (BAIRON, 2008, s/p.).

⁵⁵ 55Essas questões todas aqui resumidas foram tratadas no artigo “Consumo e valor de uso nas imagens audiovisuais da *web*” (MONTAÑO; KILPP, 2011), apresentado no 1º Congresso Internacional de Comunicação e Consumo (COMUNICON), em outubro de 2011.

Para o autor, há, no filme, uma criação hipermediática pelo direcionamento imersivo que Vertov faz a partir da montagem, nos oferecendo uma condição conceitual que procura unir os pontos de vista do observador com o do realizador e com o do receptor.

Manovich (2006) desenvolve toda sua reflexão sobre as novas mídias a partir desse filme de Vertov. Apesar de as grandes possibilidades de composição e colagens digitais criarem associações entre os espaços virtuais que constituem uma narrativa, esta não precisa, necessariamente, ser sempre a meta. Alguns até contam uma história, mas não é esse o principal objetivo.

O autor descreve como própria da contemporaneidade uma certa mania de armazenar. A questão de reunir, juntar, conectar, organizar de alguma forma que facilite o acesso, a manipulabilidade, o uso desses dados é bem anterior à *web*, desde bibliotecas a álbuns de fotos, enciclopédias, dicionários, agendas e outros. O autor lembra que os CD-ROM e outros meios de armazenamento digital demonstraram ser especialmente receptivos para esse fim e inspiraram novos gêneros de base de dados, como a bibliografia. No entanto, para Manovich (2006), onde a forma de base de dados floresceu foi na Internet já que uma página *web*, como definida pelo HTML, é uma lista sequencial de elementos independentes: blocos de texto, imagens, fragmentos de vídeo digital e elos com outras páginas. Sempre é possível adicionar mais um elemento.

Manovich (2006) define um museu ou biblioteca da atualidade como uma quantidade de dados culturais. Essa característica da *web* num estágio do audiovisual de mais de 50 anos de produção de TV e cem de cinema, mais *softwares* e *hardwares* de captura e de edição de imagem fazem das plataformas de compartilhamento de vídeo uma usina memética que, ao mesmo tempo, copia, recicla e cria dados audiovisuais.

A *web*, na experiência do usuário, é um conjunto de coleções de elementos sobre os quais ele pode efetuar diversas operações, seja olhar, navegar ou buscar. As experiências são diversas: ler um relato, ver um filme ou navegar por um sítio de arquitetura, por exemplo. Desse modo, vai-se adquirindo um tipo de conhecimento do mundo, que se apresenta como uma coleção interminável e desestruturada de imagens, de textos e de outros registros de dados a partir dos quais vamos construindo percursos.

Por sua parte, as plataformas de compartilhamento de vídeos interfaceam essa qualidade *web* e colocam o usuário como Vertov colocava suas personagens e espectadores:

En uno de los planos principales, que se repite unas cuantas veces a lo largo de la película, vemos una sala de edición con las estanterías que se usan para guardar y organizar el material de rodaje. Las estanterías están marcadas como “máquinas”, “clun”, “el movimiento de la ciudad”, “ejercicio físico”, “un ilusionista”, etcétera. Se trata de la base de datos del material filmado. El montador que es la mujer de Vertov, Elizaveta Svilova, aparece trabajando con esta base de datos: recuperando algunos rollos, devolviendo a su sitio los usados y añadiendo unos nuevos. Aunque ya señale que el montaje cinematográfico en general puede compararse con la creación de una trayectoria a través de una base de datos, esta comparación, constituye, en el caso de El hombre de la cámara, el propio método de la película. (MANOVICH, 2006, p. 307)

Se no filme de Vertov há um encontro entre planejamento e imprevisibilidade onde o próprio acaso é planejado ao ponto de perder o controle das associações como sugere Bairon (2008), há, nas plataformas, uma montagem entre interface e usos que garante o planejamento e a imprevisibilidade.

O aleatório depende da perda de controle no interior de um todo planejado. Textos, fotografias, pinturas, cenas improvisadas do cotidiano se transformam, individualmente, em mais uma das tantas expressividades estéticas que até então se apresentavam separadas em nível midiático (BAIRON, 2008, s/p.).

Muitas vezes, essa imprevisibilidade não está especificamente nas montagens audiovisuais. Ela está nos percursos, nas cópias e repetições que acabam suscitando formas culturais – o banco de dados, no caso, como uma filosofia que atravessa as práticas cotidianas. O mundo é, então, uma grande quantidade de dados, inclusive nós mesmos, entre os quais só podemos estabelecer trajetos, associações, elos.

O dado não segue a lógica moderna do descarte, até porque o dado não é a coisa, é a informação sobre a coisa, impulso elétrico, operando uma inversão própria da pós-indústria. Inversão simbólica apontada por Flusser (2002), como, por exemplo, na identificação do sujeito do passaporte quando de sua apresentação no guichê: nesse momento e lugar, o passaporte significaria o portador; mas esse significado é invertido para o funcionário, pois, para ele, a pessoa concreta é a que dá significado ao passaporte. A informação (passaporte) é mais importante do que a pessoa concreta. O

dado pode ser reutilizado sempre, viajar em todas as direções, transcodificado, usado em diversos formatos.

Entretanto, os usos e intervenções nas imagens têm muito a ver, também com o acesso à técnica e a presença do *software* na interface, como explica Manovich (2011: s/p.):

Nenhuma das técnicas de autoriação e edição das “novas mídias”, que associamos com os computadores, é simplesmente o resultado do ser digital de uma mídia. As novas formas de acesso à mídia, distribuição, análise, geração e manipulação só existem devido ao *software*.

Para o autor, os termos mídia digital e novas mídias não capturam bem a singularidade da “revolução digital”, porque todas as novas qualidades da chamada mídia digital não estão situadas dentro dos objetos de mídia e, sim, nos comandos e técnicas de visualizadores de mídias, todas espécies de *software*. “Assim, enquanto as representações digitais tornam, a princípio, possível trabalhar com imagens, textos, formas, sons e outros tipos de mídias, é o *software* que determina o que podemos fazer com elas” (MANOVICH, 2011, s/p.).

Contudo, para o autor, os usuários comuns nunca lidam diretamente com o sistema binário, ou seja, com o sistema em que todas as quantidades se expressam pelos números zero e um; só os programadores o fazem. Eles interagem com arquivos de mídias digitais através de alguma aplicação de *software*. Dependendo de qual *software* usemos para acessar o arquivo, o que é possível fazer com esse mesmo arquivo digital pode mudar radicalmente. “Um *software* de e-mail no seu celular pode somente mostrar essa foto e nada mais. Os visualizadores gratuitos de mídia ou *players* que rodam no *desktop* ou na *web* normalmente oferecem mais funções” (MANOVICH, 2011, s/p.).

O exemplo dado pelo autor é a versão *desktop* do Picasa da Google. O *software* inclui “cortar”, autosseleção de cor, redução de olhos vermelhos, uma variedade de filtros, como foco e brilho, pode também mostrar a mesma foto colorida ou preto e branco sem nenhuma modificação no arquivo em si. Ele também permite aplicar *zoom* na foto várias vezes, de uma maneira que os telefones celulares não podem. No caso que a mesma foto seja acessada em uma aplicação profissional, como o Photoshop, é possível fazer muito mais intervenções.

Portanto, dependendo do *software* utilizado, as propriedades dos objetos das mídias podem sofrer ou não alterações radicais, sendo que o valor de exposição de

imagens que nascem cópia e que nos desafiam a copiá-las para consumo e a roubá-las para mixar é reaquescido quando elas passam a ser mediadas pelo *software*, que sempre inclui funcionalidades para além da exposição, nem que seja “cortar” e “colar”, isto é, demandam alguma ação do consumidor que o retira de sua área de conforto: a inércia.

5- CONSTELAÇÃO DE AMBIENTES

Uma vez que se entenda que o fundo oculto de nosso tempo é a informação viajando à velocidade da luz, torna-se fácil ver por que a escolaridade está mudando tão drasticamente.
(Marshall McLuhan)

Sabemos por McLuhan (1999) que o computador, a *web*, o audiovisual, o rádio, a TV, a roda, as armas nucleares ou o relógio – encurtando uma lista que poderia ser infinita – são extensões de nosso corpo ou de nossa mente. Todo artefato é uma extensão do corpo ou da mente que muda o nosso ambiente e a nossa própria imagem. A *web* e o audiovisual que ela hospeda não são diferentes.

Seria muito ingênuo pensar que as pessoas e a sociedade não se veem modificadas por esses meios, pensar que esses órgãos sensoriais e motores permanecem neutros à espera de nossas instruções sem modificar o ambiente ou fazendo-o conforme nós autorizamos. Essas extensões operam uma mudança no meio social total.

Mas a mudança é subliminal, muito difícil de perceber enquanto está ocorrendo, porque tornamos os meios figuras de um fundo invisível. Muitos acreditam que “*El hombre y la sociedad permanecen esencialmente inmodificados por estas extensiones, que simplemente sirven para aumentar la conveniencia o reducir la dificultad*” (MCLUHAN, MCLUHAN, 1990, p. 109), mas, na verdade, os efeitos transformativos de nossos órgãos artificiais (os meios) geram condições totalmente novas de serviço ambiental e de vida.

McLuhan propôs que as extensões seguiriam quatro leis, as leis dos meios, que permitiriam perceber os “efeitos” de uma tecnologia. Como explica Machado (2009), para McLuhan “efeito” é uma noção que tenta capturar o devir das transformações, a mudança que o surgimento de um meio opera na cultura.

De acordo com as leis dos meios, haveria quatro perguntas que ajudariam a pensar de modo ecológico qualquer meio, tecnologia, ideia, *hardware* ou *software* e que ajudariam a mostrar que o artefato não é neutral ou passivo e que ele transforma o

usuário e seu campo. As perguntas remetem a quatro processos simultâneos não consecutivos e foram assim formuladas:

1- *¿Qué aviva o intensifica o hace posible o acelera el artefacto? Esto puede preguntarse con respecto a un bote de basura, un cuadro, una aplanadora o una cremallera, así como a una proposición de Euclides o a una ley de la física. Se puede preguntar acerca de cualquier palabra o frase de cualquier idioma.*

2- *Si algún aspecto de una situación se agranda o intensifica, simultáneamente es desplazada, con ello, la antigua condición o situación no intensificada. ¿Qué se desplaza o caduca por el nuevo "órgano"?*

3- *¿Qué recurrencia o recuperación de antiguas acciones y servicios es puesta en juego simultáneamente por la nueva forma? ¿Qué campo más viejo, previamente caducado, vuelve ahora, inherente a la nueva forma?*

4- *Cuando es llevada a los límites de su potencial (otra acción complementaria), la nueva forma tenderá a invertir las que habían sido sus características principales. ¿Cuál es el potencial de inversión de la nueva forma? (MCLUHAN; MCLUHAN, 1990, p. 111)*

Responder a essas quatro perguntas que configuraram a téttrade de McLuhan demanda uma cuidadosa observação do artefato na relação com seu campo e não podem haver respostas abstratas. Elas serviram para McLuhan fazer uma série de explorações em relação a tecnologias ou ideias das mais diversas. No livro *A aldeia global* (MCLUHAN; POWERS, 1993, p. 172), os autores fazem um glossário das tétrades, no qual submetem diversas tecnologias ou ideias às quatro perguntas. Por exemplo, dos meios elétricos eles vão dizer: “1) *Amplificación del alcance de la simultaneidad y el medio de servicios como la información.* 2) *Torna obsoleto lo visual, lo conectado y lo lógico.* 3) *Recupera el diálogo subliminal, auditivo y táctil.* 4) *Conversión en etéreo: el que envía es enviado”.*

A téttrade mcluhaniana é muito mais um instrumento de exploração do ambiente criado pelo meio do que um método científico para chegar a resultados. Portanto, as respostas que ensaiei mais adiante, são uma das tantas possibilidades de aplicação da téttrade ao YT e ao JTV, lembrando que:

El téttrade, tomado en su totalidad, es una manifestación de procesos de pensamiento humano. Como prueba exploratoria, los tétrades no se basan en una teoría sino en un conjunto de preguntas; se apoyan en la observación empírica y por lo tanto son comprobables. Una vez más, en tanto que los tétrades Sean un medio para concentrar el conocimiento de cualidades ocultas o inadvertidas en nuestra cultura o sus tecnologías, actúan fenomenológicamente (Ib., p.24).

Podemos observar que as tétrades servem para explorações ecológicas e não para explicações e orientam-se por uma combinação de movimentos entre o que McLuhan chama de figura e fundo, e entre espaço visual e espaço acústico.

O espaço visual de McLuhan não seria um simples espaço ou uma imagem; é o conjunto mental da civilização ocidental, tal como vem procedendo durante os últimos 4.000 anos para esculpir a imagem de si própria “monolítica e lineal, uma imagem que enfatiza o funcionamento do hemisfério esquerdo do cérebro e que, no processo, glorifica o raciocínio quantitativo” (MCLUHAN; POWERS, 1993, p. 14). É um modo de operar sobre o real recortando figuras e fundos e ocultando fundos para organizar o espaço e a experiência de forma sequencial e hierarquizada. Isso tem efeitos devastadores em todas as áreas. Para pensar numa especificamente, podemos olhar os efeitos do modo humano de habitar o planeta, como se fosse figura de um fundo inalterado, inesgotável. O espaço acústico carece de centro e hierarquias, vem de todas as direções e acontece sobreposto (que é fundamentalmente a experiência das sociedades de tradição oral).

Nas ciências naturais, o pensamento ecológico adquiriu uma dimensão importante na década de 1970, quando o filósofo norueguês Arne Naess começou a falar em “ecologia profunda”. Inspirado em Bergson e Spinoza, Naess (1973) contestou a visão dominante sobre o uso dos recursos naturais baseado no antropocentrismo, segundo o qual o ser humano é o elemento-chave, a figura, e todas as outras formas de vida estão ao seu serviço, são o fundo. A ecologia profunda é biocêntrica, à diferença da ecologia superficial, que é antropocêntrica. Naess e muitos outros que seguiram na mesma direção, como o brasileiro Lutzenberger, argumentam que a natureza possui valor em si mesma, independentemente da utilidade que tem para o ser humano que vive nela. Como explica Capra,

a ecologia rasa é antropocêntrica, ou centralizada no ser humano. Ela vê os seres humanos como situados acima ou fora da natureza, como a fonte de todos os valores, e atribui apenas um valor instrumental, ou de ‘uso’, à natureza. A ecologia profunda não separa seres humanos – ou qualquer outra coisa – do meio ambiente natural. Ela vê o mundo não como uma coleção de objetos isolados, mas como uma rede de fenômenos que estão fundamentalmente interconectados e são interdependentes. A ecologia profunda reconhece o valor intrínseco de todos os seres vivos e concebe os seres humanos apenas como um fio particular na teia da vida. (CAPRA, 1998, p. 25-26)

Ter uma atitude ecológica diante da vida não seria simplesmente cuidar melhor dos rios e mudar os hábitos de consumo como práticas isoladas que mantenham uma relação êmica entre “nós” e a “natureza” (ou entre nós e quem quer que seja), isto é, uma relação figura-fundo oculto. É preciso que essa relação seja constantemente invertida, por uma relação de interface ou intervalo ressonante⁵⁶, que não se fixa nem numa nem na outra. Como aponta Guattari (1993), é preciso uma articulação ético-política entre três ecologias: o meio ambiente, as relações sociais e a subjetividade humana. Ou, como defende Latour (2005), é preciso ecologizar as práticas, toda e qualquer prática, inclusive a científica. O autor dá um exemplo bem específico que atravessa as relações humanas e não humanas:

de um lado temos as discussões nas comissões locais de água acerca da poluição nos rios; aí só encontramos os humanos “clássicos” se assim pode-se dizer, mas o que fazer para saber se o que é dito do rio é exagerado, urgente, superficial ou alarmista? Ora é preciso que para além dos humanos, se faça “falar” o rio. Existem pequenos crustáceos que servem aos cientistas de sentinelas para avaliarem sobre o estado do rio na condição de os mantermos e torná-los capazes de se exprimirem. Ora, se estes crustáceos se encontram em condições de entrar nas comissões em que se discute o futuro do rio, então porque havemos de separar os humanos políticos de um lado, e os não humanos apolíticos do outro. Uma tal separação é absurda. (LATOUR, 2005, s/p)

Os crustáceos de Latour, como as imagens de Gondry, os fundos de Coldcut e os inventários imagéticos de Guel Arraes “falam”. Para “ouvi-los”, ou como diz McLuhan, para poder voltar a ver, a perceber com todos os sentidos, é preciso fazer uma ecologia que de algum modo recupere os fundos que deixamos ocultos, que os torne provisoriamente figuras de novos fundos, para assim se operar uma desconstrução do olhar, que fundamenta e cega toda a nossa cultura ocidental. Essa desconstrução do olhar recupera o espaço acústico⁵⁷.

