

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE BACHARELADO DE CINEMA E AUDIOVISUAL**

**Marina Beatriz Freitag**

**AUDIOVISUAL NAS REDES SOCIAIS:  
TRANSFORMAÇÕES DA PRODUÇÃO POPULAR**

**NITERÓI**

**2016**

**Marina Beatriz Freitag**

**AUDIOVISUAL NAS REDES SOCIAIS:  
TRANSFORMAÇÕES DA PRODUÇÃO POPULAR**

Monografia apresentada à Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do grau em bacharel em Cinema e Audiovisual.

**Orientação: Profa. Dra. Elianne Ivo Barroso**

**NITERÓI**

**2016**



Universidade  
Federal  
Fluminense

IACS - Instituto de Arte e Comunicação Social  
Departamento de Cinema e Vídeo

## PARECER DE PROJETO EXPERIMENTAL

Aluno:	Marina Beatriz Reitor		
Curso:	Cinema e Audiovisual	Matrícula:	113057023
<b>Título</b>			
Audiovisual nas redes sociais: transformações da produção popular			
<b>Banca Examinadora</b>			
Prof. Orientador	Elianne Ivo Barroso		
	Emmanuel Ferreira		
	Turico Amâncio		
Data de Apresentação	18/01/2017		
<b>Parecer</b>			
A banca destaca a qualidade do texto, a estrutura do trabalho e a atualidade do tema. A monografia apresenta um caráter exploratório que merece ser desenvolvido em estudos futuros.			
Nota Final	10,0 (DEZ)		
<b>Assinaturas da Banca</b>			
Prof. Orientador	Elianne Ivo Barroso		
	Emmanuel S. Ferreira		
	Antonio Carlos Amâncio da Pa		

A família que ajudou a tornar o desejo da graduação uma realidade, se mantendo sempre próxima e presente, mesmo estando longe.

## **AGRADECIMENTOS**

A minha mãe, Catarina, que acompanhou e aceitou meu trajeto e minhas perspectivas depois que escolhi meus próprios caminhos, mesmo que diferentes e distantes, me dando suporte em todos os momentos.

A toda a minha família que fez de tudo possível para estar comigo e aproveitar os poucos momentos que tivemos juntos durante esses quatro anos. Minhas irmãs, parceiras da vida toda, Ana e Patrícia, meu querido pai, Paulo, meu padrasto, essencial para a realização desse curso, Roberto, meu queridíssimo cunhado/irmão Raphael e minha irmã por escolha Taianise Souza.

Ao Aleks, também por me ajudar com as imagens desse trabalho, mas principalmente por me dar amor e felicidade num momento importante.

A minha orientadora Elianne Ivo, que aceitou meu ritmo e formato de estudo e me deixou extremamente tranquila durante todo o processo.

Aos mestres que impactaram minhas visões e auxiliaram na minha formação acadêmica e pessoal.

A minha “dupla conterrânea” do RS/RJ, as leoas e a galera da Rep. da Limpeza, que me auxiliaram e me acolheram como família no decorrer desses últimos quatro anos.

As leoas, aos saturnianos e ao trio parada dura por estarem presentes do início ao fim como grandes parcerias de faculdade e de vida.

*“O homem, nesse futuro de coisas imateriais,  
garantirá sua existência graças às pontas dos  
dedos.”*

- Vilém Flusser

## RESUMO

O presente trabalho escolheu como recorte para análise o conteúdo audiovisual capturado e editado por aparelhos multifuncionais móveis e disseminado nas redes sociais virtuais, utilizando como exemplo a plataforma Snapchat. O estudo assume como essencial para a realização da sua pesquisa o entendimento de duas importantes rupturas na trajetória das imagens: o surgimento das imagens técnicas e o das imagens digitais. Essas mudanças transformaram drasticamente a produção e recepção das imagens por transformá-las em indústria criativa e material midiático. Busca-se investigar de que forma as imagens digitais e a cibercultura modificaram as práticas imagéticas populares e o papel das pessoas comuns nos processos de produção e consumo de imagens, baseando-se principalmente nas teorias sobre as novas mídias e as culturas da conexão e da convergência. Para isso, são utilizados estudos de Vilém Flusser, Lev Manovich, Henry Jenkins e Arlindo Machado.

**Palavras chave:** sociedade contemporânea, audiovisual, digital, convergência, mídia.

## ABSTRACT

The present project approaches audiovisual content captured and edited using multifunctional mobile devices and shared in virtual social media. Snapchat platform is chosen to exemplify this sharing. It is essential to the execution of this study the understanding of two important disruptions in the imagery path of evolution: the emergence of technical images and the emergence of digital images. These changes have affected radically the production and receipt of images because they are turned into creative industry and media material as a result. The purpose of this work is to investigate the way digital imagery and cyberculture have changed the popular imagery practices and to investigate the role people play in the processes of production and consumption of images. The main basis of this investigation consists of theories about new media and the cultures of connection and convergence. The studies of Vilém Flusser, Lev Manovich, Henry Jenkins, and Arlindo Machado were chosen to represent these theories.

**Palavras chave:** contemporary society, audiovisual, digital, convergence, media.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO 1: As imagens técnicas.....</b>	<b>13</b>
1.1 A fotografia.....	13
1.2 O cinema.....	14
1.3 O acesso: limitações sociais.....	15
1.4 O audiovisual e a mídia tradicional conservadora.....	16
<b>CAPÍTULO 2: O poder transformador da cibercultura.....</b>	<b>19</b>
2.1 As imagens digitais.....	21
2.2 Os aparelhos multifuncionais, os dispositivos móveis e seu uso cotidiano.....	26
2.3 Redes sociais: nós como mídia.....	29
<b>CAPÍTULO 3: Snapchat.....</b>	<b>35</b>
3.1 Telas.....	38
3.1.1 <i>O perfil</i> .....	40
3.1.2 <i>O chat</i> .....	41
3.1.3 <i>As Histórias e o Discover: conteúdo midiático</i> .....	42
3.1.4 <i>A Memória</i> .....	45
3.1.5 <i>Produzindo conteúdo</i> .....	46
3.2 Considerações acerca das limitações do Snapchat.....	47
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>49</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>54</b>

## INTRODUÇÃO

Definir as bases e a identidade da sociedade pós-moderna ocidental é uma tarefa árdua, pelo seu caráter múltiplo, e inconclusiva, visto que está em curso. No entanto, já podemos afirmar que suas grandes potências são as tecnologias da informação e um protagonismo da visualidade. Para ler a sociedade atual e identificar aspectos particulares dela, é preciso analisar de que forma nos relacionamos com as potências mencionadas.

Nosso ponto de partida é entender de que forma a criação visual é objeto construtor da sociedade e do entendimento e da concepção do homem sobre si próprio. Entender e identificar onde, como e quando o homem cria a imagem e a imagem cria o homem, no sentido destas dizerem sobre nós, nossas épocas, nossas práticas. Conseguir compreender o quanto as ações e os papéis sociais do homem em relação as imagens que produz e consome pesam na estruturação das sociedades, para então compreender o peso específico do uso das imagens digitais através das tecnologias da informação na construção da sociedade pós-moderna.

Em resenha sobre o livro "Desafios da Imagem", Mello (1999) demonstra como o campo das ciências sociais e humanas foi sendo renovado através dessa necessidade de novas metodologias de estudo que reconhecessem a importância das formas de representação da visualidade contemporânea em conjunto com os avanços das tecnologias de comunicação e audiovisuais.

Ao invés do simples registro e da documentação visual do "instantâneo da experiência", ressalta-se a importância de dedicar maior atenção aos significados culturais engendrados pelas imagens, bem como às formas pelas quais a produção e a leitura dessas imagens são mediadas. (MELLO, 1999, p. 215)

Não nos ateremos à linguagem, aos símbolos e aos significados internos da constituição da imagem. Mas nos propomos aqui a pensar nos significados culturais do intuito de produzir e consumir as imagens. Principalmente porque o uso das imagens na contemporaneidade parece ter grande peso na sua função e utilidade social, muitas vezes mais do que no seu conteúdo.

Na era da visualidade e da internet, da convergências das mídias e das áreas dos saberes como um todo, não é mais possível pensarmos na produção e consumo de imagens e de conteúdo audiovisual sem fazermos um paralelo com o desenvolvimento da comunicação, das máquinas, das tecnologias digitais e da internet. É quando esses campos assumem seu

caráter de dependência que suas trajetórias se misturam e criam inúmeros outros campos, extremamente difíceis de serem definidos individualmente e dissociados uns dos outros, antes impensáveis, fazendo com que o desenvolvimento humano, social e cultural atinja um ritmo exponencial, refletindo na arte e vice-versa. Galanter (2008) aponta que os artistas plásticos sempre aprenderam e criaram a partir da natureza e que as gerações mais novas estão lidando com estruturas complexas que colocam a evolução da arte num contexto de multidisciplinaridade entre cientistas, humanistas, artistas e filósofos. Ele chama essa nova abordagem de “complexism”.

O patamar de interdependência dos saberes que atingimos é tão nítido que autores de diversas áreas sugerem estudos e abordagens sociológicas que expliquem o rápido ritmo evolutivo de cada uma a partir dessas conexões. Um exemplo é o geógrafo físico Milton Santos, que aborda a importância de uma análise social, repleta de subjetividades, para o entendimento do espaço físico. Sua teoria ajuda a explicar a mudança do ritmo do desenvolvimento das áreas como um todo. Para Santos (2002), a trajetória da vida humana dividiu-se em três meios de transformação: o meio natural, o meio técnico e o meio técnico-científico-informacional. Poderíamos entender como meio natural a trajetória da cultura que chamamos de material. Cultura material é a atividade do homem transformando a matéria, conforme tecemos nas relações do homem com as imagens desde os tempos pré-históricos. O meio técnico é aquele que se concretiza principalmente através da Revolução Industrial, o seu disparador mais potente. Técnica e tecnologia, no entanto, são palavras inerentes ao desenvolvimento humano, pois podem ser sintetizadas como o saber para produzir algo e seus instrumentos de aplicação prática. Para esse raciocínio, pensaremos no meio técnico como a soberania das máquinas, especificamente. E o meio técnico-científico-informacional surge com o advento da computação e das redes de informação.

Para estudar a sociedade pós-moderna é preciso levar em consideração as conexões complexas dos saberes que estamos vivenciando. E também admitir um certo papel de protagonismo da internet e da visualidade para todas as áreas. A visualidade é elevada a um patamar de soberania sobre as mais diversas formas de vivência cotidiana e áreas dos saberes justamente pela revolução tecnológica ter desenvolvido todo um aparato que necessita das imagens e da visão em si para se definir. Desenvolvimento tecnológico, visualidade e comunicação são aspectos essenciais para entender nossa sociedade.

Para os estudiosos da área do audiovisual, deparar-se com a realidade de convergência e interdependência das áreas, e perceber que os avanços da tecnologia e dos saberes acerca de produção e consumo imagético possuem caráter de importância para todas elas, instiga a identificar esses processos transformadores na própria história do audiovisual. Procurar entender como todo esse quadro aconteceu e está acontecendo através de suas tecnologias e processos ao mesmo tempo que são impactados por ele. Questionar qual foi o papel do audiovisual no contexto abordado e como o contexto está alterando o próprio audiovisual.

Para isso, é importante caracterizar as novas formas de relações do homem com a produção e consumo cotidiano das imagens inseridas num contexto de convergência midiática e dependência da internet para fins de estudos sociológicos. Devido as múltiplas formas de apresentação do audiovisual dentro desse quadro, nossa proposta é estudar suas transformações mais cotidianas, com a análise das práticas audiovisuais através de dispositivos móveis e redes sociais virtuais, principalmente analisando o Snapchat. Busca-se identificar, graças à comparação da interação do homem com as imagens na sociedade moderna e na sociedade contemporânea, questões que são específicas e somente presentes nas práticas sociais e culturais atuais, tomando como base as teorias de Pierre Lévy, Lev Manovich e Henry Jenkins, principalmente.

Ambas épocas históricas estão inseridas dentro da lógica capitalista e foram marcadas pelos avanços das máquinas, da informação e das imagens. São épocas de importantes rupturas que redefiniram o ritmo do desenvolvimento social. No campo das imagens, surgiram as duas maiores rupturas imagéticas que desencadearam esse processo e a transformação nas possibilidades e limitações do audiovisual. Elas acontecem, respectivamente, dentro do meio técnico e do técnico-científico-informacional: as imagens técnicas e as imagens digitais, ambas inseridas no contexto de dependência que listamos e somente possíveis dentro dele.

As imagens técnicas são abordadas através de uma breve contextualização sobre o início da fotografia e do cinema no primeiro capítulo deste trabalho. Em seguida, consta uma análise social do impacto das tecnologias audiovisuais na produção artística do homem comum. Visto que estamos nos propondo a analisar e comparar as questões culturais e sociais da modernidade e da contemporaneidade através das imagens e sua conexão com as tecnologias da informação, é importante abordarmos sua forma de utilização e apropriação nas mídias nos diferentes momentos. Dessa forma, para fechar o capítulo inicial é debatida a utilização das imagens técnicas como conteúdo midiático. Na sociedade moderna, a mídia se apropria da

imagem para reiterar seus ideais de capital e consumo e disseminar discursos, conforme defende a *indústria cultural* de Adorno (2002) e as teorias de outros autores da Escola de Frankfurt.

Começamos a estudar o contexto da sociedade pós-moderna e suas imagens a partir das transformações causadas pela internet e, conseqüentemente, pela cibercultura, expostas no segundo capítulo. São levantados pontos de diferença entre as imagens técnicas e as digitais, bem como entre suas formas de utilização exclusivamente como mídias. Na sociedade pós-moderna o uso conservador das imagens pelas mídias tradicionais coexiste com as possibilidades de uso inovador e de certa forma libertador das imagens pelas “novas mídias”, de maior controle popular, como afirma Jenkins (2008), quando diz que a característica das novas mídias é que o público não é mais apenas receptor de informações, mas também transmissor de conhecimento. Em seguida, no terceiro capítulo, é exposta a plataforma Snapchat, como forma de representação das ideias apresentadas durante o trabalho.

## 1 AS IMAGENS TÉCNICAS

As imagens técnicas, segundo Flusser (1985), são aquelas produzidas por aparelhos, que, no caso, são textos científicos aplicados. Basicamente são as imagens produzidas pelas primeiras máquinas de fotografia e de cinema. O que nos importa é como elas movimentaram relações completamente diferentes até então do homem com a produção e consumo de imagens e de que forma elas foram utilizadas para propósitos de transformação social em conjunto com os demais meios de comunicação.

### 1.1 A fotografia

A fotografia surgiu no século XIX, primeiramente como uma forma de registro e de retrato da realidade. Alguns críticos viram nesse acontecimento uma possibilidade de libertação das artes plásticas, um caminho de volta para o mergulho na subjetividade e no caráter criativo da visualidade, deixando o realismo para as máquinas e para a fotografia. Entretanto, percebeu-se que cada escolha de enquadramento, ângulo, luz e principalmente limitações e capacidades de cada câmera criariam imagens diferenciadas, contestando a ideia de mera reprodução da realidade.

Com as câmeras fotográficas, e sobretudo com o desenvolvimento das mesmas em formatos mais leves e acessíveis, o homem comum transformou-se em operador. Já operávamos máquinas desde a Revolução Industrial, mas a partir de então isso começa a acontecer também no campo criativo e cultural de forma amadora. As críticas dos teóricos da Escola de Frankfurt em relação à fotografia foram pautadas nessa relação do homem com o aparelho, afirmando a perda da subjetividade. Flusser (1985) apresenta um contra-ponto quando fala sobre a fotografia, as máquinas e as fábricas, relatando que o homem cria instrumentos para executar suas funções, segundo seu modelo de pensamento. Em seguida, se esquece que os artefatos foram concebidos a partir de sua criação, aliena-se, e trata o instrumento como modelo de si próprio e da sociedade. Começa a funcionar numa lógica maquínica e pré-programada, deixando de lado sua subjetividade e potências criativas e guiando-se apenas pelo que o aparelho disponibiliza. Diferente das máquinas industriais, a fotografia não é instrumento, mas um jogo, visto que a máquina fotográfica funciona a partir da combinação de diferentes

configurações ativadas por pequenas escolhas e atividades humanas que se efetivam no ato de apertar botões. Com possibilidades pré-programadas, que o homem precisa aprender a utilizar criativa e subjetivamente para não tornar-se um escravo. Flusser não condena a fotografia, mas atenta para a necessidade de uma filosofia da fotografia, para que pensemos e entendamos a totalidade do aparato fotográfico com o intuito de adquirirmos liberdade de escolhas, impossibilitando a alienação através do aparelho.

Há, porém, uma exceção: os fotógrafos assim chamados experimentais; estes sabem do que se trata. Sabem que os problemas a resolver são os da imagem, do aparelho, do programa e da informação. Tentam, conscientemente, obrigar o aparelho a produzir imagem informativa que não está em seu programa. Sabem que sua práxis é estratégia dirigida contra o aparelho. Mesmo sabendo, contudo, não se dão conta do alcance de sua práxis. Não sabem que estão tentando dar resposta, por sua práxis, ao problema da liberdade em contexto dominado por aparelhos, problema que é, precisamente, tentar opor-se. (FLUSSER, 1985, p. 4)

## 1.2 O cinema

Com o surgimento das imagens cinematográficas, embora semelhantes em alguns pontos à fotografia, que discorrerei mais adiante, a sua recepção foi um pouco diferente. Teve também função de registro, mas por trazer uma visualidade inovadora, a imagem em movimento, a captura não só de uma figura, uma imagem, mas de um momento, a captura do tempo em si, causou um interesse instantâneo. Na realidade, trata-se apenas de uma ilusão quando projetamos fotogramas, que nada são além de fotos, uma atrás da outra, mas naquele momento parecia mágico. As primeiras projeções causaram alvoroço e comoção nos espectadores. Assim como a fotografia, o cinema também conquistou reconhecimento nas artes, a partir do seu desenvolvimento tecnológico e de linguagem. Os avanços foram muito rápidos.

Décadas depois de seu surgimento e através de estudos e experimentos de filmagem, montagem e projeção, foi sendo definida uma linguagem clássica, que pré-entende a existência de uma narrativa, linear, temporal e uma montagem transparente, para fazer com que o espectador não perceba o que foi feito antes de a imagem ser projetada em público. Essa linguagem não exclui as demais, possibilitando a coexistência de diferentes formatos de narrativa, edição e montagem. No entanto, é a mais utilizada para fins comerciais, como representante principal de sua indústria.

Por necessitar especificamente de mecanismo e local propício para projeção (pelo menos nas primeiras décadas), o tipo de espetatorialidade do cinema é muito próprio. Com a

sala escura, tela grande e espectadores em silêncio, o cinema propõe ao público sair da sua realidade e acreditar numa história contada e direcionada pelo olhar de uma câmera e de técnicas específicas, numa relação passiva, fetichista e voyeurista. Uma relação de consumo e recepção passivos, mas que ainda assim criam uma prática de tirar as pessoas de suas casas para entrarem num estabelecimento escuro para ter acesso a essas imagens.

A indústria cinematográfica concretizou-se e passa constantemente por diversas alterações e inovações tecnológicas e de linguagem. Cores, som, novos equipamentos. Não nos cabe dizer quais produções são artísticas, de entretenimento, de registro e além. As possibilidades são infinitas e os conceitos passam por processos de hibridização que veremos mais adiante. Precisamos apenas atentar para o fato de o cinema ter extrapolado suas fronteiras, dando surgimento a outras formas de produção imagética, exigindo uma reconfiguração de sua indústria e conceito. A solução encontrada foi utilizar o genérico termo *audiovisual* para descrever toda e qualquer produção que combine som e imagem, incluindo o cinema, mas não só ele.

### **1.3 O acesso: limitações sociais**

No princípio da fotografia, eram poucos aqueles que possuíam as máquinas. Elas eram caras e era necessário saber manuseá-las. Mesmo com o surgimento, décadas mais tarde, das máquinas portáteis analógicas, a dificuldade de acesso e das limitações de composição visual permanecerem em curso. Para ter uma máquina, era preciso ter dinheiro para comprar filme, revelá-lo, fazer a manutenção da mesma e trocar de equipamento quando necessário. Por se tratar de apertar um botão, aqueles que tinham condições de obter uma máquina em casa ficavam limitados ao que ela oferecia de condições de captura pré-programadas. Nesse processo estruturou-se uma disseminação de informações para seu aprendizado, inclusive de cursos de formação que permanecem até hoje. Mesmo atualmente, o acesso a esses cursos continua limitado, pois geralmente são pagos e necessitam de orçamento alto para a compra de diferentes equipamentos.

Assim como no caso da fotografia, o acesso ao cinema e aos meios de produção cinematográficos ficaram sempre sujeitos ao poder econômico. Ainda mais elitista, a experiência cinematográfica não pode ser reproduzida fora do contexto da indústria cinematográfica. Diferente de uma fotografia que pode ser produzida e obtida fisicamente por

uma máquina caseira, da mesma forma que pode ser produzida e obtida fisicamente no campo da fotografia profissional, as máquinas filmadoras analógicas não poderiam reproduzir a experiência do cinema fora do cinema. Por isso, o cinema não é um produto, uma obra, mas um acontecimento, que necessita de determinados processos e forma específica de projeção.

No caso dos filmes amadores, também definiu-se uma linguagem própria, que apresenta basicamente registros de festas e acontecimentos familiares importantes com câmera na mão e praticamente nenhum roteiro ou decupagem. Apertar um botão e colocar nossos olhos através de câmera, de forma despretensiosa.

O que caracterizou essas práticas da sociedade com a produção visual devido a um caráter levemente mais facilitado do que o conhecimento de técnicas artísticas, propiciado pelas máquinas analógicas foram os registros para a memória. O ato de tirar fotos, revelá-las e colocar em álbuns era direcionado para o objetivo de recordação ou de mostrar as visitas. O mesmo aconteceu com os filmes amadores. Essa prática era uma forma de apreender a memória coletiva de determinados grupos e imprimi-la em suportes que poderiam ser revisitados, reconstruindo e adicionando novos olhares e perspectivas às memórias e aos afetos, mas de uma maneira simplista e possibilitada pelo apertar de um botão.

#### **1.4 O audiovisual e a mídia tradicional conservadora**

Em caráter industrial, o que une a fotografia e o cinema, embora sejam tão distintos, são a sua dependência de máquinas, seu aspecto reprodutivo e de propagação. É isso que define as especificidades e as potências da ruptura na trajetória das imagens que é o surgimento das imagens técnicas. Isso tirou a produção e consumo de imagens exclusivamente do sistema da arte e levou essas práticas para outras esferas da cultura. E embora sejam formas de criação visual que têm caráter artístico e que têm produções exclusivamente voltadas para e inseridas dentro do sistema da arte, elas criaram novos sistemas específicos para si, de caráter industrial e midiático. Indústrias também hierárquicas e monopolizadas por interesses econômicos. Tanto a fotografia quanto o cinema podem ser considerados por alguns como forma de mídia e outros como linguagem artística e criativa.

Definitivamente, os principais críticos dessas novas imagens e do seu uso industrial foram os pensadores da escola de Frankfurt. Benjamin (1994) expôs justamente o caráter

industrial das novas produções artísticas, e que identificou a perda da aura pela reprodução e da subjetividade pelas máquinas. A aura seria “(...) uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja” (p. 170). Podemos ver que as grandes críticas de Benjamin estão no caráter de reprodução e propagação dessas imagens, ou seja, sua transformação em comunicação de massa, em mídia e em indústria.

Ambas são dependentes de sua tecnologia, desenvolveram-se rapidamente e foram inseridas no cotidiano e nas práticas sociais com facilidade, refletindo e concretizando as características da sociedade industrial:

Possui um corpo (próprio), uma linguagem (reconhecida), uma história (estabelecida), um dispositivo-ritual imutável (a projeção pública em sala escura) etc. O cinema é um modelo de pensamento da imagem tecnológica. Há mais de um século, e profundamente, forma nosso imaginário - o da imagem e o do movimento, pelo menos. Queiramos ou não nosso pensamento da imagem é hoje um pensamento “cinematográfico”. (DUBOIS, 2004, p. 24-25)

No trecho acima Dubois atenta para o fato de que essas imagens formam profundamente o imaginário social. Cabe pensar como isso acontece.

O modelo que tornou-se representativo do que é cinema pressupõe a existência de uma narrativa subordinada a regras de continuidade e de decupagem. São técnicas que tornaram o espectador confortável e de certa forma imerso em um modelo mimético, pois faz parte da experiência do cinema inserir o espectador numa situação igualmente crível. O espectador do cinema, apenas assiste o direcionamento do olhar da câmera, do diretor e dessas técnicas, numa relação passiva, fetichista e voyeurista.