O que muda radicalmente, nessa passagem, nessa recuperação do espaço acústico, são os modos de percepção. McLuhan cita um trecho em que o escritor e

⁵⁶ Um exemplo dado reiteradamente por McLuhan é o de quando os astronautas de Apolo, em 1968, chegaram à Lua, deram um giro pela superfície e depois montaram uma câmera de TV focada na Terra. Os que estavam assistindo esperavam imagens de crateras e tiveram uma resposta reflexiva. “Entramos e saímos de nós mesmos ao mesmo tempo. Estávamos na Terra e na Lua ao mesmo tempo. Nosso reconhecimento individual do fato era o que dava significado (...) A verdadeira razão do fato não estava nem na Terra, nem na Lua, e sim no vazio intermédio” (MCLUHAN, POWERS, 1993, p. 23). A esse “espaço” o autor chama de intervalo ressonante. Um espaço entre o acústico e o visual. Teríamos tomado consciência dos fundamentos físicos individuais de ambos os mundos e queríamos aceitá-los, depois do choque inicial, como um meio ambiente para os humanos.

⁵⁷ Lembrando que, para McLuhan, o espaço acústico não está relacionado ao som, mas sim é um modo de vida multissensorial próprio das culturas não alfabetizadas, assim como o espaço visual é o modo de vida das sociedades alfabetizadas.

ativista francês Jacques Lusseyran relata, em sua autobiografia, o equilíbrio sensorial retomado pela força do espaço acústico quando ficou cego, já que a cegueira teria aguçado os outros sentidos, inclusive uma vista interior, e isso resultou em outros modos de perceber.

¿Cómo podría yo explicar la forma en que los objetos se acercaban a mí, cuando yo era el que caminaba en su dirección? ¿Estaba yo respirándolos, u oyéndolos?... Al acercarme, su masa se modificaba, hasta el punto de definir unos auténticos contornos...

Como con el sentido del tacto, lo que llegaba a mí de los objetos era una presión... Cuando yo ponía auténtica atención y no oponía mi propia presión a mi ámbito, entonces árboles y rocas venían hacia mí y dejaban su forma en mí, como dedos que dejan su impresión en cera. Esta tendencia de los objetos a proyectarse más allá de sus límites físicos producía sensaciones tan definidas como la vista o el oído. (LUSSEYRAN, apud MCLUHAN; MCLUHAN, 1990, p. 128)

Justamente, é essa nova experiência acústica e tátil, sensorialmente integradora que os meios elétricos criam. Esse é seu ambiente. Instauram uma mudança que, à época de McLuhan, eram situações em processo. Nesse meio, vêm se forjando novos meios e se reestruturando os antigos. A téttrade ou lei dos meios ajuda a perceber esse ambiente a partir de qualquer meio, tecnologia ou ideia porque todas são figuras do mesmo fundo oculto.

Para McLuhan e Powers (1993, p. 91), é o campo elétrico da simultaneidade que faz com que tudo esteja relacionado entre si, principalmente as tecnologias baseadas no vídeo, das quais surgiria o satélite, o computador, o banco de dados. Esses meios se caracterizam por uma presença consciente em muitos lugares ao mesmo tempo, que é o modo de pensar do hemisfério direito. Para eles, a natureza desse novo ambiente é fundamentalmente interativa porque *“algunas tecnologías relacionadas con el vídeo producirán las normas sociales dominantes del hemisferio derecho durante el próximo siglo. Los usuarios se convertirán en productores y consumidores en forma simultánea”*.

Conforme os autores, ao estarmos na torre de controle de informação, seja em casa ou no trabalho, recebendo informação a enormes velocidades, os resultados poderiam ser “perigosamente esquizofrênicos”, já que nosso corpo permanecerá num só lugar, mas a mente voará para o vazio eletrônico, estando em todos os lugares do banco de dados ao mesmo tempo. É a experiência que constatamos das mais diversas formas no audiovisual contemporâneo, um audiovisual ubíquo como o que McLuhan anunciava para o homem que emerge do novo ambiente:

hombre desencarnado tiene tan poco peso como un astronauta pero puede moverse con mayor velocidad. Pierde su sentido de identidad privada porque las percepciones electrónicas no están relacionadas con ningún lugar. Atrapado en la energía híbrida que despiden las tecnologías de vídeo. (...) La mente, como figura, retrocede hacia el fondo y flota entre el sueño y la fantasía. (MCLUHAN; POWERS, 1993, p. 103)

A ubiquidade é um dos processos que envolve os nossos meios hoje e toda nossa vida. Basta ver a ubiquidade das imagens audiovisuais e dos usuários adquiridas, como já vimos nos usos, por exemplo, nas páginas a seguir. Torna-se necessário, explorar o ambiente de nossa época e de nosso meio (o audiovisual da *web*, mas as plataformas de compartilhamento). Importante é, então, pensarmos o ambiente como um processo: o processo que nos inclui e que inclui as plataformas de compartilhamento. O ambiente não é pano de fundo inativo; é intervalo ressonante; é um “entre” espaço acústico e espaço visual; é a experiência sensorialmente integradora, embora invisível, que está acontecendo entre o meio ambiente e o usuário. É a vez da imagem audiovisual “desencarnada”, multipresente, que viaja em todas as direções, tornando-se outra a cada intervenção do usuário.

Voltando à tétrede, McLuhan e Powers (1993) afirmam que a visualização do hemisfério direito ajuda a ver figura e fundo ao mesmo tempo. Ela nos permite ver o duplo efeito, isto é o duplo espaço (acústico e visual) na vida de um artefato ou ideia, a simultaneidade que comprime o presente, o passado e o futuro e ilumina o limite entre espaço acústico e visual.

El tétrede no sólo revela el carácter configuracional del tiempo sino también que el artefacto (de la idea de base) es siempre el producto de la mentalidad del usuario. El tétrede incluye el fondo del usuario, como pronunciador; y paradójicamente, incluye al usuario como fondo. Nosotros nos hacemos a nosotros mismos y lo que hacemos se percibe como realidad (MCLUHAN; POWERS, 1993, p. 26).

Desse modo podemos pensar o YT isoladamente ou a contemporaneidade toda como o modo em que vamos fazendo a nós mesmos. A tétrede, chamada por McLuhan e McLuhan (1990) de “nova ciência”, por estar no intervalo ressonante da ciência e da arte, cria uma imagem impossível de enxergar no mero espaço visual. Ela faz um clique fotográfico ou uma captura de tela que atravessa passado e futuro e ela cria um agora da cognoscibilidade, uma imagem dialética, um silêncio, um anti ambiente, onde o ambiente (espaço acústico + espaço visual) do meio é dado a ver.

Tentando, então, algumas observações tetrádicas sobre as plataformas em questão, poderíamos dizer com base nos achados nas constelações anteriores, que:

A plataforma YT: 1 - *intensifica* a manipulação das imagens com *softwares* (imagens são para ser manipuladas, remixadas, copiadas, roubadas, manipuladas; 2- *torna obsoletos*: o *videoteipe* (que recupera em forma de *player*, como arte), mas também as fronteiras, a figura do espectador por um lado e produtor ou editor por outro (assim como outros dualismos da sociedade industrial, como produção e consumo, trabalho e diversão, algo e seu oposto), as fronteiras nacionais e as linguísticas, etc; 3 - *recupera* o nomadismo dos usuários e das imagens; recupera as figuras do caçador, do catador de sucata, do colecionador das eras agrícola e industrial, figuras em movimento que realizam diversas intervenções descontextualizadoras; transforma assim, o usuário em *gamer*, VJ, interator e a imagem em remix; recupera um tipo de imagem “entre”, de passagem, imagem interface; 4 – *inverte* o audiovisual e o mundo em banco de dados; todas as realidades podem ser decompostas e levadas a combinações outras: conectividades infinitas, num trânsito sem fim. Só há fragmento, dado, não há audiovisual ou qualquer outra coisa definitiva, só há informação, só há número.

A téttrade cria uma dupla relação de figuras e fundos. Dinamizando essa relação em algumas das direções propostas pelos autores (MCLUHAN; POWERS, p. 24-26), poderíamos dizer que a manipulação das imagens é figura da obsolescência das fronteiras como “programas”, “filmes”, “cinema”, “TV” e outras denominações que encerram o audiovisual (inclusive as grades de programação). O nomadismo, o espaço e sua ocupação, o trânsito como objetivo é figura do universo como um grande banco de dados.

A plataforma JTV: 1- *intensifica* o tempo presente em todas as direções – a transmissão (todos somos operadores de câmera, atores e espectadores simultaneamente), a interrupção e a exibição do cotidiano; 2- *Torna obsoleta* a narrativa com início, meio e fim; as emissoras e estúdios profissionais de gravação e edição; 3- *Recupera* o erro e a incompletude dos inícios da TV; 4- *Inverte* – as relações entre imagem e texto: a imagem para e o texto se movimenta.

O ambiente, à maneira como o apresentei aqui, é pensado também como virtualidade que se atualiza em alguns ambientes específicos que atravessam ambas plataformas. Vamos abordar a seguir três desses ambientes onde habita o novo meio: 1- o trânsito, a rua, a mobilidade é o primeiro, principalmente possível a partir da conexão

sem fio e dispositivos móveis. 2- Os ambientes de procedência dos vídeos ou das transmissões assinalados especificamente na página, em cada plataforma destinada a “enviar vídeos”, no caso do YT ou “ficar ao vivo” no caso do JTV e, 3- por último, o contemporâneo como um grande dispositivo construído como ambiência que tem o trânsito e a conectividade como suas urgências estratégicas.

5.1 O TRÂNSITO COMO AMBIENTE

A ambiência (*web*) onde o JTV e o YT (e as plataformas de vídeo em geral) estão sitiados e são acessados não é a mesma da TV tradicional. Embora a TV possa ser assistida em lugares públicos, como em estações, em bares, em consultórios, sua principal ambiência ainda é a casa. É na própria casa que se assiste a mais tempo de TV e é a casa que moldura as grades de programação de TV, importantíssima moldura da televisão, pois a programação das emissoras é dirigida a um público que imaginariamente seria o que está em casa em tal momento: para as dona de casa, os programas de culinária; para as crianças, os desenhos animados; para a família, o jornal.

A ambiência do Justin (TV!) e do YT pode, no entanto, ser pensada como o próprio trânsito atravessando espaços que estavam antes tão delimitados - mais no imaginário do que na vida vivida, é bem verdade, assim como os espaços da casa e da rua nos modos como DaMatta (2001) os aborda. Para o autor, a pessoa está relacionada à casa, e o indivíduo à rua, duas categorias sociológicas e ângulos a partir dos quais se pode olhar o Brasil. O conceito de comunidade, por exemplo, seria um que, ao mesmo tempo, recicla sentidos de ambos e os embaralha. Além desses dois lugares sociais que são reciclados como imaginários comuns na TV, eles denotam os modos como realizamos as montagens das narrativas sobre nossas vidas.

Como diz Hamburger (1998, p. 440), percebemos normalmente a vida como confusão e incoerência. Vamos por uma rua, escutamos pedaços de frases, cruzamos com pessoas de quem não sabemos nada; o tempo todo, os sentidos nos escapam. “Percebemos sons sem nem os escutar, cheiros, cores que irrompem; sentimos calor, frio, fadiga que resultam de carregarmos uma pesada carga nas costas”. Cada uma dessas sensações pode predominar, uma depois da outra, dependendo do estado de espírito da pessoa, do momento.

Como já observara Kilpp (2003), quando relatamos nosso cotidiano, operamos da mesma forma que se opera a montagem audiovisual da TV: retiramos os “tempos

mortos” e editamos aquilo que consideramos “nobre”. Por exemplo, o relato de um percurso de trem não dura a mesma quantidade de tempo que a viagem Suprimem-se trechos considerados inúteis e, conforme o foco do relato, fica só uma menção ao momento da viagem. Essa divisão social da casa e da rua, somada aos lugares fixos de recepção das mídias audiovisuais, moldura a montagem de nossos relatos. Enquadramos, assim, a saída e a chegada e descartamos boa parte do vivido, as imagens vistas nesse percurso, movimentos feitos, conversas de trânsito etc.

Contudo, é o fluxo televisivo, segundo Martín-Barbero e Rey (2001), a metáfora mais real do fim dos grandes relatos pela equivalência de todos os discursos – informação, drama, publicidade, ciência, pornografia, dados financeiros –, pela interpenetrabilidade de todos os gêneros e pela transformação do efêmero em chave de produção e em proposta de gozo estético que antecede as transformações dos imaginários de espaço social que estão em curso.

Mas, principalmente, a nova ambiência de trânsito que os novos meios possibilitam é a que, no mínimo, tensiona os espaços sociais e os modos de montagem que operamos da nossa vida. Embora um pouco cedo para perceber os reais efeitos das novas espacialidades pelas ambiências de uso dos novos meios, olhando as plataformas de compartilhamento de vídeo, parece haver uma mudança no lugar “nobre” que passam a ocupar, por exemplo, o que podia ser pensado como espaços “mortos”, trazendo para um primeiro plano o tédio, o anonimato, o erro (como vimos na constelação dos usos).

O erro, o absurdo, o amador, tudo aquilo que seria objeto de corte, que teria como destino o lixo ou que seria recolhido em algum espaço específico reservado para “anomalias” da TV, adquire no YT e no JTV existências insólitas. O novo ambiente recicla os velhos e instaura, assim, os novos espaços sociais, demandando inclusive novos imaginários espaciais.

Telefones celulares, micro e nanocomputadores são responsáveis pela possibilidade da continuidade ininterrupta de diversas conexões. Já não temos o contato com a imagem audiovisual só no lugar de chegada (seja em casa ou outro espaço fixo). Os dispositivos sem fio tornam o nosso movimento a ambiência de relação com a produção de imagens, seja para assistir ou produzir essas imagens. Aquele percurso do trem pode ter a cena de nosso vizinho de banco que flagramos dormindo e acompanhamos segundo a segundo (ao vivo, por exemplo), porque em qualquer segundo ele pode acordar. Fotografamos com o celular ou filmamos momentos do

cotidiano, comuns, que não teriam nada a oferecer de diferente, mas que podem render cenas engraçadas com milhões de visualizações ou, inclusive, flagrantes que podem até terminar no *Jornal Nacional*, dada a posterior repercussão do fato.

Como já apontamos em outro momento (ver constelação de interfaces), a ambiência em movimento, na qual muitas vezes assistimos às imagens audiovisuais nos novos meios, tem relações diretas com o modo como o vídeo está moldurado na página do canal (no caso do Justin) ou de exibição (no caso do YT).

Há dispositivos de trânsito mais fixos, como as molduras nas que as plataformas constroem o vídeo – como os vídeos relacionados –, e outros mais fluidos dados pelos usos. Mas diante de tantas ruas, atalhos e alternativas possíveis de deslocamento, pela

Figura 61-TvThudinha do JTV transmite BBB em diferentes canais, o primeiro é Tvthudinha_on19 e o segundo Tvthudinha_is_back. Terceiro quadro corresponde ao fechamento do primeiro



presença de *links* para fora da página ou pela presença de dispositivos de interação como o *chat*, o usuário parece estar estimulado ao trânsito, embora esteja comodamente sentado em frente do computador.

Alguns exemplos podem ajudar a compreender como a nova ambiência na qual está inserido o vídeo e a nova ambiência do usuário (o trânsito) mudam a experiência audiovisual e ambas estão relacionadas. Na figura 61, temos uma imagem do programa de rede Globo Big Brother Brasil nos modos em que ele se atualiza na plataforma Justin TV.

Os quadros da figura 61 foram capturados no Justin TV, no canal [tvthudinha_on19#](#) e no canal [Tvthudinha_is_back](#), ambos se enunciam como TV (“Tvthudinha”) no título do canal, no *chat* e em

alguns *links* em outras partes do canal. Essa prática é bastante recorrente no Justin, em canais que transmitem de modo pirata. Trata-se de assinantes de diversas modalidades de TV paga que transmitem gratuitamente pelos canais e *softwares* disponibilizados pelo Justin. Em algumas ocasiões, essa prática vai além de um gesto espontâneo e tem 24 horas de transmissão e uma rede de canais dentro e fora do Justin, com direito à venda de propaganda como é o caso da Tvthudinha.