O uso dessas imagens depende de quem as manipula. E, como vimos, o saber técnico e as tecnologias necessárias para produzi-las estão afastadas da sociedade. O acesso é dificultado. É evidente que tanto a fotografia quanto o cinema possuem uma potência como mídia que foi e é utilizada para interesses particulares de quem domina esses meios. Esse pode ser um dos motivos da linguagem clássica ter sido estruturada dessa forma. Voltemos a Flusser, que pensava o aparato fotográfico, mas que tece uma afirmação condizente também para o cinema:

Ao invés de movimentar o pincel, o fotógrafo pode brincar com o aparelho. No entanto, certos homens se apoderam dos aparelhos desviando a intenção de seus inventores em seu próprio proveito. Atualmente os aparelhos obedecem a decisões de seus proprietários e alienam a sociedade. Quem afirmar que não há intenção dos proprietários, por trás dos aparelhos, está sendo vítima dessa alienação e colabora objetivamente com os proprietários do aparelhos. (FLUSSER, 1985, p.37)

As imagens em movimento pensadas, criadas, produzidas e consumidas tem o objetivo específico de propagação e disseminação. Dominado pelas grandes indústrias e pela mídia, o consumo imagético tornou-se uma prática cotidiana e banalizada e que mexe com o imaginário humano sobre si próprio. Assim, a sociedade contemporânea apresenta-se imantada pelos mais diversos conteúdos imagéticos, que constroem demandas de mercado que estimulam o “fetichismo em torno da mercadoria”. Esse é um importante conceito que surge no clássico texto *A sociedade do espetáculo* de Guy Debord (1967), alertando sobre os efeitos alienantes da mídia e da cultura de massa, na medida em que há um uso abusivo da imagem exclusivamente para fins lucrativos.

Constrói-se a *indústria cultural* (ADORNO, 2002), percebida como um conjunto de meios de comunicação que engloba todo aparato midiático, formando um sistema poderoso e acessível às massas, mas com relação passiva pois tem como finalidade específica a geração de lucros. Esses conceitos marxistas estão focados especificamente na análise crítica do consumo dessas imagens pelo viés capitalista, mas podemos fazer a mesma análise substituindo a ideia de geração de lucro por qualquer outro interesse particular daqueles que comandam as indústrias e os meios de comunicação. Assim conseguimos identificar a soberania de formatos, e de linguagens.

Como forma de resistência a esse quadro, por vezes as produções artísticas apresentam o objetivo de apontar os métodos de manipulação das mídias e principalmente das imagens nas mídias e liberar o espectador da posição passiva em que foi colocada. No entanto, essas tentativas são um tanto ingênuas, pois a capacidade de alcance de produções artísticas isoladas é muito distante do alcance e impacto dos aparelhos midiáticos, além de que, é difícil receber uma imagem e pensar de fato no que aquela imagem carrega, quando não se entende o processo da imagem.

O enfraquecimento dessa realidade precisa de duas coisas para acontecer: o acesso da população aos meios de produção de imagens e à estruturação dos meios e conteúdos midiáticos. Em algum momento recente isso parecia utópico. Mas a partir do desenvolvimento da internet, da convergência das mídias e do surgimento das imagens digitais isso não só tornou-se uma esperança, como de fato está se efetivando.

## 2 O PODER TRANSFORMADOR DA CIBERCULTURA

As características mais particulares e aparentes da sociedade pós-moderna parecem ser sua relação com as imagens em todos os âmbitos da vida e o uso da internet. O diferencial das imagens digitais para as imagens técnicas está no acesso aos meios produtivos. O da internet para as outras formas de comunicação e mídia, além do acesso, está na impossibilidade de ser monopolizada, pois é uma rede livre. É provavelmente o ambiente mais democrático que possuímos. Isso não significa que o acesso à internet é facilitado - visto o caráter capitalista da nossa sociedade que ainda exclui boa parte da população por questão monetária - mas que uma vez dentro da internet, temos aparentemente maior livre arbítrio e possibilidades de escolha sobre nossas ações do que fora dela. Ela é mais difícil de ser controlada do que os demais sistemas em que vivemos. A junção da internet e das imagens digitais reflete a cultura contemporânea:

A cultura contemporânea é, em muitos aspectos, uma cultura da imagem. E a cultura midiática é o âmbito em que as imagens ganham hoje maior efetividade, de modo que estes dois domínios merecem ser pensados conjuntamente. Entre eles, a temática da visibilidade, emerge com destaque na medida em que, num mundo incessantemente mediado por imagens, a visibilidade torna-se um valor que atesta legitimidade, dignidade e autenticidade às existências e experiências. Mais uma vez não se trata de uma visibilidade qualquer, mas sim da visibilidade midiática, a qual se afirma como uma condição privilegiada de existência, experiência ou cidadania que a mídia é suposta a garantir. (MÉDOLA; ARAÚJO; BRUNO, 2007, p.13).

Para entender as relações de produção e consumo das imagens digitais geradas através do uso de aparelhos móveis e propagadas pela internet, precisamos minimamente compreender as novas sociabilidades, práticas de vida, enfim, a cultura possibilitada dentro desse ambiente. Uma outra realidade.

Segundo Grau (2003), atualmente lidamos com três possibilidades de realidade: a realidade física, a realidade virtual e a realidade mista. A realidade virtual cria ou replica um ambiente já existente dentro de um ambiente virtual. Pode ser uma simulação da presença física em um ambiente imaginário. A realidade mista compreende a mistura do mundo físico real e da realidade virtual. Trata-se de uma interação entre esses dois meios, uma co-existência. Podemos dizer que, num geral, vivemos constantemente numa realidade mista.

A virtualidade, no entanto, existe independente da internet, pois o conceito de virtual é simplesmente aquilo que acontece fora de um campo físico, sendo entendido na filosofia, por

exemplo, como a própria atividade imaginária, o campo da imaginação. Podemos definir o ambiente virtual da internet, então, como *ciberespaço*:

Eu defino o ciberespaço como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes herzeianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. (LÉVY, 1999, p. 92)

Ou seja, o ciberespaço é o ambiente virtual compartilhado e acessível através da interconexão dos computadores. Assim como fomos povoando o mundo real e transformando-a através do desenvolvimento da nossa cultura material, também precisamos “povoar” o ciberespaço de alguma forma.

Para isso, entendamos conceitos de “*embodiment*” e “*disembodiment*”, presentes também na filosofia, trazidos e trabalhados no contexto da internet em Hansen (2006). Por “*embodiment*” entende-se incorporar algo não físico ou abstrato em um corpo físico, é o todo do ser humano. Por “*disembodiment*” entende-se algo dissecado, separado. É lidar não com o corpo, mas exatamente com aquilo que não é palpável. Tratar do subjetivo, do virtual. Um indivíduo pode estar presente em diferentes esferas, separando seu corpo através dos meios que vai interagir e das capacidades que vai utilizar para realizar essa interação. Nossa existência e práticas sociais dentro do ambiente virtual da internet são possíveis através do “*disembodiment*”. E fica claro que isso não é nossa transferência como indivíduos para um outro ambiente, mas nossa possibilidade de nos “desmembrarmos” para as muitas e diversas possibilidades de existência de outros ambientes concomitantemente. Existimos no físico, no virtual imaginário e ainda nas muitas possibilidades do virtual compartilhado. É só pensarmos nas diferentes redes sociais como Facebook e Instagram, ou nos *chats* como o Messenger e o Whatsapp, que fica fácil de entender a nossa existência multiplicada.

Povoamos o ciberespaço. Como preenchê-lo? Segundo Lemos (2009), a nossa interação com o ciberespaço se realiza em duas fases principais. A primeira é, justamente, o *upload*. O termo aqui utilizado é uma brincadeira com os próprios termos que utilizamos para envio de dados no espaço eletrônico. Uma analogia para conseguirmos visualizar melhor a teoria do autor. Esse *upload* refere-se a todos os dados que estamos enviando do nosso “mundo real”, que, na verdade, refere-se ao mundo físico real, para o “mundo virtual”. Como se estivéssemos transferindo uma base de informações cruciais da nossa vida para então podermos transformá-las nesse novo espaço.

Flusser e Cardoso (2007), lêem essa nova configuração da cultura como uma “transvaloração de todos os valores”, em que toda base material se torna desprezível no ponto de vista existencial, perdendo seu valor, que é transferido para a informação.

Agora irrompem não coisas por todos os lados, e invadem nosso espaço suplantando as coisas. Essas não coisas são denominadas “informações”. Podemos querer reagir a isso dizendo “mas que contrassenso!”, pois as informações sempre existiram e, como a própria palavra “informação” indica, trata-se de “formar em” coisas. Todas as coisas contêm informações, livros e imagens, latas de conserva e cigarro. Para que a informação se torne evidente, é preciso apenas ler as coisas, “decifrá-las”. Sempre foi assim, não há nada de novo nisso. Essa objeção é absolutamente vazia. As informações que hoje invadem nosso mundo e suplantam as coisas são de um tipo que nunca existiu antes: são informações imateriais (undingliche informationen). (FLUSSER; CARDOSO, 2007, p. 54)

Em relação as mídias, a internet fez com que passassem por inúmeras e constantes remodelações. O jornal, a TV, os livros, a rádio, todos de certa forma foram perdendo espaço e se inserindo na rede através de outros formatos para conseguirem sobreviver, mas se deparam constantemente com novos desafios, novos concorrentes vindos de todo e qualquer usuário da internet. Construimos redes dentro da rede, um sistema sem donos, no qual temos mais possibilidades de escolha tanto do que iremos consumir, quanto do que iremos produzir e propagar. O novo peso que damos a troca de informações e as alterações na sua capacidade de acesso, reformula a indústria midiática, transformando-a através de uma convergência de possibilidades movimentadas pela internet. Sobre a mídia, simplesmente, já usamos o termo “novas mídias” para explicar essa reformulação. No entanto, o processo de convergência do qual falamos, em conjunto aos avanços da tecnologia computacional e das tecnologias audiovisuais, tiveram grande impacto no campo das imagens.

## **2.1 As imagens digitais**

Para pensarmos sobre as alterações nas relações de produção e consumo que foram causadas pelo surgimento das imagens digitais, cabe contextualizar o que define de fato uma imagem digital. Segundo Manovich (2001), as imagens digitais são as imagens constituídas de um conjunto de matrizes numéricas, manipuláveis através dos softwares. Digitalização é o nome do processo de conversão de dados analógicos para a forma de matrizes numéricas mencionadas. Dessa forma, imagens digitais podem ser geradas por computadores ou capturadas de forma analógica para posterior digitalização.

A conversão de dados contínuos em uma representação numérica é chamada de digitalização. A digitalização consiste de duas etapas: amostragem e quantização. Primeiro, os dados são amostrados, na maioria das vezes em intervalos regulares, assim como na grade de pixels usada para representar uma imagem digital. A frequência de amostragem é chamada de resolução. A amostragem transforma dados<sup>1</sup> contínuos em dados discretos, ou seja, dados que ocorrem em unidades distintas: pessoas, páginas de um livro, pixels. Em segundo lugar, cada amostra é quantificada, ou seja, é atribuído um valor numérico extraído de um intervalo definido (como 0-255, no caso de uma imagem de 8-bits em escala de cinza) (MANOVICH, 2001, p. 28, tradução nossa).<sup>1</sup>

É principalmente essa característica de fácil manipulação do digital que gerou um *boom* de linguagens e diferentes produtos imagéticos e que possibilitou a hibridização de todos eles. Hibridização de mídias e linguagens não é uma simples mistura de potências advindas de diferentes fontes e contextos, como veremos posteriormente. Esse tipo de preocupação com os limites de linguagens, no entanto, já se mostrava presente com os avanços das tecnologias analógicas e o surgimento de diferentes mídias que utilizam conteúdo imagético e audiovisual como produto.

Podemos citar como exemplo a relação do cinema (considerando o cinema como toda a experiência de assistir um filme projetado numa tela apropriada) e da televisão. Antes do digital e principalmente da internet, cada indústria tinha seu nicho específico e formas de funcionamento clássicas. Os formatos e linguagens eram facilmente identificáveis como unidades próprias, de acordo principalmente com seus suportes e locais de distribuição. Havia a necessidade de se pensar em como o produto seria distribuído e visualizado.

Em certos casos, já se utilizavam diferentes linguagens e formatos na criação de um mesmo conteúdo destinado a meios de exibição distintos, por exemplo em relação a filmes produzidos especificamente para exibição na TV, e não nas telas de cinema, o que acontece até hoje. Pensando em forma de distribuição, não adianta filmar em qualidade de cinema, porque um televisor não reproduzirá essa qualidade. Mesmo no caso dos televisores mais atuais, digitais e de última geração, podemos dizer que essa realidade se mantém, se pensarmos que a grande maioria da população não tem equipamentos de última linha. A tecnologia e qualidade de uma projeção de cinema não é a mesma que de uma tela de TV. A tela é outro ponto importante, em relação a forma de visualização desse conteúdo. No cinema, quanto maior a tela

---

<sup>1</sup> Converting continuous data into a numerical representation is called digitization. Digitization consists of two steps: sampling and quantization. First, data is sampled, most often at regular intervals, such as the grid of pixels used to represent a digital image. The frequency of sampling is referred to as resolution. Sampling turns continuous data into discrete data, that is, data occurring in distinct units: people, the pages of a book, pixels. Second, each sample is quantified, that is, it is assigned a numerical value drawn from a defined range (such as 0-255 in the case of an 8-bit greyscale image). (MANOVICH, 2001, p. 28)

melhor. A de um televisor é muito menor. Isso altera, por exemplo, a seleção de enquadramentos. Se fôssemos filmar algo para ser exibido principalmente nas salas de cinema poderíamos pensar em lindos e amplos planos gerais, que capturassem detalhes de uma paisagem. Essa cena perderia força quando transmitida através de uma TV, pois isso minimizaria toda a imagem numa tela de tamanho extremamente reduzido e o espectador perderia as informações e o impacto da cena. Nesse caso, seria preferível que fizéssemos planos mais fechados.