O nome atribuído ao canal/usuário já evoca um tipo de sentido identitário transitório. Poderia se pensar, inclusive, nos espaços em que a TV e o rádio respondiam a cartas pedindo aconselhamentos, assinadas pela “sofredora” ou “o poeta apaixonado”. As identidades, nesses casos, não respondem a um documento de cartório ou a uma instituição e, sim, a um estado de ânimo ou de espírito ou algum outro critério privado e não público. Quando surgiram as salas de bate-papo, nomes desse tipo eram praxe. No caso do bate-papo do Justin, acontece a mesma prática, um pouco ampliada. Às vezes, os participantes têm nomes de atores ou de personagens ou simplesmente apelidos. No dia da captura dos quadros da figura 61, assistiam à Tvthudinha entre os mais de 300 espectadores e os mais de 100 que participavam do bate-papo, o “crodefinaestampa”, a “mineira_gv”, o “tomhimsel” e a “suzyyy”.

Na verdade, a pessoa só precisa revelar seu nome para se cadastrar, mas o nome dado não tem nenhum modo de verificação. O único que realmente conta é um endereço válido de *e-mail*, como pode ser, na vida *offline*, uma conta de luz ou água que comprovam o endereço. Se a conta de luz comprova um ponto “fixo”, que pode ser associado com alguém, o endereço de *e-mail* é um ponto móvel associado com o usuário que lhe dá autenticidade. Esse é o modo como o usuário transforma, no caso do Justin, o anonimato de um espectador numa *ethicidade* dona de canal que pode transmitir ou assistir, sendo individualizada; de outro modo ela só está presente no número de “espectadores” no pé do *player*.

Levado à Tvthudinha e sua rede de emissoras dentro e fora de Justin, o único dado que o usuário precisou para tal empreendimento foi um endereço válido de e-mail. O primeiro quadro foi capturado no dia 11/2/2012 e, dois dias depois, no dia 15, acessando a mesma URL, apareceu um aviso de que o canal foi retirado, conforme podemos ver no segundo quadro da figura 61. Na URL da página, é adicionado mais uma barra com “/dmca_violation”, que assinala violação aos direitos autorais. O aviso diz “Esse canal foi fechado: o conteúdo deste canal foi removido por pedido do detentor

dos direitos. Se você se sente aventureiro, comece a transmitir e preencha o espaço com seu vídeo ao vivo”. Contudo, a moldura *broadcast* que conduz para uma nova transmissão do usuário, gera um novo endereço e não preenche o “vazio”.

O aviso de um canal fechado é bastante frequente quando entramos em endereços de canais que já conhecemos. O novo usuário não fica sabendo dessa experiência até se inserir em alguma comunidade, ou seja, na participação em algum canal ou na exibição de conteúdos sem direitos autorais. Trata-se de uma prática bastante frequente em canais que transmitem canais fechados de televisão, principalmente canais pagos como BBB Paperview, criado pelas empresas Globo para acompanhar 24 horas o *reality show* da emissora. Quando um canal no Justin é denunciado como violando esses direitos autorais, ele é fechado. De imediato, é aberto um novo canal que geralmente só muda uma palavra ou número final. Portanto, no caso da Tvthudinha, são muitos canais, é só ver as finalizações com o número “19” ou a expressão *is back* (está de volta) para desconfiar do longo e acidentado percurso que a Tvthudinha fez. Contudo, a prática recorrente não é mal vista nem pela plataforma, nem pelos usuários que assistem de graça e interagem com o dono do canal, pedindo que troque de uma câmera para outra (recurso possível aos assinantes do *paperview*). A migração, então, seria uma prática do ofício, uma necessidade do meio.

É curioso também, como esse grupo de usuários, pelo menos esse grupo de *login*, que fazem a Tvthudinha, operaram aqui uma troca de fundo (ver primeiro e segundo quadro da figura 61). No primeiro quadro há um conjunto de logomarcas de canais de fundo que lembram uma TV a cabo. No título do canal, aparece um endereço: Tvthudinhina.net. Acessando esse endereço, encontramos um espaço onde é possível assistir a seriados, a filmes e a canais, assim como jogar games *online*. O espaço conta com anúncios dos mais diversos, como das lojas Americanas ou o *site* de comércio de eletrônicos submarino.com. As propagandas na Tvthudinha.net também usam a prática tão disseminada das plataformas de misturar a propaganda com o ato de ver vídeos centrando-as próximas ou dentro do *player*.

O *site* não apresenta informações sobre si (o clássico “quem somos”), e os seus membros, quando contatados, não respondem a perguntas sobre o funcionamento da TV, embora sejam muito ativos nos bate-papos na hora de falar sobre a programação.

A “Tvthudinha 19”, então, (figura 61) usa, no fundo e na foto do perfil de usuário, imagens próprias do programa, ao mesmo tempo em que, no título, não aparece

mais o nome da emissora e, sim, do programa em questão, talvez para ser menos localizada a falta com os direitos autorais ou para atrair mais usuários dando sentidos de oficialidade ao canal.

Os modos de ver TV que emergem nesse ambiente são claramente diferentes da TV *offline*. Embora esta já, há tempo, tenha desenvolvido práticas que conectam os telespectadores aos programas fora da TV ou do programa em questão (pelas revistas ou outros programas que falam desses, assim como os espaços de *making of*), chama a atenção o modo como o bate-papo transforma o *reality show*: os usuários estendem, ampliam, conectam e interpelam a imagem televisiva e cruzam imagens de suas próprias vidas com as imagens do *player*.

Minutos antes da captura das imagens da figura 61, os participantes do *chat* discutiam se um dos *brothers* do BBB12, Daniel, devia sair ou não do programa. Isso enquanto rolavam imagens aparentemente sem nada de mais com duas participantes na beira da piscina, falando sobre suas vidas fora do programa. Alguns membros do bate-papo explicavam que ele tinha faltado às regras, outros postavam os *links* do *Twitter* e de alguns outros espaços da *web* onde teriam vazado as imagens que mostravam a tal falta que aqui não vem ao caso. Outros traziam exemplos de *reality shows* dos países onde moram (vários do bate-papo participam diariamente, embora todos aparentemente fossem brasileiros, morando em países diversos). Outros pediam para a *broadcast* (a *Tvthudinha*) mudar para outras câmeras a ver o que rolava pela casa e asseguravam que, pelo jeito, os participantes não tinham ideia do que estava acontecendo.

A pressão das diversas manifestações da *web* foi tão grande que a Globo expulsou o participante, e inclusive, ele teve que passar por uma investigação policial. A emissora disse que foi alertada do fato pelas redes sociais e, por isso, voltou a olhar as imagens.

Voltando, então, ao ambiente, podemos ver que dele emerge um modo de olhar as imagens altamente tátil e conectivo. As imagens não são mais aquelas exibidas e, sim, as que emergem no intervalo ressonante situado entre o *player* e o bate-papo (que evoca outras imagens). A cena de um dos participantes dormindo por mais de uma hora na tela do *player* e o bate-papo estar mais ativo do que nunca leva a pensar na natureza de “*reality show*” do próprio Justin. As imagens do cachorro dormindo ou da esquina de um bairro de São Paulo transmitida 24 horas mostram que independentemente do vídeo ter ou não ação, é o *chat* onde de fato as imagens se sucedem. Ele traz uma série de

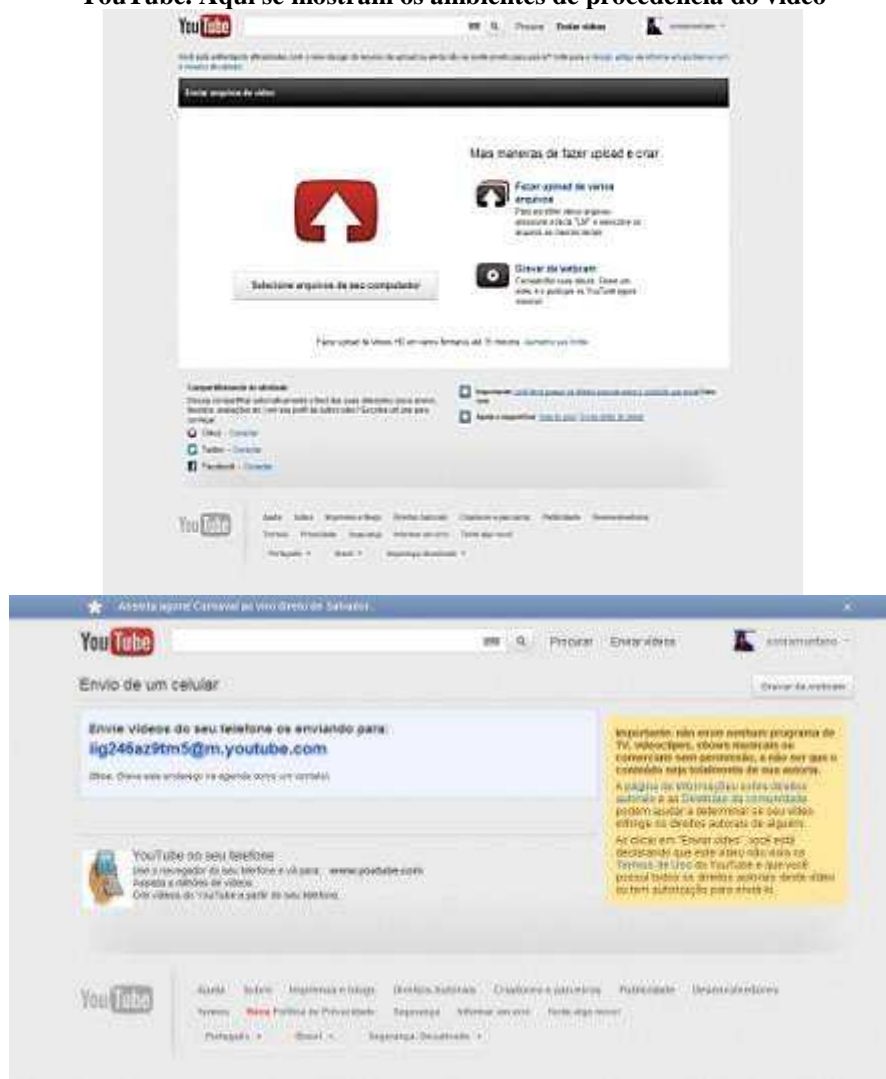
cenas que, virtualmente, começam a acontecer como figuras daquele fundo, o *player*, as imagens transmitidas.

O que a Tvthudinha estende? Uma multiplicidade de olhos táteis que vêm em muitas direções e que juntam essas imagens numa tela que só pode ser vista nesse ambiente. O que caduca com esse novo órgão? A distância entre imagem e receptor, o ver TV, a imagem como algo de outro, que não se toca; a “oficialidade” das coisas. O que recupera de antigas práticas? A intimidade entre vizinhos, a fofoca, a extraoficialidade. Qual seria sua potência de inversão se levada ao extremo? A antitelevisão (tele significa distante), a paralisação das imagens televisivas pela penetração de uma multiplicidade de imagens. O fim do *player* e de todos os suportes.

5.2 A REDE AUDIOVISUAL

Um outro intervalo ressonante criado audiovisual da *web* é aquele que, nas plataformas, diz respeito diretamente ao lugar de onde vem o vídeo. Como vemos na figura 62, o YT apresenta três espaços de onde se podem enviar vídeos: “*webcam*”, “*upload*” de arquivos da memória do computador ou outras memórias (sempre que tenha os direitos autorais do vídeo que

Figura 62- Percurso do vídeo para chegar a formar parte da plataforma YouTube. Aqui se mostram os ambientes de procedência do vídeo



Fonte: YouTube, 2012

envia) e “celular” por meio de um endereço de *e-mail*, com atenção, também, para os direitos autorais.

Já o JTV (figura 63) apresenta quatro espaços de procedência do vídeo



Fonte: Justin TV, 2012

legitimados, denominados da seguinte maneira: “câmera de internet”, “modelo

de celular”, “videogames”, “área de trabalho”. Celular e *webcam* são as áreas de procedência do vídeo, compartilhadas entre ambas plataformas. O Justin não apresenta a possibilidade de fazer *upload*, já que o vídeo é ao vivo e é esse vídeo que foi ao vivo que fica gravado no espaço do usuário. As opções de área de trabalho e *videogame*, na verdade, usam o mesmo aplicativo, o *Dyyno Universal broadcaster*, um *software* disponibilizado pela plataforma. De alguma maneira, esses espaços de procedência do audiovisual vão sendo moldurados com sentidos determinados e esse seria o ambiente.

O celular é o lugar do flagrante, da denúncia, do político, da rua. Ele tem usos, mas também um formato, um tipo de enquadramento, uma estética que o torna portador desses sentidos. A *webcam* é o lugar do *videolog*, que geralmente enquadra a pessoa em um cômodo de sua casa. É um audiovisual que fala em primeira pessoa como o *videolog* ou onde o cotidiano se mostra como o *lifecasting*.

A *área de trabalho* é o lugar do *gamer* e do tutorial de *software*, do didático. Emerge aqui um novo espaço de transmissão com características particulares que buscaremos compreender melhor como ambiente e lugar de enunciação de imagens audiovisuais.

5.2.1 A Área de trabalho e a *webcam*

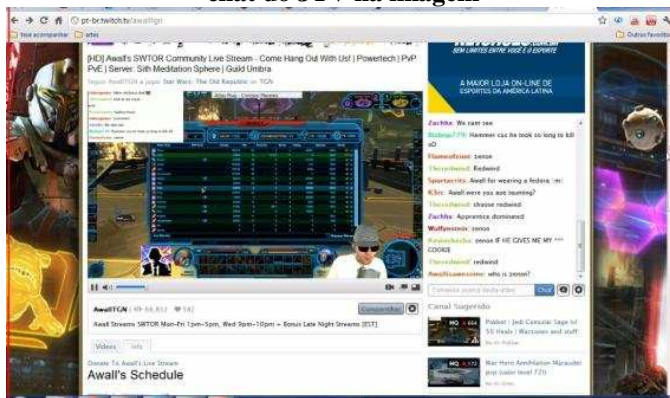
Começando pela área de trabalho ou *desktop*, ele é um lugar central na interface gráfica do usuário, um espaço que evoca as metáforas do escritório, arquivos, pastas e lixeiras. O computador já traz, na sua interface, possibilidades de intervir naquele espaço através do painel de controle, na opção “aparência e personalização”, a única tela na qual podemos intervir fora das telas específicas dos programas que abrimos. Em “alterar o tema”, por exemplo, podemos pôr imagens no fundo do *desktop* sugeridas

pela empresa que contratamos no sistema operacional que temos (no caso do computador em que escrevo, o Windows) ou podemos também pôr imagens de nossos arquivos pessoais, trazendo, por exemplo, a vida familiar ou de nossos bichinhos de estimação para a nossa tela, interfaceando nossa vida e gostos com os ícones de programas e atalhos de arquivos. Podemos também alterar o plano de fundo da área de trabalho, ou seja, um fundo para o tema (– que já é fundo dos ícones do desktop – também é possível seguir sugestões ou buscar em nossos arquivos) e, por último, ajustar a resolução da tela.

Contudo, o próprio computador tem mais uma operação sobre a tela que é a tecla *printscreen*; ela nos dá a possibilidade de capturar o escritório ou a janela na qual estejamos trabalhando, operando uma indistinção de sentidos entre ambos. Junto com isso começaram a ser desenvolvidos *softwares* para capturar telas (escritório ou qualquer uma aberta) e inclusive para capturar a imagem em movimento, gerando, por exemplo, as características imagens de tutoriais de *software*, em que vai se usando o programa e, numa montagem sonora ou com legendas, vai se explicando os passos do uso. Esses vídeos são muito frequentes no YT.

Que lugar é esse? Uma superfície que nos serve como atalho para os arquivos ou programas que costumamos usar com maior frequência. Um novo tipo de “estúdio”, onde construímos e gravamos e transmitimos imagens audiovisuais? Um espaço lúdico onde inserimos fotos ou fundos coloridos e agradáveis que nos lembram do universo humano extracomputador? Um “local” outro, por exemplo, uma página de *games* onde estamos jogando um determinado jogo: estamos no domínio dessa página e ao mesmo tempo ela está em nosso desktop.