Nessa linha de raciocínio, considerando os formatos e suportes, que entendemos como o conteúdo audiovisual é muitas vezes condicionado pelos seus aparatos tecnológicos. É evidente, portanto, que enquanto as tecnologias da imagem, do som, da informação, da computação e das mídias continuarem a avançar em ritmo acelerado, elaborando constantemente novos aparatos e softwares, o conteúdo audiovisual seguirá se apresentando em diferentes e novas formatações e linguagens. Mas essa situação não é tão concreta e limitada quanto parece. Embora a trajetória das tecnologias e linguagens audiovisuais antes da computação e da internet exemplifiquem isso com mais propriedade, nem assim ela é representada por completo através de um determinismo tecnológico, pois as intersecções, releituras, apropriações dos meios e vanguardas estiveram sempre presente na produção artística e criativa.

Santaella (s.d.) faz um resumo da análise das imagens produzidas por meios tecnológicos estruturada por Peter Weibel (1996). A trajetória é organizada traçando uma linha evolutiva de oito estágios. Por um lado, isso apresenta um equívoco, pois a lógica das linhas evolutivas, de linhas temporais que necessitam de um “antes” para acontecer um “depois”, não existem concretamente nas nossas práticas sociais e culturais. Por isso até hoje não chegamos – e nem chegaremos – num consenso sobre a data do surgimento da fotografia ou mesmo do cinema, por exemplo. Primeiro, porque não sabemos como definir o início. Seria a primeira imagem em movimento capturada ou a primeira projeção? Ou seria ainda marcado pela criação do primeiro equipamento de filmagem? Segundo, porque mesmo se definíssemos uma dessas opções para ser o marco oficial, ainda não conseguiríamos identificar o primeiro de nenhuma delas, visto que esses processos ocorreram e se apresentaram concomitantemente em diferentes localidades e sobre diferentes formas, muitas vezes nos mesmos períodos. Mais que concretizar a ideia da linha evolutiva, é necessário pensar em algo que se expanda para diferentes caminhos, tenha seus pontos de encontro, tenha seus “restos”, tenha seus períodos de maior ocorrência. Enfim, pensar que cada etapa nunca é uma etapa isolada e nem sempre se limita na sua descrição,

podendo abranger diversos acontecimentos, técnicas e saberes ao mesmo tempo, mas tendo um item escolhido para ser mais representativo a partir de diversos fatores sociais e culturais, além das escolhas de recorte do que é importante para cada análise.

Independente de delimitação exata de período ou tecnologia, o estudo de Weibel em *The World as Interface* (1996) apresenta uma boa listagem das maiores alterações nos processos de produção das imagens a partir de meios tecnológicos. São elas: a invenção da fotografia e o desenvolvimento de sistemas tecnológicos para a transmissão de palavras, imagens e sons; a descoberta das ondas eletromagnéticas e a cultura telemática; a forma temporal da imagem com o surgimento do filme; as descobertas científicas que propiciaram o desenvolvimento de tecnologias para a produção e transferência de imagens eletrônicas, através da televisão; a gravação magnética de sinais visuais que gerou o vídeo; a tecnologia de processamento de dados que possibilitou a produção de imagens geradas por computadores; os mundos visuais interativos controlados por máquinas; as telecomunicações interativas que introduziram a telerobótica e a telepresença; as tecnologias sensórias avançadas que conectam o cérebro ao universo digital.

Podemos ver que conforme evoluem as etapas de Weibel evolui também a complexidade das obras e sua dependência de múltiplas mídias e linguagens. Isso acontece principalmente pelos avanços da computação e a possibilidade de simular diversos processos e tecnologias distintas, pré-existentes e novas, para a produção de conteúdo criativo.

(...) os computadores multimídia não apenas uniram todas as possibilidades históricas da produção e transmissão de imagens geradas computacionalmente, como também abriram perspectivas para mundos visuais interativos controlados pela máquina. Esses mundos trouxeram novidades inesperadas: virtualidade, variabilidade e viabilidade graças à interação entre a informação e o usuário. (SANTAELLA, s.d.)

Isso é reflexo da convergência das mídias e dos hibridismos proporcionados por ela. Para melhor entender, sigamos com o exemplo dos formatos que estávamos lidando previamente, dos filmes produzidos diretamente para a TV, antes das manipulações digitais e da internet. A situação que abordamos cria uma estrutura mais complexa para se pensar a produção e consumo dos produtos audiovisuais do que se estivéssemos realizando um filme para as telas de cinema, de forma que certos limites são transpassados e miscigenados, misturando as mídias. No entanto, como vimos, isso não configura um hibridismo. Podemos dizer que essa época transitória dos aparelhos analógicos e das tecnologias parcialmente acessíveis serviram quase como prelúdio de uma complexidade que só se efetivaria com a utilização estreita das tecnologias audiovisuais, computacionais e comunicacionais.

Essa conexão, efetivada com os avanços nos *softwares* e possibilidades de manipulação das imagens digitais, propiciou processos de hibridização de mídias e linguagens. A hibridização não é apenas uma mistura ou releitura de linguagens e formatações visando sua destinação a diferentes suportes e meios. Ela é a possibilidade de real utilização de processos criativos e produtivos específicos advindos de diferentes linguagens e mídias para fins de realização de um produto, através do uso dos computadores: “Entretanto, por ter a capacidade de colocar todas as linguagens dentro de uma raiz comum, a linguagem digital permite – em sua proeza maior – que essas linguagens se misturem no ato mesmo de sua formação” (SANTAELLA, 2007, p. 294). Está completamente associada ao conceito de convergência das mídias que veremos mais a frente. Machado (2010) utiliza o termo *artemídia* para explicar impacto e o uso da convergência das mídias em produção artística de forma híbrida.

*Stricto sensu*, o termo compreende, portanto, as experiências de diálogo, colaboração e intervenção crítica nos meios de comunicação de massa. Mas, por extensão, abrange também quaisquer experiências artísticas que utilizem os recursos tecnológicos recentemente desenvolvidos, sobretudo nos campos da eletrônica, da informática e da engenharia biológica. Incluímos, portanto, no âmbito a artemídia não apenas os trabalhos realizados com mediação tecnológica em áreas mais consolidadas, como as artes visuais e audiovisuais, literatura, música e artes performáticas, mas também aqueles que acontecem em campos ainda não inteiramente mapeados. (MACHADO, 2010, p. 7)

O autor inclusive ilustra a convergência e o hibridismo através de círculos. A primeira imagem reflete a perspectiva sobre as mídias antes das artes digitais. Havia um pensamento de divergência, que tentava categorizar as produções dentro de características e linguagens muito estritas, mesmo que isso nunca tenha sido possível. A definição das especificidades de cada mídia nesse contexto é feita de forma nebulosa, levando em consideração as questões tênues como pontos de encontro entre elas. Cada círculo reflete as características de uma mídia específica.

Três foram selecionadas como exemplo. São elas: fotografia, cinema e música. Os pontos de intersecção representam as características que são difíceis de serem definidas como exclusivas e restritas a apenas uma mídia.

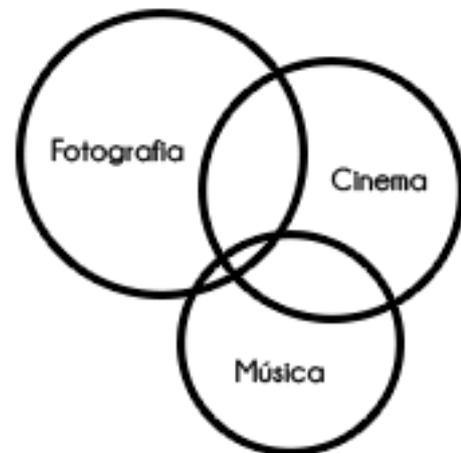


Figura 1: representação de imagem contida na página 58 de Machado (2010), demonstrativa dos formatos midiáticos

A segunda reflete o pensamento da convergência atual, pós imagens digitais, em que

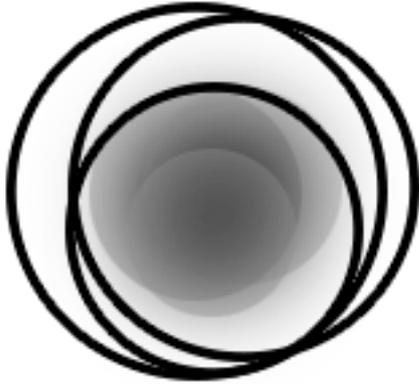


Figura 2: representação de imagem contida na página 65 de Machado (2010), demonstrativa da convergência das mídias

a dificuldade de diferenciar o que é exclusivo de cada uma se torna ainda mais aparente, visto que praticamente todas as produções passam por processos de hibridização. Nesse caso, podemos visualizar os núcleos dos círculos levemente diferenciados uns dos outros, dando a entender que as especificidades e exclusividades de cada mídia é que se apresentam em menor ocorrência.

E com essa convergência, o tal condicionamento a partir das tecnologias específicas e a necessidade de realizar um produto audiovisual pensado especificamente para um meio de exibição caem por terra. Isso porque a tecnologia digital possibilita o intercâmbio dos dados para diferentes e variados suportes, sem necessidade de processos muito dispendiosos de tempo e dinheiro e sem perda de informação. Com a internet se consolida o processo de convergência das mídias que beneficia a área do audiovisual através da troca acelerada de conteúdo e de uma maior facilidade tanto de produção quanto distribuição, sem excluir as especificidades e a coexistência de seus aparatos e suas linguagens próprias.

## 2.2 Os aparelhos multifuncionais, os dispositivos móveis e seu uso cotidiano

Como vimos, os avanços nas tecnologias digitais tiveram grande impacto na produção de conteúdo audiovisual, transformando as imagens em dados e alterando principalmente os processos de manipulação das imagens através desses dados. Essa transformação resultou numa variedade de linguagens para as imagens em movimento, inseridas em contextos artísticos, de entretenimento, científicos e outros. Vimos também que a produção imagética sempre esteve e ainda está de alguma forma ligada aos seus aparatos tecnológicos. O que faz do contexto digital tão diferente de suas tecnologias prévias é que o seu aparato é o computador, que por si só abrange as capacidades de diversas outras tecnologias. Sua especificidade é ser múltiplo.

Por vezes temos uma visão utópica do digital, supostamente mais democrático que anteriormente e com maior facilidade de acesso à informação e as mais variadas tecnologias. Tudo de forma menos dispendiosa de tempo e dinheiro. Temos a sensação de que o digital ultrapassa qualquer barreira e limitação social. No entanto, toda tecnologia possui suas

especificidades. Os computadores e a internet, itens cruciais para o trabalho com o digital, possuem diversas opções de configurações, por exemplo. No caso de um computador com bom processador e memória RAM, é possível instalar programas pesados e processar uma grande quantidade de dados ao mesmo tempo, tornando possível a edição de vídeos grandes ou de qualidade muito alta. Se o computador tiver configurações muito baixas, até mesmo rodar um vídeo pronto pode apresentar falhas. Em relação à internet, a lógica é mais ou menos a mesma. Quanto maior a velocidade de navegação, mais eficiente será a troca de dados, seja para *upload*, *download* ou mesmo *streaming*. Do contrário, as possibilidades de interação com o ciberespaço e com as artes digitais podem ficar muito restritas. Não é qualquer pessoa – devido a necessidade de conhecimento específico – e nem qualquer aparelho – visto que cada um apresenta capacidades e limitações específicas - que conseguirá criar um jogo de realidade virtual, extremamente complexo e que demanda tecnologia de ponta. Pensando dessa forma, podemos identificar que ainda existe um certo condicionamento de linguagens a partir de determinados aparelhos e saberes.