Figura 64- Canal “Awalltgn” transmite o seu jogo de videogame e ao mesmo tempo faz um mix dele próprio e do chat do JTV na imagem



Fonte: Justin TV. 2012

Vejamos, por exemplo, a captura deste quadro (figura 64) transmitido no canal “awalltgn” do Justin TV. A imagem foi formada, como é padrão na plataforma, por um *player* central, um fundo escolhido pelo usuário e o bate-papo ao lado do *player*. O usuário que joga o game *Star*

Wars – The Old Republic na sua área de trabalho, reúne também, nesse lugar, o bate-papo, na parte superior esquerda, sua própria imagem, na parte inferior direita, o tabuleiro dos jogadores que estão participando do jogo, as molduras das equipes e os jogadores que, naquele momento, estão fazendo suas jogadas. No fundo do tabuleiro do jogo, está o cenário do *game*, ambientado na galáxia ficcional da Guerra nas Estrelas (os filmes do diretor George Lucas), entre alienígenas, humanoides e seres robóticos. Trata-se de um tipo de imagem audiovisual que reúne temporalidades e imaginários diversos. À tela própria do *game* (<http://www.swtor.com/>) e suas molduras, o jogador conseguiu inserir sua própria imagem e a do *chat* que está fora do território do *player*. Contudo, essas imagens saturadas de tensões se tornam o ambiente natural de muitos dos usuários que jogam *online* e assistem, ao mesmo tempo em que produzem essas imagens. São imagens cuja capacidade conectiva é incomum; contudo, o modo de conectividade parece ser êmico, onde cada elemento guarda seus limites com alta definição, resistindo ao mix. É também uma imagem que parece estar no limite de seu trânsito.

O que a experiência audiovisual do canal “awalltgn” e as imagens geradas nesse não lugar que é a tela transmitida com *software* estende? O registro de todos os momentos provisórios e as uniões fugazes. A experiência de combinar. A tolerância no lugar da hospitalidade. O que caduca com essa extensão? A consciência histórica. A capacidade de identificação com uma época, uma estética, uma filosofia, “um” o que quer que seja. O que é recuperado de práticas anteriores? A continuidade pelo súbito, como na era oral, e não pela ideia moderna de projeto. Qual seria a inversão deste audiovisual levado a sua máxima potência? A pós-história: a imagem técnica como lugar de residência de todas as épocas.

5.2.2 O arquivo e o *upload*

Para subir um vídeo de arquivo é só acionar a moldura “enviar vídeos” e “selecione vídeos de seu computador” ou “fazer *upload* de vários arquivos”. As memórias das quais os vídeos podem vir são as do computador ou as de qualquer outra memória conectada a ele (*pen drive*, câmera de vídeo, etc). Esse “arquivo”, no modo como é construído no YT passa a ser uma grande memória audiovisual que contém os vídeos das mais diversas áreas de produção como uma grande sala de espera virtual da qual poderiam (ou deveriam) passar para o seu lugar definitivo, o *upload* na plataforma.

Figura 65- Vídeo produzido no canal “Vagpontes” entre a medicina nuclear e o vídeo amador



Fonte: YouTube, 2011

Na figura 65, o canal-usuário “Vagpontes” fez *upload* de alguma memória familiar, um vídeo de ecografia gerado entre o campo da medicina e o do audiovisual amador. O vídeo⁵⁸ foi gravado na hora em que a futura

mãe fez a ecografia médica. As imagens são geradas pela medicina nuclear, mas não é esse o vídeo que foi postado, como sim acontece com diversas outras ecografias postadas na plataforma YT. O vídeo postado por Vagpontes foi produzido por uma câmera, fora do aparelho que realizava a ecografia. É possível perceber essa captura externa, porque o vídeo registra o som do *mouse* manipulado pelo médico ou o técnico que produz as imagens e também os comentários do ambiente, da mãe e outras pessoas que estão ali presentes pelo menos sonoramente.

Fazem parte da imagem alguns elementos como a marca do aparelho, nome do bebê e nome do médico, no canto superior esquerdo, e outras informações da área no lado superior direito, inclusive um relógio que vai marcando a hora.

Ainda há três *links* dentro do vídeo (acrescentados já quando moldurados na plataforma), um para o canal e os outros dois para a segunda e terceira parte que dão continuidade a este vídeo. Como podemos ver nos vídeos relacionados, tornou-se algo bastante frequente postar audiovisuais dessa natureza de imagens, como ecografias e ultrassonografias de bebês. Alguns são gravados pelos próprios aparelhos médicos e não têm interferências externas de outros sons ou imagens. Outros são incluídos em vídeos editados com *softwares* simples de usar, como Windows MovieMaker, que já vem com os pacotes de Windows e traz uma interface de uso muito simples com a possibilidade, inclusive, de subir os arquivos e editar automaticamente com inserção de música e efeitos à escolha do programa.

58

Disponível em:
http://www.youtube.com/watch?feature=iv&annotation_id=annotation_171851&src_vid=55oZ5riDlug&v=22k8DWJJ9Nw. Acesso em: 15-06-2011.

Há, então, nesse “arquivo” virtual, prontas para fazer *upload* no YT, imagens das mais diversas áreas da cultura, de arte, de ciência, do esporte e muitas outras. Com a diferença de que aqui, no YT, esse *upload*, esses *links*, esse vídeo relacionado, esse título que moldura o vídeo e o relaciona a um canal e, nele, a outros vídeos, os comentários postados por pessoas que assistiram ao vídeo transformou um audiovisual produzido entre o científico e o amador em mídia.

Nos modos como está moldurado na plataforma (inclusive com número de visualizações, possibilidades de compartilhar etc.), o audiovisual da “Sara” quando tinha 30 semanas e 1 dia (conforme diz o título do vídeo de Vagpontes) é tão midiático quanto o Big Brother, a novela das nove ou uma performance de videoarte (devidamente subida ao YT). Nesses modos de se atualizar da plataforma, ela moldura um arquivo virtual de possibilidades audiovisuais infinitamente aberto: câmeras de segurança, câmeras da medicina nuclear, vídeos de improviso gravados na vida cotidiana, os VHS da infância que ficavam nos armários de pais e avôs cuidadosamente guardados do pó para não estragarem, etc.

O YT se enuncia, pelo seu *upload*, como espaço que liberta o vídeo da sua função inicial e do seu anonimato para transformá-lo em mídia audiovisual. O vídeo passa dos arquivos produzidos em outros campos culturais para o campo midiático, e o YT é protagonista desse processo. A plataforma se enuncia como território de midiaticização em que, simultaneamente, acontecem os diversos momentos da indústria audiovisual que antes estavam separados: produção, distribuição, exibição, mas também, reciclagem e *remix*.

O grande arquivo audiovisual da humanidade, onde os vídeos estão antes de se fazer *upload* para a plataforma, é extenso em sua geografia e história. Pensemos, por exemplo, no uso de câmeras e monitores relacionados à vigilância, tanto na segurança pública como em qualquer condomínio, escola, loja etc. Pensemos também o lugar fundamental que essas imagens ocupam na construção de notícias policiais na mídia ou em outras áreas, como a criminalística. A TV torna algumas dessas imagens midiáticas, mas qualquer dessas imagens pode ser compartilhada nas plataformas.

O YT tensiona e dá novos sentidos para essas imagens e práticas audiovisuais. Só os arquivos formados por câmeras de segurança seriam suficientes para pensar na excessiva produção de imagens audiovisuais de nossa cultura e a softwarização que possibilita essa experiência.

Outras experiências em que o audiovisual está no meio dos processos são as do campo científico. Na Neurociência, por exemplo, não teriam experimentado e chegado a certas descobertas sem o uso do audiovisual e da transmissão ao vivo. O neurocientista brasileiro Miguel Nicolelis relatou, numa conferência em Porto Alegre, os resultados de suas pesquisas de interface entre o cérebro e os computadores com a criação de neuropróteses, pesquisas essas realizadas na Universidade de Duke, nos Estados Unidos. O cientista mostrou os modos como macacos controlam braços mecânicos para jogar *videogame*. A pesquisa investigava a possibilidade de braços robóticos beneficiarem aqueles que perderam o movimento dos braços, a quem essa prótese ofereceria alternativas (artificiais) de movimento. No experimento, um macaco jogava *videogame* e, ao mesmo tempo, via, numa tela, um braço robótico que ele ia incorporando como se fosse seu. Quatro semanas depois, ele foi aprendendo a jogar imaginando os movimentos, sem a ação motora, movimentando com sua mente o braço robótico. A tempestade elétrica do cérebro do macaco transmitida ao vivo alimentava os 21 modelos programados que movimentavam o braço robótico. O macaco realizava essa atividade na costa leste da Carolina do Norte, e sua atividade cerebral era enviada para Kyoto, no Japão, onde o robô decodificava a tempestade cerebral do primata.⁵⁹

Imagens são produzidas no cotidiano, nas teleconferências, num mundo global onde nos comunicamos por programas como Skype, com o vizinho de rua ou com alguém que está em outro continente ou com ambos ao mesmo tempo, numa tela compartilhada. No esporte profissional, câmeras ocupam lugares de quinto árbitro ou mesmo de técnico ajudando a corrigir movimentos, como foi mostrado numa reportagem do *Jornal Nacional*⁶⁰. O audiovisual está, também, no cerne dos métodos de arquivamento de dados e de documentos. Cada vez mais, arquivos, museus e bibliotecas que organizavam sua informação em microfilmes, atualmente os passam para imagens digitais. Há espaços semiprofissionais de vídeo que acontecem em concursos e festivais, e também os espaços criados pelos VJs nas festas e fora delas. Há movimentos como *Open vídeo*, que buscam maior descentralização no contexto de criação, produção e distribuição do audiovisual na rede. Há os panoramas urbanos desde as TVs no ônibus,

⁵⁹ Essa experiência está relatada em diversos vídeos do YouTube, entre outros: <http://www.youtube.com/watch?v=SSaBOd4pQpM&feature=related>. A experiência também foi realizada com o macaco caminhando numa esteira, movimentando um robô a distância como se fossem suas próprias pernas. A descoberta rendeu a Nicolelis a candidatura ao Prêmio Nobel da Medicina.

⁶⁰ Disponível em <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/02/maior-atleta-do-taekwondo-brasileiro-ganha-o-reforco-da-tecnologia.html>. Acesso em: 02-04-2011.

os painéis eletrônicos com imagem em movimento. Isso tudo nos pode dar a ideia de que vivemos uma cultura movida a *software* na qual há um arquivo audiovisual – pelo menos em termos virtuais – que não para de crescer.

O que esse arquivo como lugar do vídeo na cultura e o *upload* onde ele é transformado em mídia estende? A midiaticização de todas as coisas e antes disso a audiovisualização de todas as coisas. O que caduca? O “privado” como aquilo que não poderia ou não deveria ser midiaticizado ou audiovisualizado. As distâncias entre mídia e produção amadora. O que ele recupera? a ideia moderna de “arquivo”, de acumular tudo, decorrente da vontade de encerrar em um mesmo lugar todos os tempos, todas as áreas de produção da vida e da cultura. O que se inverte? *Softwares* de busca, etiquetas, títulos, comentários são mais importantes que o vídeo, uma vez transformado em audiovisual da *web*.

5.2.3 O celular, a rua e o flagrante

Os anos de 2010 e 2011 colocaram em pauta, das mais diversas formas, o tipo de cultura que vai se gestando com o acesso à internet e aos dispositivos móveis. O protagonismo que teve o, embora limitado, acesso à internet no Irã e outros países que fizeram parte da chamada “primavera árabe” foi suficiente para iniciar a crise de governos que se mantinham no poder indefinidamente. Uma crise causada pelo vazamento e pela circulação de informações com texto, foto ou vídeo, sobre as mais diversas violações aos direitos humanos, através do Twitter, do Facebook e do YT e o acesso a eles por dispositivos móveis, muitas vezes de dentro mesmo dos próprios presídios e centros de tortura.

Castells (2011) descrevia o cenário num artigo do jornal espanhol *La Jornada* falando em “fatos desconexos”, mas que juntos compõem uma nova trama de vida. O autor defende que, embora não pareça, há nos mais diversos fatos do cenário internacional de 2011 um fio condutor. Em todos esses episódios díspares repetem-se temas e formas com alguns horizontes comuns: a autogestão da vida e a presença, no núcleo da ação da internet e nas redes móveis. O uso das redes sociais em prol da liberdade nos países árabes, os movimentos de protestos na Europa, chamados de “os indignados”, o vazamento de informações de grandes corporações e estados pela ONG wikileaks, um pouco antes, em 2010, em seu *site*. Todos esses fatos se tornam uma

importante moldura para dispositivos móveis, como o celular e outros, ao ponto de Beiguelman (2011, s/p) dizer que “a cultura contemporânea móvel teria um fundamento aristotélico, recuperando a polis como lugar do humano”.

Junto com a mobilidade e facilidade de compartilhamento nas plataformas, há outras características que contribuem com um modo de moldurar o vídeo produzido por celular com esses sentidos de “polis”. O enquadramento, muitas vezes na mesma altura da cena onde está o filmado, a falta de edição, os planos sequenciais, os movimentos bruscos pela facilidade que o tamanho do aparelho apresenta, o gravar de improviso, começando quando a cena já está andando, a espontaneidade dos movimentos que às vezes enquadra a câmera em outros lugares até conseguir ir aonde ela quer, apertada pela multidão ou simplesmente limitada pela velocidade com as coisas que acontecem na rua. O enquadramento, como na *webcam*, tende a ser fixo, não porque não haja possibilidade de lente *zoom* e sim porque não há tempo de ajustes.

Essas características, muitas vezes isoladas, melhoradas ou simuladas, já constituem uma estética incorporada pela grande mídia; estética da rua, do imprevisto.

Os atributos da imagem de celular não seriam tanto a qualidade técnica e sim a

Figura 66 - Celular capta imagem no momento do enforcamento de Saddam Hussein. A imagem é reapropriada em canal do YT



Fonte: YouTube, 2011

qualidade de testemunha. Ao mesmo tempo, é diferente da câmera de segurança, já que o testemunho do celular está operado por alguém, um usuário humano que, entre outras coisas, consegue aproximar a câmera segundo interesses e não se mantém em posição fixa ou “indiferente”. A

figura 66 capta uma imagem de celular produzida no momento do enforcamento de Saddam Hussein, produzida de forma escondida e ilegal. No modo como ela se atualiza nesse canal do YT já apresenta algumas apropriações feitas nos seus trânsitos pela *web*.

É o caso do endereço de *site* que aparece na imagem (pandachute.com), um *site* que exhibe “os melhores vídeos da *web*” desde 2006.

O celular traz imagens do meio urbano. Não são somente grandes flagrantes, também são pequenos excertos do dia a dia. Muitas vezes são imagens que só querem dizer “olha o que estamos fazendo agora”, um tipo de vídeo que se basta numa circulação restrita. Como aponta Lemos (2007), são imagens imediatas, presenteístas (o que vale é o momento, a olhadela rápida). O que importa nesses casos é marcar o presente banal e não os momentos especiais e solenes. As fotos ou vídeos não são produzidos para marcar a memória como um arquivo, para ficar no dispositivo, imprimir e guardar em um álbum. “O consumo se dá pela circulação na rede, pelo envio rápido e imediato. Trata-se de circular e não de memorizar, para reforçar laços sociais” (LEMOS, 2007, p. 34). Para o autor, embora o celular possa ser usado para momentos solenes ou para fazer filmes e exibir em festivais para uma audiência (ou seja, podendo desempenhar funções massivas), o que impera na prática cotidiana é o uso para criar e reforçar redes de sociabilidade, um uso não massivo, não temporal.

Difícilmente, no presente, estas imagens de celular (ou uma simulação delas) não ocupam espaços televisivos, em qualquer tipo de programa, sejam as imagens de flagrantes, de denúncias ou de laços sociais. Em um primeiro momento, a própria TV parece enunciar que isso se deve à valorização do telespectador que estava onde a TV não podia estar. Contudo, podemos pensar num certo desgaste – como comentei antes – da perfeição da imagem, da qualidade técnica, da montagem que anula o erro, os enquadramentos centralizados e centralizadores. Esses novos dispositivos, de alguma maneira, ao multiplicar os modos técnicos de construir a imagem, abrem novas possibilidades para a experiência audiovisual. O torcedor do futuro que for, pela primeira vez, à quadra de futebol talvez não sinta tanto a falta de enquadramentos em primeiro plano na imensidão da quadra. O olho nu que não tem *zoom* nem *replay* estará habituado também às imagens mexidas, distantes e súbitas produzidas pelos amigos com seus celulares ou produzidas pelos dispositivos que ainda estão por vir.

O que o celular/rua como lugar do vídeo estende? O eu da testemunha e o eu do outro na produção de imagens, de registros, de relatos; o estado das coisas (sem a ordem de início-meio-fim), a fragilidade e o obsolescência das imagens. O que caduca? A era industrial, os sistemas de produção, a montagem e o perfeccionismo. O que é recuperado? A vigilância e os regimes de visibilidade, a denúncia e o controle do

público. Levado ao extremo o que inverte? O vídeo se transforma em modo de vida, o *lifecasting* passa a ser gênero dos gêneros e toda a *web* se transforma em plataforma de compartilhamento de vídeo.

5.3 O DISPOSITIVO CONTEMPORÂNEO E A AUDIOVISUALIZAÇÃO DA CULTURA

A contemporânea é uma cultura que multiplica dispositivos de comunicação e produção, circulação e exibição de mensagens e de imagens. Principalmente dispositivos que permitam conexão à internet com a possibilidade de mobilidade para o usuário. Por isso, os dispositivos são cada vez mais leves e com transferências de dados cada vez mais potentes. Conforme estudo divulgado pela empresa de tecnologia Cisco⁶¹, o número de dispositivos conectados à internet superou a população mundial, que era de quase 7 bilhões de pessoas, no final de 2011. Em 2015, este número equivalerá a duas vezes a população mundial. Cada pessoa terá, em média, dois dispositivos conectados à internet, o dobro da média registrada em 2010 pelo mesmo estudo. Com o aumento do número de dispositivos conectados, o tráfego de dados total da internet aumentará para quase 1 zetabyte, o mesmo que 1 trilhão de gigabytes. Em média, cada pessoa será responsável por enviar e receber até 11 gigabytes por mês – 8 gigabytes *per capita* a mais que o registrado em 2010. Segundo a Cisco, aumentará a quantidade de dados enviados e recebidos por meio da internet a partir de dispositivos fora da categoria de computadores. Em quatro anos, os PCs serão responsáveis por 33% do tráfego de dados gerado na internet, mas TVs, *tablets* e *smartphones* apresentarão taxas de crescimento de 101%, 216% e 144%, respectivamente. Isso também contribuirá para que o número de dispositivos conectados por meio de redes sem fio ultrapasse o número de dispositivos com conexão cabeada. Em 2015, os dispositivos com conexão cabeada responderão por 46% do total, enquanto os dispositivos sem fio representarão 54%. Atualmente, os aparelhos que se conectam à internet por meio de cabo são maioria e representam 63% do total. O estudo também confirma que, em 2012, os vídeos representarão 50% de todo o tráfego de internet no mundo. Segundo o estudo, todos os serviços de vídeo pela internet (TV, vídeo sob demanda, internet e compartilhamento P2P) representarão 90% do tráfego global de dados gerado pelos consumidores.

⁶¹ Divulgado em: <http://olhardigital.uol.com.br/produtos/mobilidade/noticias/supremacia-movel-cisco-diz-que-havera-mais-celulares-que-humanos-em-2012>. Acesso em: 10-02-2012.

A popularização dos dispositivos portáteis de comunicação sem-fio, com possibilidade de conexão à internet, aponta para a incorporação do padrão de vida nômade e indica que o corpo humano se transformou, segundo Beiguelman (2004), em um conjunto de extensões ligadas a um mundo pautado pela interconexão de redes e sistemas *online* e *offline*. Instrumentos especialmente desenvolvidos para a adequação a situações de trânsito e deslocamento, os PDAs (*Personal Digital Assistants*) são ferramentas de adaptação a um universo urbano de contínua aceleração e afetam sensivelmente as formas de percepção, visualização e comunicação remota.

Para Mitchell (2003, p. 57), o corpo adere aos dispositivos miniaturizados de celulares aos laptops e tornou simples conectar-se a partir das redes *wireless*, de localizar ou de ser localizado: “O virtual e o físico já não podem ser compreendidos como instâncias separadas, considerando-se a dissolução das fronteiras e a incrustação da informação e dos pontos de acesso à rede em todos os lugares”. Nesta direção, Mitchell sugere a existência de um estilo de vida nômade, gerado pelo crescimento mundial das redes, uma forma eletrônica de nomadismo, integrada a uma sofisticada infraestrutura *wireless*, combinada a outras redes e distribuída em escala global. Para o autor, ainda que seja possível uma analogia entre a infraestrutura de serviços, como rede de transporte, de energia ou de esgoto, sabendo-se que não poderiam operar sem a materialidade das instalações, contudo as redes *wireless* poderão conectar o corpo humano muito mais eficientemente ao local e às informações necessárias ao seu deslocamento na metrópole. A partir de ações de localização ou gerenciamento de arquivos, as redes e os dispositivos móveis podem permitir buscas, reconfiguração e identificação de informações em tempo reduzido e com eficiência. O conceito de nomadismo eletrônico defendido por Mitchell pode ser entendido como se “todos os pontos na superfície da Terra são agora parte da paisagem Hertziana” (MITCHELL, 2003, p. 55).

Di Felice (2009, p. 225) defende que a experiência contemporânea não pode ser caracterizada como nômade já que, nos modos de habitar o território, o sentido de lugar foi perdido. Teríamos um habitar pós-territorial. “Assim, a sociedade informacional seria uma forma específica de organização social em que a geração, o processamento e a transformação das informações tornam-se fontes fundamentais da sociabilidade”. O autor chama essa experiência de “habitar atópico”, porque não está ligado a coordenadas topográficas, mas a fluxos informativos. A espacialidade se torna mutante,

nem externa nem interna, um habitar “nem sedentário nem nômade que, por meio da tecnologia *wireless* e da computação móvel, faz do corpo o suporte da informação, aglomerando a “biomassa” com a “infomassa”, numa inter-relação fluida” (DI FELICE, 2009, p. 226). Para o autor, as pós-geografias e as redes digitais não são espacialidades na nossa frente, mas experiências imersivas que nos convidam a ir além da nossa vista. A paisagem pós-urbana, portanto, não é mais visual. Se a cidade e a metrópole podem ser escritas, fotografadas e filmadas, prestando-se de distintas formas à experiência do narrador, embora fragmentariamente, a experiência atópica do habitar, por sua vez, “resulta em algo irrepresentável e indizível (atópico) para a narração do sujeito”.

Mas o que esses dados significam para a nossa cultura? Por que a nossa época, ou contemporaneidade precisa, fabrica e consome tantos dispositivos de conexão e compartilhamento de dados e, principalmente de produção e consumo audiovisual?

Essas questões devem ser mais bem pensadas, principalmente porque todo o produto desses dispositivos se torna arquivo potencial para o audiovisual da *web* e, como diz Flusser (2002), um jogo totalmente aberto é injogável; a quantidade de produção audiovisual vai gerar que formas, que usos do mesmo e que interfaces? Mas, sobretudo quais os efeitos dessa audiovisualização e softwarização da cultura? Como compreender essa multiplicação de dispositivos que nos permitem uma mobilidade cada vez maior para estarmos conectados e que nos possibilitam recuperar e produzir audiovisual nas mais diversas circunstâncias? Neste momento se torna necessário pensar no contemporâneo de uma forma diferente de como o estamos entendendo até o momento. Para isso, é preciso buscar o conceito de dispositivo criado por Foucault (1985), que basicamente não fala de equipamentos e, sim, de regimes de fazer ver e fazer dizer que distribui o visível e o invisível, fazendo aparecer ou fazendo desaparecer um objeto que não existiria fora desta luz. Por isso, para o autor, não devemos buscar sujeitos nem objetos e sim os regimes de sua constituição.

Para o autor (FOUCAULT, 1985), o conceito de dispositivo demarca três grandes conjuntos. Em primeiro lugar, um conjunto heterogêneo, que engloba “discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo”. Em segundo lugar, o conceito demarca a natureza da relação que pode existir entre esses elementos heterogêneos:

Sendo assim, tal discurso pode aparecer como programa de uma instituição ou, ao contrário, como elemento que permite justificar e mascarar uma prática que permanece muda; pode ainda funcionar como reinterpretação dessa prática, dando-lhe acesso a um novo campo de racionalidade (FOUCAULT, 1985, p. 244).

Em síntese, entre estes elementos, discursivos ou não, existe um tipo de jogo, ou seja, mudanças de posição, modificações de funções, que também podem ser muito diferentes. Em terceiro lugar, Foucault (ibid.) entende dispositivo como um tipo de formação que, em um determinado momento histórico, tem como função principal responder a uma urgência. O dispositivo tem, portanto, uma função estratégica dominante. Ele teria um duplo processo para se constituir como tal: um primeiro momento é o da predominância de um objetivo estratégico, que, por um lado, processa uma sobredeterminação funcional – pois cada efeito, positivo ou negativo, desejado ou não, estabelece uma relação de ressonância ou de contradição com os outros, e exige uma rearticulação, um reajustamento dos elementos heterogêneos que surgem dispersadamente; por outro lado, processa um perpétuo preenchimento estratégico.

Um exemplo trabalhado pelo autor são os dispositivos de verdade. Segundo ele, cada sociedade tem seu regime de verdade, sua política geral da verdade, os tipos de discursos que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros. Há mecanismos e instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, as formas de sancionar uns e outros, técnicas valorizadas para obtenção da verdade, estatutos e encarregados de decidir o que funciona como verdadeiro. Ou seja, a verdade passa a ser, por uma série de instâncias, um regime visto e dito, um assunto agenciado e organizado.

Com Foucault (1985), podemos pensar na contemporaneidade como um dispositivo, entendendo-a não como uma indicação temporal quase geográfica, e, sim, como um dispositivo de enunciação da globalização das culturas, principalmente na conectividade e no trânsito de todos e de todas as coisas. Por exemplo, se o intelectual é visto como um “portador de valores universais” (FOUCAULT, 1984), essa posição está ligada ao lugar que ele ocupa no dispositivo de verdade.

Somos realmente contemporâneos quanto mais livres pela superfície andamos num trânsito sem fim para operar conectividades. As plataformas de compartilhamento de vídeo participam de maneira estratégica nessa construção do dispositivo contemporâneo, mas, sobretudo, nelas, é possível ver efetivamente o lugar que o

audiovisual tem, ele próprio, como tempo (a duração bergsoniana) de trânsito e conectividade.

Essa seria a grande urgência contemporânea, que está demandando um preenchimento estratégico que suscita dispositivos de trânsito e conectividade – entre outros, a *web*, as plataformas de compartilhamento de vídeo, os dispositivos de conexão móvel, as *webcams* e tantos outros.

De diversas formas e sob múltiplos aspectos, podemos pensar na contemporaneidade como um momento marcado pela urgência do trânsito e da conectividade e pela proliferação de dispositivos para essa finalidade. Com as redes e as tecnologias móveis, como telefone celular e *GPS*⁶², a conectividade parece ocupar o centro de uma cultura global marcada por compras *online*, cursos de ensino a distância, namoro pela internet, *sites* de compartilhamento de vídeos, mensagens instantâneas, etc. Bauman vê, na conectividade contemporânea, o centro da vida social: “Você não iria a *nenhum lugar* sem o celular (nenhum lugar é, afinal, o espaço sem um celular, com o celular fora de área, ou sem bateria). Estando com o seu celular, você nunca está *fora* ou *longe*. Encontra-se sempre dentro – mas jamais trancado em um lugar” (BAUMAN, 2004, p. 78). Essa experiência de não estar nunca fora ou longe e, sim, estar conectado, é uma das centralidades proporcionadas pelo dispositivo contemporâneo.

Ainda Bauman (1999) destaca a mobilidade como característica da globalização, seja ela por desígnio ou à revelia. Assim “estamos em movimento mesmo que fisicamente estejamos imóveis: a imobilidade não é uma opção realista num mundo em permanente mudança. E, no entanto, os efeitos dessa nova condição são radicalmente desiguais” (ibid., p.8). O autor lembra que a história moderna foi marcada pelo progresso constante dos meios de transporte. Os transportes e as viagens foram campos de mudança particularmente rápida e radical; o progresso aí não resultou apenas da multiplicação do número de diligências, mas da invenção e produção em massa de meios de transporte inteiramente novos – trens, automóveis e aviões.

Dentre todos os fatores técnicos da mobilidade, um papel particularmente importante foi desempenhado pelo transporte da informação — o tipo de comunicação que não envolve o movimento de corpos físicos ou só o faz secundária e marginalmente. Desenvolveram-se de forma consistente meios técnicos que também permitiram à informação viajar independente dos seus portadores físicos – e independente também dos objetos sobre os quais

⁶² Do inglês Global Positioning System (Sistema de Posicionamento Global), é um sistema de informação eletrônico que fornece, via rádio, a um aparelho receptor móvel a posição do mesmo com referência às coordenadas terrestres.

informava: meios que libertaram os “significantes” do controle dos “significados”. (BAUMAN, 1999, p. 21)

A separação dos movimentos da informação em relação aos movimentos dos seus portadores e objetos permitiu, segundo Bauman (ibid.), a diferenciação de suas velocidades; o movimento da informação ganhava velocidade num ritmo muito mais rápido do que a viagem dos corpos ou a mudança da situação sobre a qual se informava. O aparecimento da rede mundial de computadores pôs fim – no que diz respeito à informação – à própria noção de “viagem” (e de “distância” a ser percorrida), tornando a informação instantaneamente disponível em todo o planeta, tanto na teoria como na prática.

O antropólogo indiano Arjun Appadurai (2001), estudioso da globalização, problematiza também trânsitos e conectividades quando pensa as mudanças da contemporaneidade a partir de dois fenômenos: os meios de comunicação e os movimentos migratórios, assim como a suas inter-relações. Para ele, se bem que as migrações em massa voluntárias ou forçadas não sejam um fenômeno novo na história da humanidade, quando as justapomos com a velocidade do fluxo das imagens e sensações veiculadas pelos meios de comunicação, temos como resultado uma nova ordem de instabilidade na produção das subjetividades modernas. Conforme o autor, os meios eletrônicos e as migrações massivas caracterizam o mundo de hoje como forças que parecem instigar e obrigar a imaginação a trabalhar, já que, combinados, produzem um conjunto de irregularidades específicas. Tanto os espectadores como as imagens estão circulando simultaneamente: *“Ni esas imágenes ni esos espectadores calzan prolijamente en circuitos o audiencias fácilmente identificables como circunscriptas a espacios nacionales, regionales o locales”* (ibid.).

Essas imagens, todas elas que viajam em todas as direções, são o potencial arquivo das plataformas de compartilhamento. Elas transitam ao vivo ou circulam nas plataformas pelo seu valor de uso. Multiplicam-se os dispositivos de produção de vídeo, amplia-se o arquivo, o amador tem vez. Os caminhos entre o lugar do acontecimento ou os múltiplos eus e a imagem se encurtam (pelo *upload*, pela *webcam*). Se, seguindo Foucault (1985), o poder se reconhece e se afirma nas positivities que ele produz e não na violência ou censura, a audiovisualização da cultura e da vida é uma forma de poder que está ligado, na sua existência e no seu funcionamento, a outras formas de poder. E se nenhum poder se exerce sem a extração, a apropriação, a distribuição ou a

retenção de um saber, o de audiovisualizar a vida e de dar trânsito e conectividade às imagens se constituem no poder-saber da contemporaneidade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS: APONTAMENTOS PARA UMA ECOLOGIA DO AUDIOVISUAL DA WEB

Concluo aqui uma tese que deixa muitas questões em aberto e que provavelmente serão assunto de pesquisas que ocuparão ainda vários anos de minha vida e de minha atividade acadêmica. Estou ciente de que uma só das constelações ou um fragmento desta teria sido material mais do que suficiente para uma tese de doutorado, até porque cada constelação é pensada desde os quatro elementos que congregam as quatro constelações: vídeos, interfaces, usos e ambientes. Contudo, corri o risco da exploração de um meio que está em plena construção. A própria formulação do audiovisual da *web*, dessa forma, só foi possível por uma abordagem ecológica.

Nestas considerações finais, faço ainda três movimentos diferentes de retorno ao texto desenvolvido nessas constelações. Em primeiro lugar, esboço algumas considerações que retomam, a modo de encerramento, a imagem dialética do audiovisual da *web* formada, no percurso dessa tese, pela construção de uma ecologia do meio transmetodológica.

Em segundo lugar, formulo alguns questionamentos que poderiam provocar novas pesquisas e que poderiam ter sido tema dessa tese se, de alguma maneira, tivesse feito antes ou tido acesso a uma exploração ecológica das plataformas de vídeo.

Em terceiro lugar, formulo um glossário com os termos que surgiram ao longo da pesquisa, sem os quais não é possível compreendê-la. Não se trata de um glossário genérico, mas, sim, expressivo do modo como esses conceitos estão significados exclusivamente nos limites desta tese.

6.1- UMA IMAGEM DIALÉTICA DO AUDIOVISUAL DA WEB

Nunca tantas imagens foram produzidas e postas em circulação. Esse fato, que se tornou possível pela multiplicação de dispositivos e *softwares* do audiovisual, tem, nas plataformas de vídeo, sua mais expressiva dinâmica de atualização e virtualização em novas atualizações.