No entanto, a ocorrência de produção de conteúdo audiovisual cotidiano e suas possibilidades aumentaram consideravelmente, movimentadas pelos aparelhos multifuncionais mais acessíveis e pelo conhecimento intuitivo acerca de comunicação visual que a cibercultura possibilita. Os dispositivos móveis, principalmente os *smartphones*, juntam a computação, a capacidade de um aparelho que desempenhe inúmeras funções que auxiliam na vida cotidiana e a possibilidade de levá-lo facilmente consigo para qualquer lugar. Tudo isso conectado com a internet. “A cibercultura (Lemos, 2002) solta as amarras e desenvolve-se de forma onipresente, fazendo com que não seja mais o usuário que se desloque até a rede, mas a rede que passa a envolver os usuários e os objetos numa conexão generalizada.” (LEMOS, 2004, p. 18).

Em relação ao acesso a esses aparelhos, ele é considerado facilitado, mas não por serem baratos e possíveis de serem adquiridos por qualquer indivíduo. É evidente que ainda existem barreiras monetárias envolvendo as inovações tecnológicas de qualquer área, pois estamos inseridos numa sociedade capitalista e de consumo. No entanto, o caráter multifuncional desses dispositivos nos permite substituir a compra de diversos aparelhos como câmera fotográfica, filmadora, calculadora, telefone, leitor de código de barras, televisão e outros, por apenas um aparelho, por um custo muito menor.

A interação com os dispositivos móveis exige um conhecimento visual intuitivo, pois é praticamente toda realizada através de ícones, telas e toques.

Isso incluindo interface amigável, divertida, prazerosa, esteticamente agradável, expressiva, estilosa, revelando a identidade cultural, e desenhadas para satisfação emocional. Em correspondência, a fórmula de design moderna “forma segue função” foi substituída por novas fórmulas como “forma segue a emoção”. (MANOVICH, 2007, p. 2).

Por isso muitas vezes essas tecnologias são mais bem-sucedidas entre os jovens, que já são “alfabetizados” nesse universo. As novas relações do homem com as imagens, através desses aparelhos, estão presentes de forma cotidiana e interativa, definindo e condicionando práticas correntes, além de possuir caráter midiático e utilizar noções de composição visual e linguagem audiovisual.

Como vimos em seu ensaio sobre a fotografia, Flusser falava que a prática do homem quanto a produção imagética havia sido transformada pela existência de aparelhos nos quais bastava apertar um botão e que isso era um risco, caso feito de forma alienada. Com o uso dos novos aparelhos, seu estudo é reconfigurado:

As mãos tornaram-se supérfluas e podem atrofiar, mas as pontas dos dedos não. Pelo contrário: elas passam a ser as partes mais importantes do organismo. Pois, nesse estado de coisas imateriais (*undinglich*), trata-se de fabricar informações também imateriais e de desfrutar delas. A produção de informações é um jogo de permutação de símbolos. Desfrutar das informações significa apreciá-los, e nessa situação imaterial, trata-se de jogar com eles e observá-los. (FLUSSER; CARDOSO, 2007, p. 62)

O grande diferencial dos aparelhos multifuncionais, dos dispositivos móveis e da conexão em rede para nosso estudo é que graças a eles foram incorporados mecanismos de produção criativa no cotidiano do indivíduo usuário. O distanciamento entre população e tecnologias audiovisuais que era tão particular no universo das imagens técnicas foi trocado pelo noção de proximidade, revelando que as características da sociedade pós-moderna estão baseados numa noção de “eu” conectado, inteirado, apropriado e globalizado.

(...) a rede é o computador e o computador uma máquina de conexão. Agora, em pleno século XXI, com o desenvolvimento da computação móvel e das novas tecnologias nômades (laptops, palms, celulares), o que está em marcha é a fase da computação ubíqua, pervasiva e senciente, insistindo na mobilidade. Estamos na era da conexão. Ela não é apenas a era da expansão dos contatos sobre forma de relação telemática. Isso caracterizou a primeira fase da internet, a dos “computadores coletivos” (CC). Agora temos os “computadores coletivos móveis (CCm)”. (LEMONS, 2004, p. 18)

### 2.3 Redes sociais: nós como mídia

Entendemos por rede social uma estrutura de diversas interações entre pessoas que compartilhem algo em comum, que acontecem em nível horizontal, dispensando uma hierarquia nas relações. É um termo para denominar uma forma de estrutura social, independente de seu campo de ocorrência.

A internet já é uma aplicação da estrutura de rede por si só. Dentro dela, constantemente surgem novas redes. São partes da rede maior, definidas por suas identidades próprias. Com o uso cotidiano excessivo da internet, baseado na interação dentro dessas redes, o termo rede social agora já é comumente utilizado para nos referirmos a cada específico espaço de interação no meio virtual.

As redes sociais virtuais são baseadas em debates, discussões e na troca de dados e informações em formato de texto, arquivo, imagem, vídeo e outros. Elas se diferenciam por algumas especificidades, constituindo-se de características e limitações próprias. Normalmente elas possuem um sentido de comunidade virtual, reunindo pessoas através de interesses comuns inerentes a elas ou dividindo-se em outros grupos e comunidades inseridos dentro dela. Para Lévy (1999, p. 127) " uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais.". Isso não é muito diferente das comunidades fora do ciberespaço, visto que o objetivo principal é manter laços sociais. O diferencial, nesse caso, é que alguns limites das nossas relações no mundo físico são transpassadas no virtual.

No geral, essas redes ficam na ativa por alguns anos e logo são ultrapassadas por concorrências mais novas. Algumas permanecem por mais tempo e geralmente são as redes mais generalistas, com grande variedade de conteúdos e grupos. Elas são escolhidas naturalmente para serem usadas como preferências internacionais e vão ganhando demais funções e aplicativos conectados a ela conforme seu uso. Seus maiores representantes são o Orkut, criado em 2004 e encerrado em 2014 e o seu concorrente e agora substituto Facebook, criado também em 2004 e ainda na ativa. O Facebook é a maior rede social de todo o mundo. Na Rússia e em países vizinhos, o mais popular é o VK, criado em 2006 e também na ativa.

Tanto o Orkut, quanto o Facebook e o VK, são redes que abrangem um leque de funcionalidades muito variado e, por isso, não possuem uma identidade tão específica. Acabam

funcionando como um ponto de convergência de todas as redes, comportando-se como um espaço para depositar as mais variadas possibilidades de interações da realidade física, na esfera virtual. É onde, normalmente, temos como contatos todos os nossos amigos, conhecidos, familiares, colegas de trabalho. O que colocamos de conteúdo nos nossos perfis é aquilo que serve para qualquer grupo que interagimos, a não ser que mudemos configurações de privacidade.

Para tratar de assuntos ou práticas específicas, usamos os grupos mais fechados. Alguns exemplos são: LinkedIn (profissional); Twitter (publicação de mensagens curtíssimas sobre assuntos variados do cotidiano); YouTube (vídeos); Instagram (fotos e vídeos pequenos). Todas elas procuram proporcionar uma forma facilitada de comunicação dentro de algum objetivo, podendo ela ser de uma esfera bem particular, interessando apenas a algumas pessoas envolvidas (como a interação entre amigos na timeline de sua conta no Facebook) ou com o intuito de atingir demais pessoas, classificando-se, além de rede social, como mídia social, o que chamamos de “novas mídias”. É difícil diferenciar rede social de mídia social porque as plataformas são híbridas e o que diferencia de fato é o seu uso.

As plataformas que unem o audiovisual à facilidade de comunicação em rede resultaram numa potência midiática intensamente explorada na última década que transformou nosso consumo de conteúdo. São fortes representantes da cultura participativa e de convergência.

O YouTube foi um dos primeiros sites de vídeos on-line a entrar no ar, embora não possamos dizer que foi o primeiro já que iniciativas similares surgiam ao mesmo tempo. O YouTube, no entanto, teve a proposta melhor aceita. Ele foi fundado em junho de 2005, possibilitando que seus usuários publicassem e assistissem vídeos de forma simples, dentro de algumas limitações de tempo e qualidade devido as possibilidades de navegação e de restrições tecnológicas. Seu caráter de rede social está na possibilidade de se conectar a outros usuários pelas contas abertas no site e interagir através de comentários e demais funcionalidades.

O site evoluiu em ritmo acelerado. Em outubro de 2006 foi comprado pela Google por 1,65 bilhão de dólares e desde então subiu e permaneceu em posição de liderança de streaming de vídeo em diversos rankings internacionais.

Em abril de 2008, o YouTube já hospedava algo em torno de 85 milhões de vídeos, um número que representa um aumento dez vezes maior em comparação ao ano anterior e que continua a crescer exponencialmente. A comScore, empresa de pesquisa de mercado da internet, divulgou que o serviço respondia por 37% de todos os vídeos assistidos nos Estados Unidos, com o segundo maior serviço do tipo, a Fox

Interactive Media, ficando com apenas 4,2%.<sup>6</sup> Como uma comunidade de conteúdo gerado por usuários, seu tamanho gigantesco e sua popularidade entre as massas eram sem precedentes. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 18)

Independente do sucesso, o YouTube é uma rede e mídia social tão aberta e democrática que continuamente se depara com questões não resolvidas acerca do seu caráter múltiplo. Não se sabe o que de fato é o site e para quem ele serve, já que nele estão inseridos canais de grandes empresas dos mais diversos ramos, de grandes emissoras e produtoras de conteúdo para outras mídias, de disseminadores de opinião, de *vloggers*, de novos profissionais que produzem conteúdo específico para YouTube podendo ser de qualquer categoria audiovisual – chamados de *YouTubers* - além de usuários amadores com motivações apenas de vivenciar a parte social e interativa da plataforma e aqueles que comportam-se como audiência. A definição de uma utilidade específica para o YouTube é uma incógnita, assim como o papel e a importância de cada usuário.

Analisar o site a fundo é uma tarefa intensa, exaustiva e inconclusiva em relação a questões geradas pelo seu caráter participativo. O que interessa para o nosso estudo é pensar nessas potências e transformações do audiovisual pessoal, produzido e consumido diariamente através do surgimento dessas plataformas que levaram, também, ao surgimento do Snapchat, o representante mais atual e específico dessa abordagem.

O nome YouTube vem da junção das palavras em inglês “You” (“você”) e “Tube” (“tubo”). Tube é utilizado para designar televisão. A junção das palavras gera o sentido da sua própria TV, do seu canal. Tanto é que quando uma conta é aberta no YouTube nos referimos a ela como o “meu canal”. Mesmo com o grande leque de possibilidades e funcionalidades que a plataforma abarca, o YouTube foi lançado com o slogan “Your Digital Video Repository” (“Seu Repositório de Vídeos Digitais”), que depois foi trocado para “Broadcast Yourself” (“Transmitir-se”, no sentido de você ser transmitido por você mesmo). Tanto o nome como os slogans representam a importância da personalidade para o funcionamento do site.

O primeiro slogan é levemente mais abrangente, porque vende a ideia do site como sendo um local, uma comunidade de vídeos, no qual você pode enviar ou assistir e salvar qualquer vídeo. Um lugar de compartilhamento audiovisual. O segundo slogan também toma o compartilhamento como item crucial, mas insere uma carga mais específica na produção de conteúdo de forma pessoal, pois afirma que cada conta representa um canal particular no qual seu dono decide o conteúdo a ser publicado. Os usuários são convidados a compartilharem seus interesses audiovisuais e suas próprias identidades e capacidades criativas, levando a produção

de vídeos pessoais para outro patamar, instigando as pessoas a exporem seu universo particular através da publicação de imagens e vídeos.

As mídias de função pós-massiva funcionam por meio de redes telemáticas, onde qualquer um pode produzir informação, 'liberando' o polo de emissão. As funções pós-massivas não competem entre si por verbas publicitárias e não estão centradas sobre um território específico, mas virtualmente sobre o planeta. O produto é personalizável. E, na maioria das vezes, insiste em fluxos comunicacionais bidirecionais (todos-todos) diferentemente do fluxo unidirecional das mídias de função massiva. As mídias de função pós-massivas agem não por hits, mas por 'nichos'." (LEMOS 2007, p.26)

Essa potência foi tão bem aceita que pipocam até hoje novas plataformas com formas inovadoras de produção e transmissão de vídeos pessoais. E conforme elas evoluem, seus limites são ultrapassados, fazendo com que elas atualizem-se, misturando suas funcionalidades e utilizando novos aparatos tecnológicos, na tentativa de não perderem sua parcela de mercado conquistado por um concorrente levemente diferente.

Com os avanços nos aparelhos multifuncionais, essa forma de produção e compartilhamento de imagens foi ainda mais facilitada. As pessoas não estão mais limitadas pela necessidade de portar câmeras pesadas ou que ocupam espaço e também não estão presas a um computador para interagir na rede. Com os smartphones que possuem boas câmeras e capacidade de navegação, essas práticas são possíveis em praticamente qualquer ambiente e situação. Foi através disso, também, que surgiu o Instagram, consagrando a prática de publicar fotos e vídeos pequenos, de forma instantânea.