Chego ao fim de um processo que iniciou com a interpelação de umas imagens que chamavam minha atenção porque havia nelas uma textura diferente, algo com apelo tátil, que convidava a tocá-las mais do que a vê-las. Era esse o início de uma série de

constatações sobre a natureza digital das imagens que permite imitar, simular muitas outras naturezas e mixar diversas tecnologias. Com a observação, essas imagens foram crescendo em número e indicando as plataformas como ambiente privilegiado para elas passarem, crescerem e se multiplicarem de diversas formas e, principalmente se transformarem em imagens midiáticas, isto é, do campo da comunicação e não do campo de outras ciências. Imagens cuja finalidade é a de serem produzidas, distribuídas e exibidas – como nas mídias anteriores – e usadas, o que é próprio das novas mídias e do audiovisual da *web*.

Embora produzidas nos confins de outros campos, como o científico, o de segurança pública ou privada, o de outras mídias, ou nas plataformas, as imagens são remidiatizadas e transformadas em imagens do audiovisual da *web*.

Esses ambientes não são, então, simplesmente espaços neutros que contêm vídeos. Neles, os vídeos obedecem à certa organização e a uma espacialização, uma montagem que os enuncia de outro modo. Os elementos que rodeiam o vídeo incluem o usuário e incluem, também, uma multiplicidade de direções nas quais esse usuário pode se encaminhar audiovisualmente ou encaminhar o vídeo.

A interface se atualiza nas plataformas estudadas como encontro de diversas realidades – a do computador, a humana, a do audiovisual –, encontro este mediado por *softwares* em uma temporalidade u-crônica, em múltiplas direções e em tempo real, sem que necessariamente uma dessas realidades tenha domínio sobre as outras ou seja possível estabelecer exatamente os limites de cada uma. Essa é uma nova realidade, diferente da televisiva, da cinematográfica e do “real” como enunciado até agora nas telas. Não há mais a realidade da exibição que divide com a tela um dentro e um fora dela (embora possa nos incluir no olhar da câmera ou com tantas outras molduras); a interface nos inclui.

Esse conjunto de elementos (vídeos, interfaces e usos) formam um ambiente dinâmico, um processo, o das plataformas, sim, que é metáfora de um ambiente maior, a contemporaneidade. Espaços que se enunciam contemporâneos de todos vídeos, de todos usuários e de todos acontecimentos. Uma memória universal capaz de conter o vídeo de todas as épocas, no caso do YT; um espaço em que o tempo real e a transmissão ao vivo podem conectar todas as pessoas nos acontecimentos transmitidos, tornados ubíquos, abertos à participação e à interferência dos usuários, no caso do JTV. Ambos os espaços acústicos são sensorialmente integradores de usuários, de vídeos, de

imagens, de acontecimentos, indo muito além da visualidade desse espaço, já que o espaço é visual e fragmentado, mas o ambiente é invisível e simultâneo. Contudo, entre a figura e o fundo, se é assim que o espaço visual divide o mundo, há um intervalo ressonante, que é o real efeito do novo meio.

Entre o audiovisual contemporâneo e o dispositivo contemporâneo – aquele que cria dispositivos que enunciam, definem e regulam o que é ser contemporâneo –, há um vínculo direto, um ambiente invisível. Existe um intervalo ressonante habitado pela compulsão de trânsito e pela conectividade. O audiovisual se torna um espaço de trânsito e de conectividade, e com ele as plataformas de vídeo, a *web* e toda a incessante produção de dispositivos de imagens tornam-se cada vez mais móveis, leves e com baterias mais duradouras. O fenômeno como tal é só uma parcela de um dispositivo muito maior que permeia as relações sociais, as empresas, o capital, os fluxos migratórios, os modos de organização, o trabalho, a produção acadêmica e todas formas de organização, produção e consumo. O dispositivo positiva o trânsito e a conectividade de todas as coisas no audiovisual, na imagem técnica, no modo de existir na comunidade global. Contudo, entre essa enorme produção de dispositivos e seus usos como preenchimento estratégico do contemporâneo, emergem valores, acontecimentos, usos não previstos e que tendem a tensionar os valores do próprio dispositivo.

O vídeo no audiovisual da *web* mostra-se em um estágio provisório da técnica. Uma imagem que vai se constituindo transmidiática, intertecnológica, com grande potencial de simulação e de reciclagem. Na verdade, o vídeo tende a imitar seu ambiente, ao incluir *links*, ao devorar tudo o que se chamou de audiovisual ou de mídia antes dele. Imita o ambiente no qual ele está inserido, a plataforma e o ambiente no qual essa emerge, a contemporaneidade.

Desse modo, forma entreimagens, imagens que arrancam contextos, pedaços de mundo, com pedaços da história, com pedaços de sonho, e dão a ver a potência do falso, cortando, colando, compondo fábulas. Entretanto, a moldura *player* parece aprisionar o vídeo e estabelecer dentro da *web* um lugar onde ele deve permanecer e ser reconhecido como tal. Não é o *player* e, sim, as audiovisualidades do audiovisual da *web* o que se atualiza dentro e fora do vídeo, em montagens temporais, espaciais e do usuário. Os *players*, as telas e suas materialidades são, no conjunto do audiovisual da *web*, o elemento mais resistente à temporalidade u-crônica do audiovisual, que avança em todas as direções. Contudo, são eles, nas interfaces criadas pelas plataformas, que servem

como delimitadores dos espaços-vídeo, plataforma e usuário, até porque é o espaço o que é comprado e vendido, comercializado, inclusive dentro do *player*.

No momento, os *players* e a distribuição espacial dos elementos em torno dele funcionam como espaços de poder que contribuem para a positivação do vídeo no dispositivo contemporâneo e para estabelecer, com ele e em função dele, trânsitos e conectividades.

A interface é a nova moldura do audiovisual contemporâneo. Difícil dizer se é uma moldura sólida ou líquida, parece ser a moldura das molduras, a mais invisível e a mais eficiente para produzir sentidos e conduzir o usuário em seus percursos, nas suas conectividades. Embora *players* e telas bem delimitados resistam na produção de sentido sobre o que é vídeo, o audiovisual, nas plataformas de vídeo, acontece na interface.

O audiovisual de interface inclui o usuário como parte de uma rede heterogênea de elementos, inclusive aquilo que costumamos chamar de vídeo, mas vê o vídeo como processo, não como produto. O audiovisual de interface põe em conexão novos tipos de montagem e leva a compreender o mundo e a história como uma imagem interativa (em sintonia com Weibel, 2000; Benjamin, 2006; Bergson, 1999).

Os usos, nos confins das plataformas, levam a pensar na reinvenção de valores, de enquadramentos, de construções e de telas virtuais que se dão por cópia, repetição e associação, de modo memético. Trata-se de um componente tátil, com um elemento que permanece e outro com espaço para o acaso e o acontecimento que possibilita um remix de imagens e imaginários com uma apropriação do *software*. A *web* se mostra dinâmica para alguns usos e ainda rígida para outros. Embora seja a interface que molda os usos, a apropriação das imagens leva a modos imprevistos de montagens audiovisuais e constrói telas virtuais nas quais emerge uma nova imaginação: trans-histórica, transmidiática, um grande caleidoscópio audiovisual u-crônico que conecta profissionais e amadores. Cria-se um novo ambiente que muda a visão de nós mesmos e do mundo e nosso modo de agir sobre ele.

O ambiente da plataforma constrói conectividades com todo um arquivo audiovisual virtual que está no ambiente fora da plataforma, estabelecendo também novos enunciadores audiovisuais, como a *webcam* e seus gêneros, o celular e suas estéticas, o *desktop* e suas montagens.

A técnica em estágio de infância ainda é espaço de constantes tensionamentos entre modos de imaginar, entre modos diversos de apropriação, entre montagens impensadas e atores diversos, entre os quais se constrói a figura do amador, como grande protagonista: colecionador, reciclador ou *flâneur*.

Pode ser que, em um futuro próximo, tenhamos muitas outras formas de capturar e compartilhar ou transmitir vídeos ao alcance de todos⁶³, por meio de óculos, da roupa e de dispositivos que atravessem cenários mais íntimos e difíceis de aceder, como as tempestades neuronais, que já fazem parte de vídeos produzidos por altas tecnologias na neuromedicina. Entretanto, a interface tecnologia-humano-audiovisual parece ser o que, em todas essas mudanças velozes e provavelmente insuspeitadas, dure. O fazer avançar as técnicas está no modo como se criam espaços, ambientes e intervalos ressonantes entre esses três atores.

A criação de dispositivos por parte do dispositivo contemporâneo encontra, nas plataformas de vídeo, um certo enunciado “apaziguador”: nós, nossos vídeos e o que seja que nos permita fazê-los e distribuí-los estaremos sempre ali com uma interface “amigável”, “simples”, “divertida”. De alguma maneira, as plataformas enunciam que o mundo que conhecemos ainda permanece, que haverá sempre uma barra de navegação que nos ajude a pensar assim e um conjunto de *links* e *tags* que traduzam o caos para trânsito e para a conectividade.

As plataformas de vídeo são ambientes onde ao mesmo tempo o audiovisual continua (pelo menos, em algumas de suas atualizações) sendo o que conhecemos e simultaneamente começa a ser outra coisa: banco de dados, interface, emergência do valor de uso. Coalescentemente, as plataformas tendem a se enunciar como as novas telas onde o audiovisual se exhibe na contemporaneidade, seja ele ao vivo ou na extensão de sua memória. São elas o lugar de passagem de toda a produção audiovisual na cultura (a anterior e a atual, a midiática e a extramidiática) e assim enuncia-se o audiovisual como o modo de vida contemporâneo.

O YT é a heterotopia da memória audiovisual global. O audiovisual está na plataforma de um modo específico, em trânsito entre nós, entre *blogs* e outros *sites*, entre o cinema e a TV, entre o profissional e o amador, entre *game* e outros gêneros

⁶³ Na data em que encerrava esse texto, foi divulgado um protótipo do Google X, o laboratório de pesquisas de produtos da empresa, um protótipo chamado de Google Glass. São óculos compostos de uma fina moldura em que uma pequena tela com uma câmera pode tirar fotos e gravar vídeos. O desenvolvimento do projeto poderá ir além do lançamento do óculos com conexão à Internet e realidade aumentada, já que o Google estaria interessado em aplicar essa tecnologia em lentes de contato.

audiovisuais, entre o comercial e o gratuito, sendo que sempre um desses sentidos pode se transformar em outro pela intervenção de um usuário ou pela remolduração da interface. O YT põe o vídeo em trânsito e, com ele, sua marca, seu *player* e suas interfaces se enunciam dentro de nosso cotidiano. O usuário é incorporado no Google (inclusive o YT) como um banco de dados cujos trajetos na *web*, dados pelos usos, são de extremo valor para compor perfis. Esses perfis indicam muito mais do que pessoas ou indivíduos indivisos. Indicam tendências que colocam o usuário em grupos diversificados.

O vídeo no centro da sociabilidade suscita novos modos de produção audiovisual que, não necessariamente, passam por produzir vídeos; são resultados da interface plataforma-usuário-vídeos e dos trajetos do usuário que se reúnem em coleções que constituem sua presença na plataforma.

O Justin TV enuncia a televisividade de toda e qualquer cena, de toda e qualquer ação ou da falta dela. Tudo o que não cabia nem cabe ainda na TV – embora esses limites estejam sendo tensionados – tem espaço na plataforma, que só precisa que o usuário esteja conectado. Estar conectado no Justin é criar um tempo de conexão e conectar-se em telas de vídeo e de *chat* que permitem a interferência direta na transmissão.

A centralidade da imagem como exibição dá lugar, em ambas as plataformas, à intervenção tátil da imagem, nem que seja nos modos definidos pela interface, que preservam sempre direitos autorais e estabelecem uma hierarquia nos seus espaços: ao usuário estão reservados ações e espaços bem específicos. A propaganda é a única que estabelece espaços imprevistos ou “proibidos” para o usuário.

O banco de dados parece ser a ontologia da contemporaneidade. O usuário, o vídeo, a página, o contemporâneo é, no fundo, ou melhor, na sua superfície, uma grande tela montada, onde qualquer elemento é um código numérico, pode ser transformado em outra coisa (som em imagem, por exemplo) e, sobretudo, está formado por conjuntos de *bits* e *bytes* que não necessariamente devam permanecer no conjunto onde estão. Com um audiovisual e uma época enunciados pela convivência de tantos outros possíveis (imagens, tecnologias, usuários, mídias), coloca-se o desafio da hospitalidade como uma ética e uma estética das imagens e como uma ética indispensável à sociedade global contemporânea.

O novo ambiente e sua ontologia do banco de dados dá lugar ao encontro do “totalmente outro”, a “alteridade absoluta” de que fala Derrida, uma distância infinita à qual se pode responder com a “hospitalidade incondicional”, embora ela nos torne reféns.

A hospitalidade pura e incondicional, a hospitalidade em si, abre-se ou está aberta previamente para alguém que não está esperado ou convidado, para quem quer que chegue como um *visitante* absolutamente estrangeiro, como um *recém-chegado*, não identificável e imprevisível, em suma, totalmente outro. Eu chamaria essa *hospitalidade* de visitação mais do que de *convite* (DERRIDA, 2003, p. 139).

O visitante não é um convidado, ele exige o acolhimento imediato, excessivo a qualquer preparação prévia, na urgência de um instante tão instantâneo que rompe com a cursividade do tempo: ele é o *recém-chegado* (*arrivant*) que chega e acontece sem aviso. Ele simplesmente chega e acolhê-lo sem limites é o imperativo da hospitalidade incondicional. O acolhimento do recém-chegado será portanto uma hospitalidade ao que acontece ou chega eventualmente: a hospitalidade ao acontecimento. A hospitalidade é, por conseguinte e em primeiro lugar, a exposição incondicional e incalculável (não é possível prever) ao que acontece: quem quer que seja, o que quer que seja. Esse “o que quer que seja” é o acontecimento singular, surpreendente, excepcional, excessivo e inapropriável do que chega ou acontece. “O que quer que seja” não marca, por conseguinte, a indiferença do que vem, mas é, pelo contrário, a marca da singularidade absoluta e excessiva do que chega ou acontece.

A esse excesso, Derrida (2001) chama “absolutamente outro” ou “outro absoluto”, porque absolutamente único. Ele traz um tempo absolutamente outro, um tempo nem vivo nem morto, cuja lógica sem lógica (temporal) é estranha à lógica da sucessão e da cadeia de possibilidades (por mais complexa e não linear que esta se apresente). É o movimento disjuntor da *différance*, a ruptura instantânea do tempo presente e a sua conseqüente abertura à enxertia do inesperado – o tempo que acontece no instante dessa ruptura é um tempo impossível, porque impossível de ser concebido como tempo-presente. Esse tempo impossível é tanto um “passado que nunca foi” e um “futuro que nunca será”, como a alteridade absoluta que vem e acontece com ele sem vir à presença (a que Derrida chama “espaçamento”). O evento exige o acolhimento impossível, porque heterogêneo a toda a regra possível, mas exige que tal acolhimento se efetive (como acolhimento possível do impossível).

Os universos imagéticos abordados nesta pesquisa são, eles próprios, totalmente outros, *arrivant*, e estão permeados de imagens que chegam, visitantes que “caem em cima”, estilhaçando o curso da existência. A natureza do audiovisual – banco de dados, do audiovisual permeado de valor de uso – predispõe as imagens ao acontecimento. O acolhimento ou fechamento a essa hospitalidade primeira, a abertura audiovisual ao totalmente outro ou a xenofobia das imagens audiovisuais, e as expressões que imagens, sejam elas vídeos, interfaces, usos ou ambientes, tomam nos processos audiovisuais são um tema de extrema atualidade e levariam a formular, em novas pesquisas, uma ética do audiovisual contemporâneo.

6.2 RESTOS E POTENCIALIDADES PARA NOVAS PESQUISAS

O conceito de interface no audiovisual da *web* - tendências e experimentações: Aqui seria abordado o canal “Mysteryguitarman” do YouTube e sua produção audiovisual que se caracteriza por experimentação e enunciações das mais diversas sobre a interface no audiovisual e na contemporaneidade. O objetivo seria perceber os modos de imaginar e conceitualizar a interface no audiovisual da *web*.

Hospitalidade e redenção das imagens na *web*: Essa pesquisa focaria as relações entre as imagens audiovisuais, tentando perceber como se atualiza na *web* a imagem acontecimento, seja como imagem-hospitaleira ou imagem hostipitaleira (Derrida, 2004). A imagem acontecimento hospitaleira expressa uma ética das imagens audiovisuais e permite perceber “a redenção das imagens” (BENJAMIN, 2006), em que o seu conjunto atualiza o passado das mídias audiovisuais, principalmente o passado que poderia ter acontecido, mas não teve vez.