A exposição de fotos pessoais na rede começou já nos primórdios da internet, com as *webcams* e a necessidade de recheiar nossos perfis nas redes sociais mais gerais como Orkut e Facebook, além da popularização de *blogs* (páginas particulares na *web* para publicar absolutamente qualquer coisa que se deseje sobre o dono da página, sua vida ou seus interesses) e posteriormente *flogs* (a mesma ideia dos blogs, mas com força nas imagens e não nos textos). Mas tudo ainda passava por uma lógica de construir uma identidade consistente e colocá-la na rede para ser acessada por demais pessoas que tivessem interesse de saber mais sobre esse usuário como um todo, através da publicação de suas memórias que ficariam ali para serem acessadas a qualquer momento. A construção de um “eu” virtual. Nesse sentido, o instantâneo não importava, mas o fator exposição sim.

O Instagram representa uma situação mais atual que vem transformando nosso uso da internet, dos aparelhos eletrônicos multifuncionais e do conteúdo audiovisual. Ele funciona sob a lógica de *aplicativo móvel*, chamado também de *app* ou somente *aplicativo*. Essa categoria

vem dos *softwares aplicativos* de computadores, que são softwares que auxiliam na execução de alguma tarefa específica, normalmente relacionada a processamento de dados, como editores de texto, calculadoras e navegadores. Antes da junção com a internet, os aparelhos de telefonia funcionavam conforme sistema específico de seu fabricante. Com os smartphones, o celular passa a funcionar em forma de computador. Existem os *softwares de sistema*, que são sistemas operacionais – como o Android e o iOS – e os *softwares aplicativos* para as demais funcionalidades, podendo ser excluídos ou instalados facilmente. É o que acontece com o Instagram. Ele é uma rede social acessada através do seu aplicativo. Ele também pode ser acessado em navegadores padrão, com o uso de uma URL, mas apenas para visualização de conteúdo e interação através de comentários e curtidas. Não é possível publicar fotos ou vídeos dessa forma, apenas com o aplicativo.

O Instagram foi lançado em 2010 possibilitando a publicação apenas de fotos. Mas já com a proposta da publicação de fotos instantâneas (como o nome indica), que fossem capturadas e editadas através das câmeras dos aparelhos móveis e do próprio aplicativo. Todo o processo de captura, edição e publicação é muito rápido. Posteriormente, ele possibilitou a publicação de vídeos de até 15 segundos e agora já permite vídeos de até 60 segundos. A proposta da plataforma instiga que as pessoas exerçam um olhar de composição visual mais apurado e pensem no processo produtivo das imagens e vídeos, tendo conhecimento e propriedade de todas as etapas pelas quais aquele conteúdo irá passar, ao mesmo tempo que isso acontece numa sequência de ações muito rápida. A plataforma também popularizou-se pela disponibilização de *filtros*, que são pré-configurações de edições de imagens, adicionadas sobre o conteúdo capturado conforme escolha do usuário. Elas alteram níveis de brilho, contraste, sombras, saturação, cor e demais opções básicas da estrutura da foto ou do vídeo.

Todas essas redes possuem potência midiática muito forte, colocando o fator exposição e o potencial criativo individual e coletivo como questões centrais para sua ocorrência e manutenção. É o interesse de “jogar” com os novos dispositivos e com a rede de conexão. No entanto, elas possuem uma carga de memória, herança dos registros históricos, das obras de arte e de entretenimento clássicas e concretas e de uma cultura de preservação do conteúdo pessoal e familiar. Não é uma memória fechada, individual, única. É a elaboração de um repertório de imagens que contribuem para a construção de uma memória coletiva, acessível a diversas pessoas, podendo ser privada para amigos selecionados ou completamente aberta na rede. As imagens e vídeos são expostos e compartilhados, mas são constantemente revisitados. Inclusive, ganham força conforme sua quantidade de reprodução e acessos.

A partir de 2013 surge uma nova rede social de produção e consumo de conteúdo imagético que revoluciona mais uma vez a forma dos usuários de se relacionarem com o conteúdo audiovisual cotidianamente através dos dispositivos móveis e redes sociais: o Snapchat. Ele oficializou as imagens e vídeos como forma de comunicação, dando importância para a captura e exposição de um momento, apenas durante o momento, já que o conteúdo fica disponível por alguns segundos e depois é destruído automaticamente. A princípio, ele não é armazenado. A exposição possui papel de importância no funcionamento da plataforma, mas o conceito de momentaneidade é que é o grande protagonista. A memória não importa. A imagem é levada para uma potência comunicativa máxima, substituindo por completo a linguagem textual.

### 3 SNAPCHAT

Snapchat é mais um aplicativo disponível para Android e iPhone baseado na interação em diversos níveis, que combina texto, fotos, vídeos e rede social. É um forte representante da cultura da convergência, pois integra os meios e processos de captura e edição e de conteúdo audiovisual numa mesma plataforma – além de ter uma via de distribuição própria e a possibilidade de compartilhamento para outras redes. Isso quer dizer que utilizando um aparelho multifuncional (que normalmente já possuímos por tantas outras funções diárias que nos são úteis) e a internet através da plataforma, conseguimos capturar, editar e distribuir nossas próprias imagens.

O aplicativo surgiu com o intuito principal de funcionar como um chat diferenciado. As mensagens continham fotos ou vídeos de até 10 segundos, capturados pelo próprio aparelho móvel e enviadas para usuários selecionados, contidos na lista de amigos da conta do aplicativo. No entanto, após a abertura de algum conteúdo pelo seu receptor, este só ficava disponível pelo limite máximo de 10 segundos e em seguida era excluído automaticamente. Dessa forma, o receptor não poderia acessar o conteúdo outra vez ou enviá-lo para outra pessoa. Isso fez com que o Snapchat ficasse muito conhecido como um “sexting app”, ou seja, um aplicativo para envio de mensagens com teor sexual ou com qualquer conteúdo que se desejasse enviar e permanecesse em segredo. Não é de se admirar que o aplicativo tenha feito sucesso instantâneo entre o público mais jovem, que está sempre em busca das últimas novidades da cibercultura, já que não havia nada similar no mercado.

(...) após análise de como os dispositivos criaram uma cultura específica entre os jovens como forma de diferenciação dos adultos, fazendo uma apropriação muito particular da tecnologia móvel com a inserção de símbolos (emoticons) em mensagens SMS e, atualmente com maior intensidade, nos comunicadores instantâneos e redes sociais. (CUNHA, 2011, p. 49)

De todos os formatos de chat virtual disponíveis, o Snapchat é o que funciona da forma mais semelhante a qual nos comunicamos cara a cara. Assim como vivemos um momento e o momento passa, ele simula esse comportamento. Por utilizar o conteúdo imagético para essa comunicação, isso afeta as nossas próprias motivações de pensar, produzir e consumir imagens pessoais.

A necessidade de troca constante de novas imagens para continuar alimentando o uso do aplicativo levou o público usuário a diversas experimentações, possibilitando o surgimento

de diferentes linguagens audiovisuais. O uso de forma despreocupada e divertida da imagem em escala cotidiana é mais um dos muitos indicativos da contemporaneidade de que as gerações mais novas já pensam no audiovisual de forma quase intuitiva. Não é necessário uma aula de enquadramento, para saber que uma foto precisa ser bem enquadrada. Nem uma aula de iluminação, para perceber que algo está muito escuro ou muito claro. A importância da composição visual é quase intuitiva aos mais jovens. Assim como aprendemos a falar uma língua por observação e prática, estamos aprendendo conceitos de comunicação visual.

Apenas um ano após o lançamento do Snapchat, o aplicativo já registrava 10 milhões de usuários ativos. O sucesso fez com que os criadores começassem a investir em novos recursos, estruturando de fato uma rede social nova, que não se baseasse apenas no chat privado. Em outubro de 2013 foi lançado o recurso “Histórias”: os usuários podem tirar fotos e fazer vídeos e inseri-los dentro de uma seção que fica disponível durante 24 horas para todos os seus seguidores. Teoricamente funciona como uma narrativa prolongada, pois toda vez que alguém acessa uma história ela é disposta pela ordem de publicação de cada Snap, mas na verdade não há uma ligação necessária entre um Snap e outro. Pode-se mudar de localidade, situação ou discurso sem absolutamente nenhuma explicação e não afetar nada a recepção pelos outros usuários. Isso porque no Snapchat a narrativa temporal não importa. O que importa é a imagem do instante capturado. O fragmento. Com esse recurso, o Snapchat conseguiu tornar-se uma grande plataforma, comparável com Instagram e Twitter, pois possibilitou a estruturação de sua própria linguagem e contexto social. A funcionalidade do chat em si também foi reestruturada e possibilitou inclusive o chat por textos.

Snap Inc. é a empresa criadora do aplicativo Snapchat. Anteriormente, o próprio nome da empresa era Snapchat, mas esse foi substituído no dia 24 de setembro de 2016 por uma razão muito simples: expansão da empresa e seus produtos. O novo conceito de comunicação e visualidade trazido por seus criadores foi tão bem recebido que estão sendo estruturados novos produtos integrados nessa mesma ideia. O primeiro deles, anunciado também no dia 24 de setembro último, mas sem data específica de lançamento, é o Spectacles.

Os Spectacles são óculos de sol com uma pequena câmera de vídeo integrada. Na verdade, uma das menores câmeras de vídeo com wireless do mundo, aparentemente capaz de gravar um dia inteiro de Snaps em uma única carga de bateria. A câmera já vem embutida no óculos, e para adquiri-lo, é necessário comprar o produto no site da empresa, que o disponibiliza em 3 cores diferentes. Esses óculos estão diretamente conectados ao Snapchat via Bluetooth ou

rede de Wi-Fi, tornando possível a transferência dos Snaps para o aplicativo, num formato específico que a empresa chama de vídeo circular.

Os vídeos circulares são vídeos reproduzidos em modo tela cheia em qualquer dispositivo e orientação, e que captura a perspectiva humana com um campo de visão de 115 graus.

O lançamento do Spectacles efetivará a expansão de um conceito de câmeras e visualidade trazido para o cotidiano como forma de linguagem comunicativa através dos criadores do Snapchat. Ao abrir o site da Snap Inc. nos deparamos com uma descrição objetiva de suas intenções:

Snap Inc. é uma empresa de câmeras. Acreditamos que reinventar a câmera representa nossa maior oportunidade de aprimorar a maneira como as pessoas vivem e se comunicam. Nossos produtos empoderam as pessoas para se expressarem, viverem no momento, aprenderem sobre o mundo e se divertirem juntas. (SNAP INC., 2016)

Segundo esse trecho, o seu objetivo maior é reinventar a câmera de forma que ela modifique nosso cotidiano e forma de comunicação. É, na essência, a síntese do que estamos abordando nesse projeto. O que podemos entender com essa descrição é que os produtos da Snap Inc. têm o intuito de provocar alterações na nossa relação com a câmera (e consequentemente com as imagens) e no nosso uso das formas de comunicação, ao mesmo tempo. É a potência do audiovisual integrada às novas mídias.

Um dos motivos que faz com que o Snapchat permaneça como uma rede extremamente jovem seja o seu modo de funcionamento. Ele é todo feito de novas interações com a tecnologia, estruturadas numa lógica intuitiva, facilitando para as gerações que nasceram já imersas na era da internet e dos dispositivos multifuncionais, que aprenderam suas linguagens desde pequenos. Por isso, pode ser um pouco difícil de acompanhar. Há muitas críticas no ciberespaço de pessoas que não têm interesse em utilizar o app justamente por não compreendê-lo. Desse forma, a própria análise social que nos propomos a fazer do uso do Snapchat como representante de toda de uma forma de consumo imagético cotidiano, inserido dentro da cultura da convergência e da conexão, deve ser feita através do dissecamento de suas funcionalidades, passo a passo, para melhor entendimento.

### 3.1 Telas

Começamos pela interface. O Snapchat depende muito do seu espaço e demanda o entendimento da localização de cada pequeno detalhe, pois a forma que tocamos um mesmo item pode definir diferentes funções. Ele trabalha com os movimentos dos dedos. É possível clicar e soltar, manter pressionado, passar, puxar. Para escolher passar o dedo para um lado ou para o outro você deve saber anteriormente o que está procurando, porque muitas vezes só se apresentará após você realizar a ação.

Interface, na visão de Lévy (1999), é o meio de contato de um sistema com outro sistema ou homem. O autor elabora uma metáfora com o funcionamento do nosso próprio corpo, através da pele. Nossa pele nos reveste, ao mesmo tempo que é parte de nós, do nosso próprio sistema e não uma “capa”. Ela reage a qualquer toque externo, a partir do que nosso sistema está programado a fazer. A interface também. Ela é definida por diversos autores de formas distintas, porém similares. É sempre analisada como a possibilidade de conexão entre homem e máquina. Tanto o mouse, quanto o teclado, quanto o display de um computador são exemplos de interface. Com o avanço da computação, a complexidade das interfaces também evoluiu, caminhando para a lógica intuitiva.

O problema real da interface é que é uma interface. Interfaces ficam no meio do caminho. Eu não quero concentrar minhas energias em uma interface. Quero me concentrar no trabalho ... Uma interface é um obstáculo: fica entre uma pessoa e o sistema que está sendo usado ... Se eu pudesse escolher, não veríamos interfaces de computador. Na verdade, não veríamos computadores: tanto a interface como o computador seriam invisíveis, subordinados à tarefa que a pessoa estaria tentando realizar (NORMAN, 1999, página 219, tradução nossa)<sup>2</sup>

Norman (1999) sugere o ápice dessa lógica, numa situação em que acessaríamos o conteúdo de um computador e nos relacionaríamos com a máquina, sem precisarmos visualizar a interface e até mesmo o computador. O Snapchat ainda não funciona assim, mas já depende muito de uma lógica de espaço e lugar da informação para além da tela. O espaço que o aplicativo ocupa é mais extenso do que aquilo que visualizamos. Para acessar todo o conteúdo,

---

<sup>2</sup> The real problem with the interface is that it is an interface. Interfaces get in the way. I don't want to focus my energies on an interface. I want to focus on the job... An interface is an obstacle: it stands between a person and the system being used... If I were to have my way, we would not see computer interfaces. In fact, we would not see computers: both the interface and the computer would be invisible, subservient to the task the person was attempting to accomplish. (NORMAN, 1999, p. 219)

precisamos entender, através de lógica intuitiva, o que está aos lados ou acima e abaixo daquilo que vemos. O Snapchat é basicamente dividido em telas. Elas estão disponibilizadas de forma horizontal e vertical e para acessá-las você deve arrastar o dedo sob o visor do seu dispositivo para a esquerda e para a direita ou para cima e para baixo.

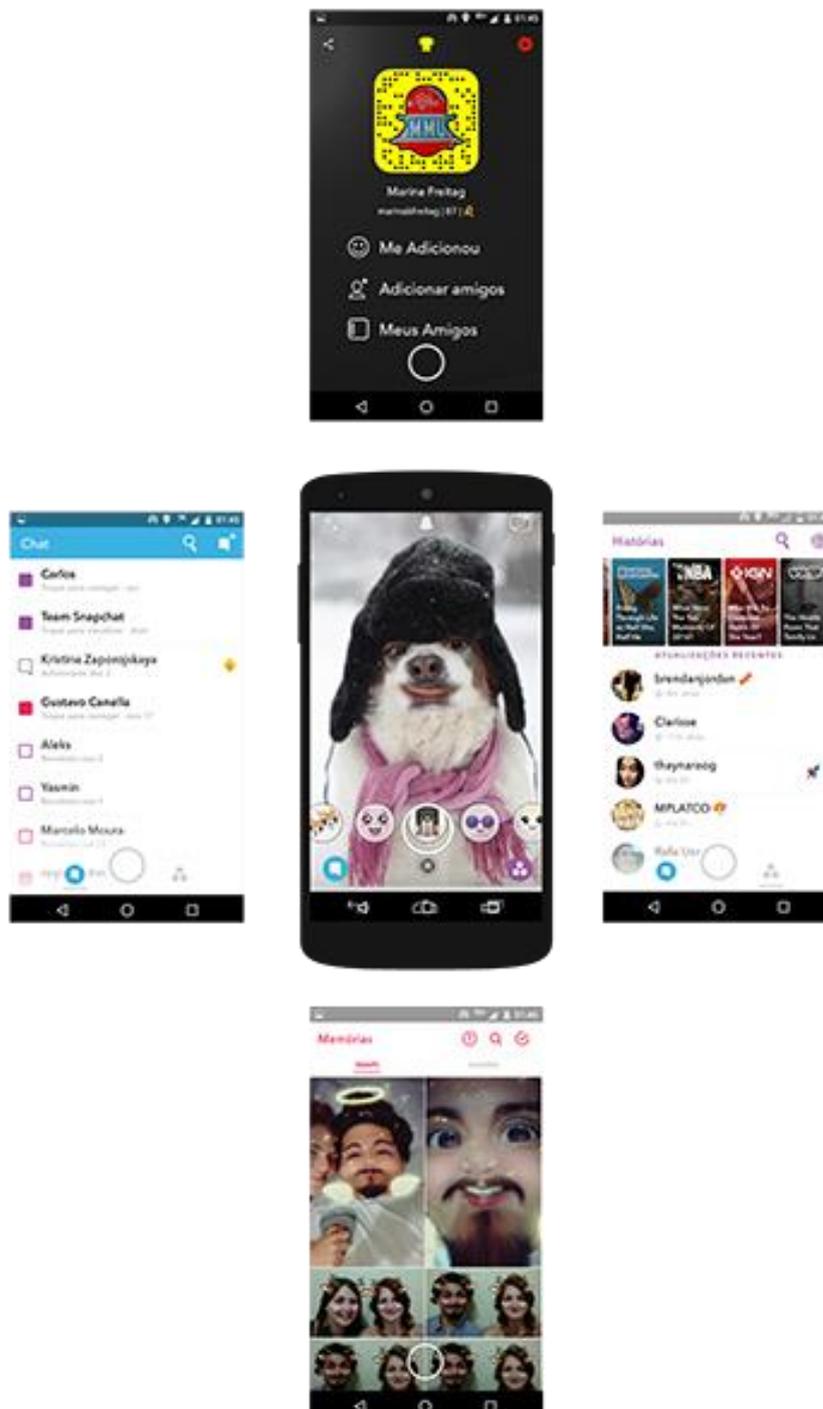


Figura 3: principais telas do Snapchat

A tela principal do aplicativo, que aparece assim que você o abre, é a tela de captura de imagens. Se arrastar o dedo de cima para baixo, encontrará a tela com os dados do perfil e suas configurações. De baixo para cima, encontrará suas “Memórias” e Galeria. Da esquerda para a direita, abrirá o chat. Da direita para a esquerda, a página com a sua História, a seção de Discover que são as empresas parceiras do Snapchat e a seção com as Histórias públicas dos seus amigos. Esses movimentos devem ser feitos a partir da tela principal. Para sair de cada tela depois de aberta, é só fazer o movimento contrário.

A disposição da interface do Snapchat nos faz perceber o caráter intuitivo com que a visualidade funciona nessas relações interativas com o ciberespaço. Não é que a cibercultura simplesmente utilize imagens para efetivar as interações, mas ela exige que imaginemos a questão visual. Que façamos conexões a partir das imagens. Elas transformam-se em memória virtual coletiva.

Manovich (2006) fala de *augmented space* (espaço aumentado) para explicar diversas interações do homem com o ciberespaço através do uso de aparelhos que capturam ou carregam informações que acontecem num mesmo local. São camadas de informação. Os exemplos são muitos e diversos. O tipo de interação que temos com o Snapchat e principalmente com sua interface se enquadra nesse conceito.

Espaço aumentado é o espaço físico que é "denso de dados", já que cada ponto no espaço hoje em dia pode conter diversas informações que estejam sendo direcionadas para ele de outros lugares. Ao mesmo tempo, a videovigilância, o monitoramento e vários outras formas de sensores também podem extrair informações de qualquer ponto do espaço, registrando os movimentos faciais, os gestos e outras atividades humanas, a temperatura, os níveis de luz e assim por diante. Assim, podemos dizer que várias tecnologias de aumento e monitoramento adicionam novas dimensões a um espaço físico em 3-D, tornando-o multidimensional (MANOVICH, 2006, p. 223, tradução nossa).<sup>3</sup>

### 3.1.1 O perfil

É surpreendente que numa rede social o perfil em si importe tão pouco. Os dados dos usuários, como idade, região e interesses, além de uma seção fixa de fotografias e vídeos, nada

---

<sup>3</sup> Augmented space is the physical space which is ‘data dense’, as every point now potentially contains various information which is being delivered to it from elsewhere. At the same time, video surveillance, monitoring, and various sensors can also extract information from any point in space, recording the face movements, gestures and other human activity, temperature, light levels, and so on. Thus we can say that various augmentation and monitoring technologies add new dimensions to a 3-D physical space, making it multidimensional. (MANOVICH, 2006, p. 223)



Figura 4: tela do perfil

disso importa e nem existe no Snapchat. Nele o que realmente importa é o método de comunicação visual. Na tela do perfil, só estão disponíveis algumas informações básicas para fins identificação e algumas formas de controle da lista de amigos. Além disso há uma parte de configuração para definir opções de segurança e privacidade. O diferencial do perfil do Snapchat é o avatar. Todo perfil tem uma imagem de avatar,

mesmo que o usuário não o configure. Esse avatar é um símbolo do Snapchat que possibilita o usuário colocar uma foto ou uma sequência de fotos capturadas pelo próprio aplicativo no meio dessa imagem. Caso o usuário não coloque foto alguma, esse espaço ficará vazio, mas o restante da imagem continuará ali. Mas não é uma imagem

comum. A relação de pontos contida na imagem são, na verdade, um código particular do perfil. Dessa forma, esse avatar pode ser compartilhado em qualquer página ou rede social e os interessados em adicionar o determinado perfil poderão simplesmente escanear essa imagem com seus dispositivos e serão direcionados para o perfil. Ou seja, absolutamente tudo no Snapchat pode ser feito através de câmera, imagens e toques, sem necessidade alguma da digitação. É tudo interface e visualidade.

### 3.1.2 O chat

O chat também trabalha através de ícones. Na página do chat está disponível uma lista de conversas do usuário, abertas ou não, enviadas ou recebidas. Se o conteúdo não tiver sido aberto no tempo possível (24 horas) o Snap enviado some, restando apenas o registro de que algum arquivo foi trocado, mas não podendo mais ser acessado. E todos os status das informações são indicados através dos ícones que acompanham cada conversa.

Em meados de 2014 o Snapchat lançou uma atualização que reconfigurou seu visual e adicionou novas funções. Uma delas foi a possibilidade de realizar um chat

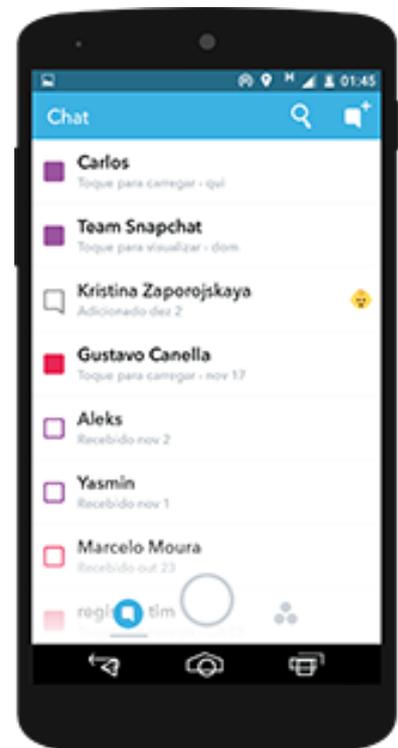


Figura 5: tela do chat

através de vídeo, em tempo real. Assim como os demais envios através do chat, a conversa por vídeo também é eliminada e não deixa rastros.

### 3.1.3. As Histórias e o Discover: conteúdo midiático

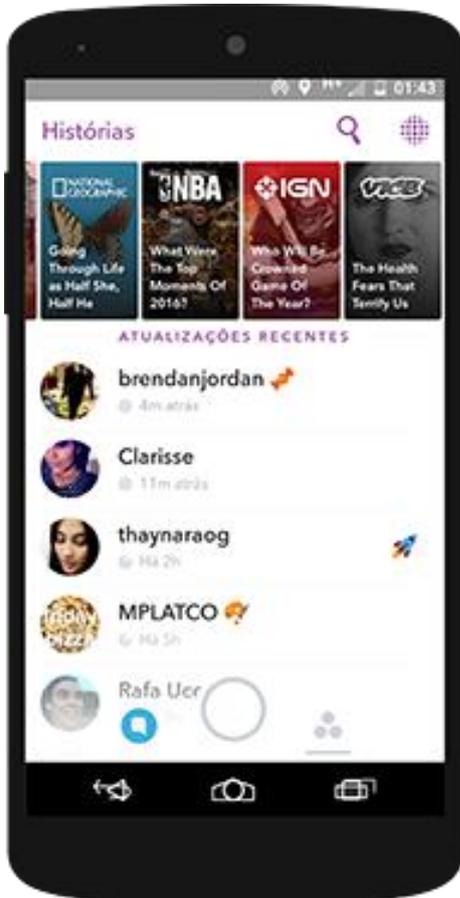


Figura 6: telas das Histórias e Discover

Nessa tela é possível que o usuário visualize, altere e acompanhe sua História, que é a sequência de Snaps disponíveis para todos os seus amigos publicados num intervalo de tempo de 24h e possíveis de serem acessados apenas durante esse intervalo. Não é possível alterar os Snaps individualmente depois de publicá-los, mas é possível eliminá-los da sequência ou salvá-los na sua Memória caso você já não o tenha feito.