O audiovisual como midiatização das mídias: Essa pesquisa abordaria vídeos nos quais há diversidade de tecnologias e mídias (fotografia, cinema, TV, computação gráfica, animação, etc.), mas também as relações entre os diversos tipos de imagens presentes na interface, para pensar como a apropriação das mídias no audiovisual tensiona o conceito de midiatização da sociedade e enuncia outros espaços e modos de midiatização.

O lugar do audiovisual no ecossistema Google: Aqui seriam cartografadas as interfaces comuns entre o YT e o grupo Google, as referências que um faz ao outro, seja pela presença de um vídeo do YT em alguma página do Google ou sobre algum novo produto ou serviço, assim como os canais do Google no YT para perceber os sentidos dados ao audiovisual nesse ecossistema, assim como os enunciados sobre os outros produtos e serviços.

A imagem sobrevivente – o audiovisual contemporâneo e seus suportes: Nas teorias das imagens, a imagem sobrevivente é um conceito de Aby Warburg, desenvolvido por Didi Huberman (2009). Essa sobrevivência, não está ligada a algo que seja mais forte e adaptado, mas justamente a algo relacionado a uma certa ideia de tempo, incompatível com o conceito de evolução. A tenacidade das sobrevivências, seu vigor, viria pelas coisas minúsculas e supérfluas. A forma sobrevivente, segundo Warburg, não sobrevive triunfalmente à morte de seus concorrentes. Bem ao contrário, ela sobrevive à sua própria morte. Haveria aqui especial atenção aos elementos de sobrevivência da imagem audiovisual e o que ela enuncia sobre seus suportes.

Imagem e nova imaginação nas plataformas de compartilhamento de vídeo: Essa pesquisa reuniria as telas virtuais, como foram chamadas nesta pesquisa. São o conjunto de intervenções relacionadas pelos usuários nas suas montagens de um determinado vídeo ou acontecimento. Nesses materiais, se observaria como se atualizam essas telas virtuais, como elas se formam e que imaginários evocam, assim como se autenticariam alguns elementos de uma nova imaginação que a apropriação da técnica possibilita.

O audiovisual como banco de dados: Seriam congregados aqui materiais audiovisuais cujos objetivos principais não estão em contar histórias e, sim, em reunir dados de qualquer tipo, sejam eles tipos de imagens, de texturas, de estéticas ou de tecnologias. A análise desses materiais possibilitaria perceber como o banco de dados opera na montagem audiovisual e enuncia a contemporaneidade.

6.3 GLOSSÁRIO

Amador - é um construto muito próprio das plataformas de vídeo. Seria aquele usuário que posta conteúdos dos quais não se demanda direitos autorais. Entende-se por amador um usuário não profissional, não midiático, mas que se torna midiático nas plataformas.

Ele domina alguns softwares, posta vídeos, copia, remixa. Segue os trânsitos sugeridos na interface. Ele tem conhecimentos adquiridos tatilmente nos confins dos usos e nas interfaces das plataformas.

Ambiente – é o processo relacionado a um meio ou a uma tecnologia, que acontece em espaço e tempo determinados; é o acontecimento entre os elementos invisíveis e visíveis desse espaço. No modo como é enunciado nas plataformas, o ambiente é a própria *web* e os espaços chamados de canal (ambiente do usuário), a página de exibição (YT) ou todos os canais (JTV) enunciados como ambientes do vídeo e da transmissão, respectivamente.

Audiovisual – conjunto de elementos que inclui o vídeo como seu fundo.

Audiovisual da *web* – meio de comunicação em que o audiovisual produzido nos confins da cultura ou das próprias mídias se torna midiático pela produção, circulação e exibição nas plataformas de vídeo.

Audiovisual de interface – imagem audiovisual que funciona como ambiente no qual dois fluxos se encontram: o do usuário e o da imagem, que apela ao tato e à interação do usuário para ser colocada em trânsito.

Audiovisualidades – qualidade própria que caracteriza o audiovisual de um determinado meio; a imagicidade (Eisenstein) do meio. Mas essa qualidade também está fora do audiovisual e é anterior a ele; faz parte do cotidiano, da vida, da cultura.

Audiovisualidades da *web* – aquilo de mais propriamente audiovisual no audiovisual da *web*. Sua atualização em vídeos, em interfaces, em usos que criam um novo ambiente; sua imagem-interface e sua enunciação como banco de dados, seriam algumas das audiovisualidades da *web*.

Audiovisualização da cultura – tendência de uma cultura para a produção audiovisual em todos os seus campos: desde o científico, o artístico, o cotidiano, o lúdico, o comercial, o do trabalho, o jurídico, etc.

Banco de dados – qualidade audiovisual da *web*, que faz com que o mundo nos apareça como uma coleção interminável e desestruturada de imagens, de textos e de outros registros de dados.

Computador – mídia das mídias, metameio, é usado para armazenar, distribuir e criar meios. O computador introduz o digital, a linguagem binária. Eles foram gradualmente permitindo a habilidade de simular quase todos os tipos de mídia previamente existentes e formas artísticas, como impressão, fotografia, pintura, filme, vídeo, animação, composição musical, edição e gravação, modelos 3D e espaços 3D. Como resultado dessa tradução da mídia física para o software, a mídia adquiriu inúmeras propriedades novas e fundamentais.

Constelações – conjunto de estrelas que formam uma determinada imagem. Uma constelação é um encontro de diversas temporalidades. Vemos estrelas que já não existem no tempo. Na pesquisa, a constelação possibilita estabelecer coleções e

desnaturalizar, assim, a ordem que o próprio objeto estabelece, dando a ver opacidades no modo de estabelecer essa ordem.

Contemporâneo – qualidade de quem tem singular relação com o próprio tempo, que adere a este e, ao mesmo tempo, toma distância. De outro lado, como dispositivo, é o regime de fazer ver e fazer dizer. Tornar visível e invisível através de regimes de constituição seria o modo de construir o contemporâneo (ou qualquer outro dispositivo). No caso do dispositivo contemporâneo, ele é um enunciado próprio da globalização, cujas urgências e centros são o trânsito e a conectividade.

Cópia – a reprodutibilidade técnica instaura um novo valor para as massas que buscam aproximar as coisas e superar o caráter único de qualquer realidade: a cópia. O valor de uso das imagens nas plataformas de vídeo e o estágio atual da técnica tornam a cópia um dos modos de expressão mais frequentes de usuários e imagens.

Digital – qualidade dos objetos em ser convertidos em representação numérica e manipulados por meio de *softwares*.

Ecologia audiovisual – princípio metodológico que reúne diversas metodologias nos confins desta tese e que compreende o meio na relação com um ambiente por ele transformado, que inclui também a história como parte desse ambiente interativo.

Espaço acústico – ambiente de envolvimento multissensorial. Processo que acontece em um determinado ambiente e que tem, como efeito, uma nova visão do humano.

Estado-vídeo – um audiovisual qualquer usado para pensar qualquer imagem e qualquer dispositivo. Um vídeo que se torna contemporâneo de todo o conjunto audiovisual.

Espaço visual – sequencial, contínuo, conectado, homogêneo e estático, o espaço visual recorta o mundo em forma de figura e fundo para organizar o espaço e a experiência de forma sequencial e hierarquizada. Ele surge do desequilíbrio entre o sentido da visão e os demais sentidos.

Ethicidades – construtos audiovisuais, sejam pessoas, fatos, acontecimentos, durações, objetos que o audiovisual mostra como tais, mas que são imagens técnicas, cenas do mundo. São ethicidades importantes abordadas nessa tese o YouTube, o Google, o ustin TV, o vídeo, o trânsito, a conectividade, a interface, a globalização, o usuário, entre tantas outras.

Fabulação – imagens constituídas pela potência do falso, que se opõem à ficção e alteram o modelo de verdade inerente ao realismo. Instantes messiânicos que despertam na história, situados entre a palavra e o silêncio, o divino e o profano, a história e a natureza. As novas mídias, em geral, e as plataformas de vídeo em particular têm grande potencialidade para fabular.

Hospitalidade – diz respeito à acolhida da alteridade absoluta, da singularidade do outro, um outro que não foi convidado, que não era esperado. Diante dessa irrupção cabe a acolhida, aceitar a diferença do outro (hospitalidade), ou o fechamento ao outro (hostipitalidade).

Imagem – superfície incorpórea sobre a qual diversos participantes projetam significados e elevam a um novo nível os significados de imagens anteriores, tornando-a espaço político, estético e epistemológico que transita.

Imagem dialética – constelação saturada de tensões. É um procedimento no qual o pesquisador imobiliza o pesquisado, fazendo emergir suas tensões mais determinantes. O pesquisador segue não apenas o movimento do objeto, mas também sua imobilização. Nela o pensamento se fixa subitamente, em uma constelação saturada de tensões. No caso do audiovisual da *web*, a imagem dialética se dá por uma imobilização de vídeos, usos, interfaces e ambientes.

Imaginários – os imaginários que emergem do audiovisual da *web* podem ser relacionados com outros imaginários de mundo, já que esses são minimamente compartilhados.

Imersão – as novas mídias seguem a lógica de simulador de navegação, de voo ou de direção; o piloto está isolado do mundo exterior e completamente imerso no espaço virtual. Ele percebe a imagem realista de uma realidade simulada, mas pode agir sobre ela por meio de interfaces que reproduzem os comandos do navio, do veículo ou do avião. Ele emite informações em direção à máquina. O condutor é, por conseguinte, ao mesmo tempo, e não de modo alternado, receptor e emissor, enquanto, por sua parte, a máquina responde à sua ação e a devolve em imagens.

Interface – encontro de sistemas ou mundos diversos, principalmente o humano, o do computador e o do audiovisual.

Interfacear – ação de conectar dois ou mais sistemas de informação.

Internet – rede mundial de computadores conectados por protocolos de comunicação, que possibilita transferência de dados.

Justin TV – plataforma de transmissão de vídeo ao vivo, cuja interface constrói principalmente na centralidade de um player, pelo qual um *broadcaster* transmite, e de um chat, pelo qual espectadores interagem com o emissor e com as imagens.

Meio/mídia – é qualquer tecnologia, como rádio, TV, internet, mas também a estrada, o dinheiro, o relógio, a roda, a roupa e outros tantos artefatos humanos que se prestam à realização de atividades de comunicação. Esses meios – e não seu eventual conteúdo – é que têm alcance e consequências de ordem psíquica e sociocultural. Cada tecnologia estende um modo de ver, sentir e fazer coisas, dotando de proporções bem definidas toda percepção; e então há uma recomposição, um novo equilíbrio sensorial atingido. Qualquer extensão de nosso corpo ou de nossos sentidos elementares, propiciada por um invento inédito, obriga nossos sentidos a ocupar novas posições, a retomar seu equilíbrio original. Nos anos 1990, em sua maioria, a mídia era de publicação; a dos anos 2000 é uma mídia de comunicação entre os usuários.

Memética audiovisual - a ignorância e a tutilidade estão na base da memética; não é a compreensão que guia uma obra ou ação. Lógica contrária à da criação, processo de

produção e circulação sem líder, sem projeto, sem compreensão, ela é posterior. O meme tem um poder replicador, como o gene; ele se espalha entre diversas mentes.

Metodologia das molduras – metodologia para chegar às audiovisualidades de qualquer mídia audiovisual. Ela opera sobre as imagens pela dissecação, um procedimento desconstrutivo, que dá a ver os sentidos produzidos e os mundos imaginados por cada mídia através de suas próprias técnicas e estéticas.

Mediatização das mídias – o computador, de modo geral, e as plataformas de vídeo, de modo particular, se caracterizam por uma reapropriação de objetos que provêm das mídias. Se as mídias operavam uma mediatização da sociedade pelos sentidos sociais dados a essa relação além de sua mediação, as mídias recicladas e postas em circulação nas plataformas são ressignificadas com sentidos novos dados às próprias mídias, como, entre outros, as imagens abertas a serem reapropriadas pelos usuários.

Molduras – territórios de experiência e significação que nos confins das mídias audiovisuais são construídos de forma sobreposta, tensionando os próprios sentidos ali enunciados. Os construtos significados nos confins das molduras são chamados de *ethicidades*.

Nova imaginação – os símbolos e códigos que foram usados para construir as linguagens lineares que usamos para descrever o mundo representam, diretamente, formas de imaginação. Recuamos do mundo para poder imaginá-lo. E então nos afastamos da imaginação para poder descrevê-lo. Depois nos afastamos da crítica estreita e linear para poder analisá-lo. Somente quando as imagens são feitas a partir de cálculos, e não mais de circunstâncias, é que a “estética pura”, o prazer no jogo com “formas puras” pode se desdobrar.

Novos meios ou novas mídias – a informática afeta todas as fases da comunicação e inclui a captação, manipulação, o armazenamento e a distribuição, assim como afeta também as mídias todas, sejam textos, imagens fixas e em movimento, som ou construções espaciais.

Plataformas de vídeo – espaços de interface *web* em que o usuário pode compartilhar vídeos ou transmitir vídeos ao vivo.

Player – espaço usados pelas plataformas de vídeo para assistir a imagens em movimento, pará-las e retrocedê-las, ou para transmitir vídeo ao vivo. De modo geral, ele imita as operações de um videoteipe.

Potência do falso – a potência do falso é a capacidade do audiovisual da *web* se diferenciar de si, seguindo a proposição de “eu é um outro”, ao invés da proposição “eu=eu”, da verdade unificante. Nas novas mídias, assim como nos primórdios do cinema, os criadores de imagens se sentiram atraídos por transbordar as fronteiras entre realidade e sonho, com a diferença de que na contemporaneidade a lógica da potência do falso faz parte do *software*.

Rede – conjunto de nodos interconectados. Nenhum elemento existe isoladamente; existe a partir da rede heterogênea que a sustenta num fluxo contínuo, indo do futuro ao

passado. Totalidade aberta, capaz de crescer em todos os lados e direções, sendo seu único elemento constitutivo o nó.

Software – é o que possibilita a sociedade da informação, desde suas expressões mais cotidianas às mais globais.

Softwarização da cultura – vivemos numa cultura do software – isto é, uma cultura em que a produção, distribuição e recepção da maior parte do conteúdo são mediadas por *software*. Nas plataformas de vídeo, a transmissão, exibição, compartilhamento e reapropriação são possíveis pelo software. Em todos os processos do audiovisual, está presente o software, por isso podemos pensar na softwarização do audiovisual.

Tecnocultura – ambiente criado pelo meio dominante na contemporaneidade – a *web* - e todos os dispositivos de trânsito e de conectividade que a ela estão relacionados. A audiovisualização da cultura e softwarização do audiovisual e da cultura seriam as dinâmicas mais visíveis da tecnocultura em um estágio da técnica que ainda se mostra provisório.

Tédio – estado de falta de estímulo, como uma cena na qual nada acontece (alguém dormindo, a bola que sai do campo do jogo, etc). Esses momentos que eram excluídos das montagens televisivas são ressignificados com novo valor nas plataformas de vídeo. Junto com eles, o erro e o amador são outros dos valores remoldurados nos confins da *web*.

Vídeo – modo geral de referir a imagem em movimento, temporalmente montada nos confins da *web*. Ele pode provir de outras mídias, como o cinema, a TV, a videoarte, etc.

VJ (video jockey) - é um artista que trabalha ao vivo com audiovisual. São criadores de imagens em que arte, ciência e tecnologia estão unidas. No Vjing, as imagens não se sustentam sob o texto e, sim, sobre a música, o que produz uma nova relação de descontextualização.

Web – sistema de documentos em hipermídia, interligados e executados na Internet. Um grande banco de dados formado por vídeos, sons, hipertextos, figuras, acessado por *softwares* (navegadores), que convida os usuários a “navegar” através de cliques em *links*.

Web 2.0 – uma das principais *ethicidades* da *web* e da contemporaneidade. Ela dá sentidos novos ao usuário, cria a noção de “plataforma” colaborativa e se enuncia em permanente mudança (estado beta). Ao mesmo tempo em que é um construto, é uma moldura para a *web*, para o audiovisual e para as plataformas. A *web 2.0* é, também, a interface atual da *web* e sua lógica operativa.

YouTube – principal plataforma de compartilhamento de vídeos criada em 2005. Ele se enuncia como uma memória universal do vídeo, onde os vídeos são colocados em maior número de trânsitos e conectividades. Enuncia o audiovisual como espaço mediador de todas as relações sociais e que conecta usuários e imagens.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, Giorgio. A ciência sem nome. IN Dossiê Warburg. Revista **Arte& Ensaios**, No. 19, janeiro de 2010, p. 132-143 Disponível em: <http://www.eba.ufrj.br/ppgartesvisuais/lib/exe/fetch.php?media=revista:e19:dossie.pdf>. Acesso em: 12/05/2010.

AGAMBEN, Giorgio. **Que es um dispositivo?** Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/16816242/Agamben-Giorgio-Que-es-un-dispositivo>. Acesso em: 23/04/2010. Publicado em 06/2009.

AGAMBEN, Giorgio. **O que resta de Auschwitz**. O arquivo e a testemunha. Homo Sacer III. São Paulo: Boitempo, 2008.

AGAMBEN, Giorgio. **Profanações**. São Paulo: Boitempo, 2007.

APPADURAI, Arjun. **La modernidad desbordada**. Dimensiones culturales de La globalización. Montevideo: Trilce; Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2001.

ARANTES, Priscila. **@rte e Mídia**. Perspectivas da estética digital. São Paulo: Senac, 2005.

AUMONT, Jacques. **O olho interminável** [cinema e pintura]. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

BAIRON, Sergio. Os movimentos da estética: o cinema de Dziga Vertov como reflexão à Hipermídia. **Revista Universitária do Audiovisual**. Setembro de 2008. Disponível em: <http://www.ufscar.br/rua/site/?p=613>. Acesso em: 03-12-2009.

BAMBOZZI, Lucas. **O fenômeno da manipulação de imagens**. Disponível em <http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2555,1.shl> Acesso em: 3 de setembro de 2008.

BATCHELOR, David. Esta libertad, este orden: el arte en Francia después de la Primera Guerra Mundial. In: BATCHELOR, David; WOOD, Paul; FER, Briony. **Realismo, Racionalismo, Surrealismo**. Madrid: Akal, 1999.

BAUMAN, Zigmunt. **Vidas desperdiçadas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido**. Sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004

BAUMAN, Zygmunt. **As consequências humanas da globalização**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BEIGUELMAN, Giselle. **Entre cinema lascado, tecnofagias e outras alternativas ao “capitalismo fofo**. Entrevista concedida ao site do TCAV em 2011. Disponível em: <http://tecnoculturaaudiovisual.com.br/?p=454> Acesso em: 06-03-2012

BEIGUELMAN, Giselle. **Arte Wireless**. In: Razon y Palabra. Revista Eletronica. Outubro – novembro 2004. ITESM Campus Estado de México. Documento disponível em <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n41/gbeiguel.html> > Acesso em: 20/04/2010.

BEIGUELMAN, Giselle. **O livro depois do livro**. São Paulo: Peirópolis, 2003.

BELLOUR, Raymond. **Entre imagens: foto, cinema, vídeo**. São Paulo: Papyrus, 1997.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas I**. Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1996.

BENJAMIN, Walter . **Obras escolhidas II: Rua de mão única**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BENJAMIN, Walter . **Obras escolhidas III: Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

BENJAMIN, Walter. **Discursos Interrumpidos I**, Taurus, Madrid, 1982.

BENJAMIN, Walter. **El autor como productor**. Madrid: Taurus, 1975.

BENTES, Ivana. **Do modelo industrial ao biotecnológico**. (s/d.) Artigo disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/bentes-ivana-industrial-biotecnologico.pdf> Acesso em setembro de 2008.

BERGSON, Henri. **A evolução criadora**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BERGSON, Henri. **Matéria e Memória**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BERGSON, Henri. **Memoria y vida**. Madrid: Alianza Editorial, 1987.

BESSA, Beatriz de Souza. As experiências de Walter Benjamin. IN **Morpheus - Revista Eletrônica em Ciências Humanas - Ano 05, número 09, 2006 - ISSN 1676-2924**. http://www.unirio.br/morpheusonline/numero09-2006/bessa.htm#_ednref2

BOLLE, Willi. **As siglas em cores no Trabalho das passagens, de W. Benjamin**. Estudos Avançados. 10 no.27 São Paulo May/Aug. 1996. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40141996000200003&script=sci_arttext Acessado em julho de 2009.

BRAGA, Eduardo Cardoso. **Imagem digital: imagem-movimento e a fenomenologia bergsoniana**. Disponível em: <http://www.edubraga.pro.br/estetica/aesthetics/imagem-digitalimagem-movimento-e-a-fenomenologia-bergsoniana>. Acesso em: 02-03-2012.

BUCK-MORSS, Susan. **Walter Benjamin: entre moda acadêmica e Avant-garde.** Disponível em: http://www.unicamp.br/cemarx/criticamarxista/A_Buck-Morss.pdf Acessado em: julho de 2009. Palestra que a autora proferiu na Universidade de São Paulo em 1998.

BERNES_LEE, Tim. **developerWorks Interviews: Tim Berners-Lee** (2006). Disponível em: <http://www.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206txt.html> Acesso em: 03-12-2011.

BURGUESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital.** São Paulo: Aleph, 2009.

CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca.** São Paulo: Martins Fontes, 1988.

CANEVACCI, Máximo. **Antropologia da comunicação visual.** Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

CANEVACCI, Máximo. **A cidade polifônica:** ensaio sobre a Antropologia da comunicação urbana. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

CAPRA, Fritjof. **A Teia da Vida:** uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 1998.

CASTELLS, Manuel. **La Galaxia Internet.** Barcelona: Areté, 2001.

CERTEAU, Michel de. **La invención de lo cotidiano.** México: Universidad Iberoamericana, 1996.

COUCHOT, Edmond. Reinventar o tempo na era do digital. **Revista Eletrônica Interin**, Artigo 1, dez/2007.

DELEUZE, Gilles. **A ilha deserta.** São Paulo: Iluminuras, 2006.

DELEUZE, Gilles. GUATTARI, Felix. **Mil Platôs.** Capitalismo e esquizofrenia. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000.

DELEUZE, Gilles. **Bergsonismo.** São Paulo: Editora 34, 1999.

DELEUZE, Gilles. **A Imagem-Tempo.** São Paulo: Brasiliense, 1990

DERRIDA, Jacques. **Da hospitalidade.** Coimbra, Palimage, 2003;

DERRIDA, Jacques. **Sobre la hospitalidad.** Entrevista en Staccato, programa televisivo de France Culturel producido por Antoine Spire, del 19 de diciembre de 1997, traducción de Cristina de Peretti y Francisco Vidarte en DERRIDA, J., **¡Palabra!**, Trotta, 2001, pp. 49-56.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Cuando las imágenes toman posición.** Madrid: A. Machado Libros, 2008.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Ante el tiempo:** Historia del arte y anacronismo de las imágenes. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2006.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos. O que nos olha.** Rio de Janeiro: Editora 34, 1998.

DI FELICE, Massimo. **Paisagens pós-urbanas:** o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar. São Paulo: Annablume, 2009.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard.** São Paulo: Cosac Naify, 2004.

EISENSTEIN, Sergei. **O sentido do filme.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

FECHINE, Ivana. **Influências do Núcleo Guel Arraes na produção televisual brasileira.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Mídia e entretenimento”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, junho de 2007. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_266.pdf Acesso em 14/06/2008.

FERREIRA, Soraya. A estética da repetição na televisão. Artigo publicado na revista **Líbero**. Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. Ano VII, nº 13/14 – 2004. Disponível em: < <http://www.facasper.com.br/pos/libero/libero13/86-95.pdf>> Acesso em: 22/02/2006.

FISCHER, Gustavo Daudt. **As trajetórias e características do YouTube e Globo Media Center/ Globo Vídeos:** Um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas de websites de vídeos para compreender a constituição do caráter midiático da web. 2008. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2008.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado:** por uma filosofia da comunicação. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta.** São Paulo: Relume Dumará, 2002.

FOUCAULT, Michel. De los espacios otros. Conferencia pronunciada por Foucault no Cercle des études architecturales, em 14 de março de 1967, publicada em **Architecture, Mouvement, Continuité**, n 5, em outubro de 1984. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/18767939/De-los-espacios-otros-Michel-Foucault>. Acesso em janeiro de 2010.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder.** Rio de Janeiro: Grall, 1985.

GAGNEBIN, Jeanne Marie. **Memória, história, testemunho.** Artigo publicado na revista *ComCienca* Disponível em: <<http://www.comciencia.br/reportagens/memoria/09.shtml>> Acesso em: 20/01/2006

GAZIRE, Nina. Um parque de diversões chamado Google. **Revista Select**. Edição No. 5, fevereiro de 2012. Disponível em: http://www.select.art.br/article/reportagens_e_artigos/google-art?page=unic. Acesso em: 03-03-2012.

GOMES, Pedro. **Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2006.

GUATTARI, Felix. **As três Ecologias**. Campinas: Papirus, 1990.

KASTRUP, Virgínia. A aprendizagem da atenção na cognição inventiva. **Revista Psicologia & Sociedade**. Rio de Janeiro, ano 3, n.º 16, set/dez.2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v16n3/a02v16n3.pdf>>. Acesso em: 4 dez 2009.

KILPP, Suzana. Introdução. In: MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana. **Impacto das novas mídias no estatuto da imagem**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

KILPP, Suzana. Imagens conectivas da cultura. IN ROCHA, Alexandre; KILPP, Suzana; ROSARIO, Nísia (Org). **Audiovisualidades da cultura**. Porto Alegre: Entremeios Editora, 2010.

KILPP, Suzana. **A traição das imagens**. Porto Alegre: Entremeios Editora, 20010a.

KILPP, Suzana. **Ethicidades televisivas**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

KRIPPENDORFF, Klaus. Design centrado no ser humano: uma necessidade cultural. *Estudos de Design*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p.87-98, 03 set. 2000. Tradução de Gabriela Meirelles.

LATOUR, Bruno. É preciso repensar a ecologia política. Entrevista concedida à revista **Sciences Humaines** (2005) Disponível em: <http://pimentanegra.blogspot.com/2005/07/bruno-latour-preciso-repensar-ecologia.html> Acesso em: 06-3-2012

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**. Rio de Janeiro: editora 34, 1994.

LEMOS, André. **Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM)**. (2007) Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/article/viewFile/5016/4640>. Acesso em: 12-10-2010.

LEMOS, André. Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão. **Anais do Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf>. Acesso em: 05/02/2010.

- LEVI-STRAUSS, Claude. **Tristes trópicos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996
- LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Informe AL consejo de Europa. España: Antrophos, 2007.
- LEVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1993.
- LIMA, Ari. A estratégia do Ocenao Azul. O caso do Google. **Revista Contábil & Empresarial Fiscolegis**. Março de 2012, disponível em: <http://www.netlegis.com.br/indexRC.jsp?arquivo=detalhesArtigosPublicados.jsp&cod2=1332> Acesso em: 02-01-2012.
- LISSOVSKY, Maurício. **A memória e as condições do acontecimento poético**. Disponível em: http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/mlissofsky_2.pdf Acesso em: 15-12-2011.
- MACHADO, Arlindo. **Arte e Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007a.
- MACHADO, Arlindo. **Made in Brasil**. São Paulo: Senac, 2007b.
- MACHADO, Arlindo. **O sujeito na tela**. Modos de enunciação no cinema e no ciberespaço. São Paulo: Paulus, 2007 c.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.
- MANOVICH, Lev. **Contra a Busca**. (2011a). Disponível em: <http://lab.softwarestudies.com/2011/07/contra-busca.html>. Acesso em: 06-03-2012.
- MANOVICH, Lev. Não existe mídia digital. **Softcult Review Journal**. Juiz de Fora: UFJF. (2011b). Disponível em: <http://www.ufjf.br/sws/2011/05/05/softcult-so-existe-o-software/>. Acesso em: 5-9-2011.
- MANOVICH, Lev. **A prática da vida (midiática) diária** (2008). Disponível em: http://www.manovich.net/DOCS/manovich_social_media.doc. Acesso em: 04-11-2011
- MANOVICH, Lev. **Software, o motor das sociedades contemporâneas**. Disponível em: <http://lab.softwarestudies.com/2008/08/estudos-do-software-por-lev-manovich.html> Acesso em março de 2009. Texto publicado no catálogo do Festival Internacional de Linguagem Eletrônica – FILE, 2008.
- MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital**. Buenos Aires: Paidós, 2006.
- MANOVICH, Lev. Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições. IN, LEÃO, Lucia. **O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Ed. SENAC, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **La telenovela en Colombia:** televisión, melodrama y vida cotidiana. Diálogos de la comunicación, nº 17, 1987.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. REY, Germán. **Os exercícios do ver.** Hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2002.

MCLUHAN, Marshall. **McLuhan por McLuhan:** conferências e entrevistas. Organizado por Stephanie McLuhan e David Staines. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix Ltda, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **La galaxia Gutenberg.** Génesis Del “homo typograficus”. Círculo de Lectores, Barcelona, 1998.

MCLUHAN, Marshall. POWERS, Bruce. **La aldea global.** Barcelona: Gedisa, 1993.

MCLUHAN, Marshall; McLuhan, Eric. **Leyes de los medios:** la nueva ciencia. México, D.F.: Alianza ; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1990.

MITCHELL, William J. **Me++: The Cyborg Self and the Networked City.** Cambridge: MIT Press, 2003.

MONTAÑO, Sonia. **A TV jogo no SBT.** Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) -- Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2007.

MONTAÑO, Sonia; FISCHER, Gustavo; KILPP, Suzana. **Impacto das novas mídias no estatuto da imagem.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

MURRAY, Janet H. **Hamlet on the Holodeck -** The future of narrative in cyberspace. 2. ed. Cambridge: MIT Press, 1998.

NAESS, Arne. **The Shallow and the Deep, Long-Range Ecology.** Movement, 1973.

NELSON, Theodor Holm. **Deeper Cosmology, Deeper Documents.** Hypertext 2001. <http://www.ht01.org/tech.html>. Acesso em: 17-12-2010.

NORMAN, Donald. **O design do dia a dia.** Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

OTTE, G., VOLPE, M. **Um olhar constelar sobre o pensamento de Walter Benjamin.** Florianópolis: Fragmentos, No. 18, jan-junh. 2000.

O'REILLY. **O que é web 2.0?** (2005). Disponível em: <http://www.flaudizio.com.br/files/o-que-e-web-20.pdf>. Acesso em: 20-04-2010.

PEIXOTO, Nelson Brissac. **Paisagens urbanas.** São Paulo: Senac, 2003.

POE, Edgar Allan. **O homem da multidão.** Disponível em: <http://www.modernidade.hpg.ig.com.br/multidao.htm>. Acesso em: 01/07/2010.

ROLNIK, Suely. **Pensamento, corpo e devir: uma perspectiva ético/estética/política.** Disponível em: <http://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/Textos/SUELY/pensamentocorpodevir>. Acesso em: 5/02/2009 (Escrito em 1993).

ROLNIK, Suely. **Cartografia Sentimental, Transformações contemporâneas do desejo.** Editora Estação Liberdade: São Paulo, 1989.

ROMERO, Fátima. El artificio estético de un soñador: Michel Gondry. **Revista de cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación**, 988-3536, Nº. 3, 2008 , págs. 74-86. Disponível em: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=11920> Acesso em : 02-9-2011

PASSEROU, René. **Enciclopedia del Surrealismo.** Barcelona: Polígrafa, 1982.

POSTMAN, Neil. **Technopoly: the Surrender of Culture to Technology.** New York: Paperback, 1992.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano.** Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SERRES, M. **Filosofia Mestiça.** Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1993.

SERRES, M. **A comunicação.** Portugal, Rés Editora, s/d.

SHAW, Jeffrey. O cinema digitalmente expandido: o cinema depois do filme. In: LEÃO, Lucia (Org). **O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias.** São Paulo: Ed. SENAC, 2005.

SIBILIA, Paula. A vida como relato na era do fast-forward e do real time: algumas reflexões sobre o fenômeno dos blogs. **Revista Em questão.** Porto Alegre, v. 11, n 1, p.35-51, jan./jun. 2005. disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/viewArticle/110>
WARBURG, Aby. **Atlas Mnemosyne.** Madrid: Ediciones Akal, 2010.

TIEDEMANN, Rolf. Introdução. IN BENJAMIN, Walter. **Passagens.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

TURKLE, Sherry. **A vida no ecrã.** A identidade na era da internet. Disponível em: <http://sisifo.fpce.ul.pt/pdfs/sisifo03PTr.pdf> Acesso em: 02-10-2011.

WIEBEL, Peter. El mundo como interfaz. **Revista Elementos.** No. 40, 2000.

ZANONI, Leandro. **El imperio digital.** Buenos Aires: Ediciones B, 2008.