O lançamento dessa funcionalidade trouxe para a plataforma o aspecto de disseminação de conteúdo. A partir desse ponto, a produção de Snaps ultrapassou o aspecto de chat e acabou incorporando objetivos similares a outras redes sociais como Youtube, Instagram e Tumblr. O Snapchat se tornou mais uma possibilidade de utilização pelos *digital influencers* (influenciadores digitais), que são pessoas que produzem conteúdo para a internet, publicando em seus canais, contas ou perfis e que possuem muitos seguidores.

Esse recurso também foi apropriado por emissoras de televisão e editoras de jornais e revistas, por exemplo, que publicam pequenas reportagens, entrevistas e outros conteúdos que caibam em 10 segundos.

Logo abaixo da História pessoal está disponível a seção “Discover”. O surgimento da aba de Histórias agregou um público maior e possibilitou que a plataforma fosse utilizada como aparato midiático, tanto pelo seu sucesso quanto pela forma inovadora de disposição de conteúdo visual. Assim, no início de 2015, o Snapchat lançou o recurso Discover, que é uma seção em que estão dispostas as Histórias de empresas específicas que compram esse espaço.

O aspecto de apresentação de conteúdo é tão particular, que o próprio Snapchat fez acordos para que eles mesmos pudessem desenvolver e formatar conteúdo das empresas interessadas no espaço, para tirar o melhor proveito da sua nova linguagem e controlar a visualidade da própria plataforma. Conjuntamente, as empresas participantes contrataram times específicos para trabalhar unicamente desenvolvendo conteúdo para o Snapchat.

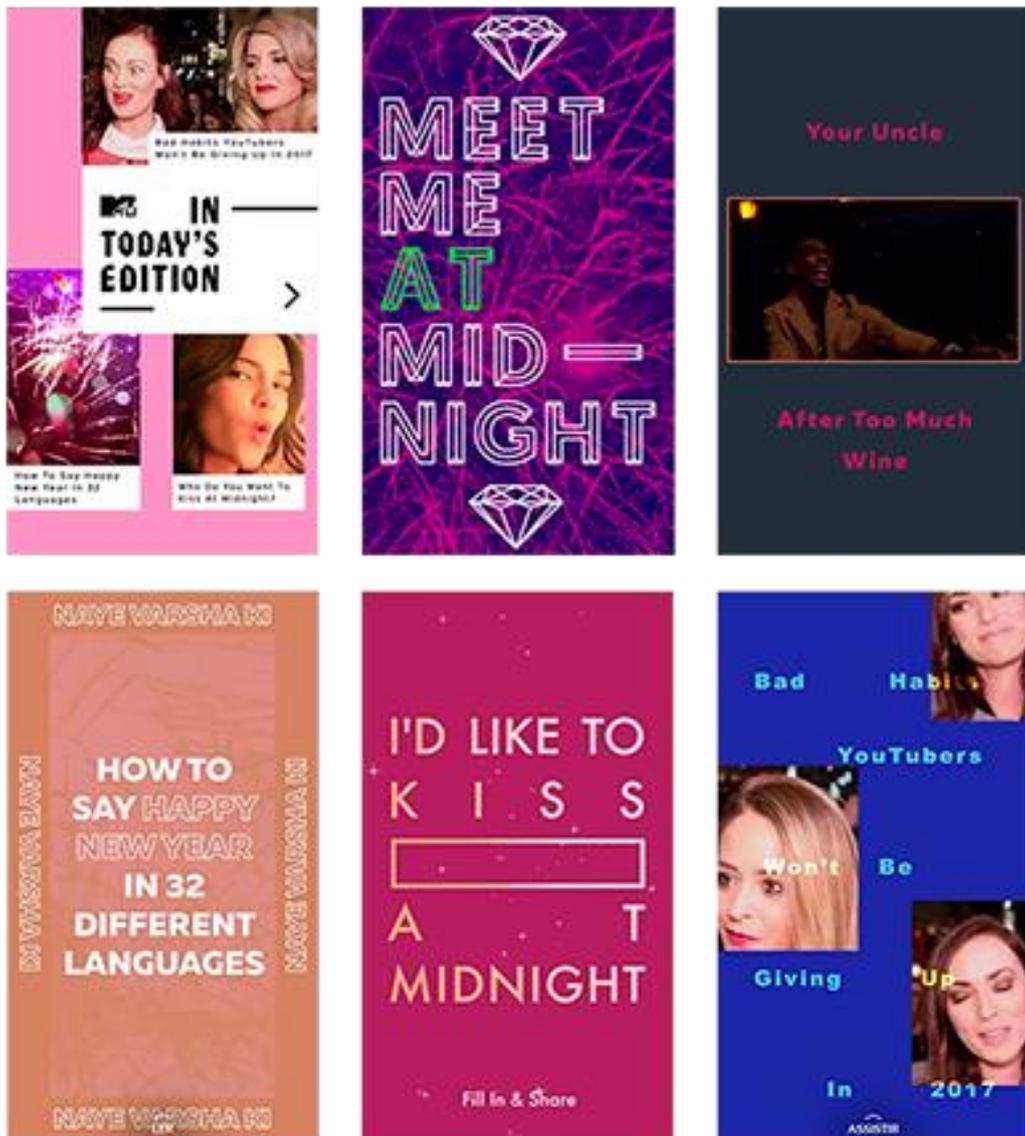


Figura 7: sequência de Snaps publicados pela MTV na seção “Discover”

Abaixo do Discover estão as Histórias dos seus contatos adicionados. É possível abrir e visualizar as Histórias quantas vezes for desejado no intervalo de 24h. E todas elas serão contabilizadas. Ou seja, o usuário que publicou esses Snaps poderá conferir quantas vezes ele foi visualizado por cada pessoa.

O surgimento das Histórias não definiu um potencial de mercado apenas para grandes empresas buscando publicidade, mas também para personalidades públicas que disponibilizam o seu dia-a-dia, além de possibilitar o surgimento de celebridades do Snapchat que souberam usar os recursos audiovisuais para criar situações e narrativas interessantes e formatos de programas audiovisuais, como se fossem canais de TV ou de YouTube, mas com uma linguagem muito particular. Mais rápida, mais ágil e ainda mais pessoal. Essas influenciadoras digitais muitas vezes são contratadas para fazer propaganda de produtos e empresas em seus canais.

No Brasil, nomes como Gabriela Pugliesi, Thaynara OG e Rafa Uccman dispararam nas redes sociais publicando conteúdo personalizado nos seus canais. Pugliesi ficou conhecida primeiramente através do Instagram, publicando fotos da sua evolução como musa fitness. Hoje possui perfis em diferentes redes e no Snapchat convida os seguidores a acompanharem seu cotidiano, mostrando os treinos diários e suas refeições. Ela faz bastante publicidade de produtos direcionados para a boa forma. Rafa Uccman também é conhecido devido a diversos perfis em diferentes redes. Ele publica seu cotidiano e sua ida a eventos e festas. Assumiu sua homossexualidade na internet e disponibiliza constantemente fotografias e vídeos que buscam desconstruir as características padronizadas que dividem os gêneros, utilizando roupas consideradas femininas. Já Thaynara, embora tenha perfis e seguidores em outras redes, começou a ser conhecida especificamente pelo seu Snapchat. Ela é maranhense, publica sobre seu cotidiano e interage com os seguidores através de “blocos”, como momentos diários de perguntas e respostas e o “Coisas Grátis”, no qual abre os produtos que recebe para fazer publicidade.



Figura 8: avatares de Snapchaters

Esses são três dos maiores Snapchatters do Brasil e são demonstrativos de como as novas mídias possibilitam maior representatividade social e cultural, visto que os conteúdos são variados e o sucesso dos perfis e canais é atingido diretamente pelo interesse da população. Diferente dos aparatos midiáticos na sociedade moderna, que ofertavam conteúdo produzido por poucos.

### 3.1.4 A Memória

Como vimos, o Snapchat, vai contra a lógica das principais redes sociais quando o assunto é armazenamento, não é um aplicativo que preze pela memória. É baseado em exposição e comunicação, e não lembranças. No entanto, suas constantes alterações exigiram o surgimento inevitável de uma função que salve fotos e vídeos. Afinal, o seu uso é tão divertido e trabalha com a produção de uma quantidade enorme de imagens e vídeos cotidianos, que o desejo de guardar alguns deles aparece naturalmente. Os criadores do aplicativo possibilitaram isso através da seção de Memórias. Com ela é possível salvar Snaps publicados ou não. No entanto, ela é particular. Não é disposta no seu perfil. É apenas para você revisitar seus momentos. Os Snaps da Memória também podem ser enviados por chat ou publicados posteriormente (e o aplicativo aponta para os receptores que se trata de um Snap antigo e não do momento), ou ainda enviados através de outros aplicativos como Whatsapp, Facebook e Instagram.



Figura 9: tela das Memórias

### 3.1.5 Produzindo conteúdo

As funções de edição do Snapchat são mais direcionadas para a comunicação visual rápida e para o divertimento entre amigos. É possível: adicionar emoticons, textos e desenhos feitos com um pincel digital em cima das imagens; colocar alguns filtros que alteram cores, luz ou inserem horário ou velocidade em quilometragem do momento; e fazer efeitos no momento da captura através do uso das “Lenses”. As Lenses são alterações que trabalham mapeando o rosto, adicionando máscaras engraçadas, como de abelhas e cachorros, por exemplo, e que também podem alterar a voz. Além disso, podem vir acompanhadas de outros efeitos ou distorções.

As Lenses mudam de tempos em tempos. As mais populares permanecem por mais tempo outras mudam cotidianamente. O uso das Lenses é sempre a partir da disponibilização das mesmas pela própria plataforma. Algumas não saem nunca, como o “Face Swap”, que é a troca de rostos entre duas pessoas capturando uma imagem juntas.

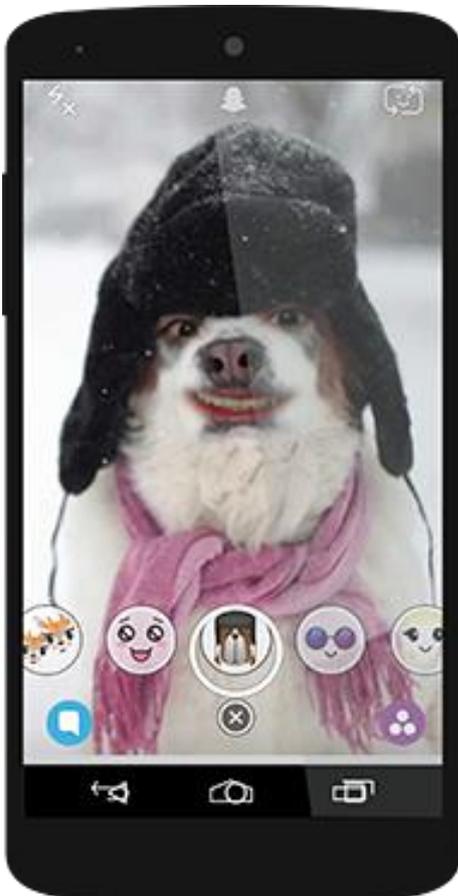


Figura 10: tela de captura com as Lenses ativadas

O teor de comunicação particular e direta do aplicativo através de imagens, as Lenses que precisam de reconhecimento facial e ainda o surgimento da aba de “Histórias” na qual cada um tem a sua própria História a partir de uma série de Snaps publicados dá ao Snapchat uma característica baseada praticamente na estética de *selfie* (como se chamam as fotos ou vídeos tirados pela própria pessoa de si mesma com a câmera frontal). O material capturado que não introduza o rosto do produtor da imagem é normalmente resultado do seu ponto de vista direto, de algo que está vivendo no momento e quer mostrar aos seus seguidores. Essa linguagem é bem particular das imagens digitais na internet e principalmente do próprio aplicativo.

A relação do espectador com o conteúdo do Snapchat é bem diferente de outros produtos audiovisuais. No cinema, a linguagem clássica coloca o espectador numa posição de

passividade e de recepção de uma realidade mastigada, a partir da linearidade da narrativa, da montagem transparente e da imersão na sala escura e tela grande. Isso acontece mesmo em relação ao material documental. O objetivo da decupagem e da montagem nesses casos é deixar o espectador confortável e acrítico para que possa receber o conteúdo pronto.

No caso do Snapchat essa relação muda tanto pela linguagem quanto pela forma de apresentação do conteúdo. Não há muita possibilidade de montagem num vídeo de Snap. O máximo que se pode fazer é trocar da câmera frontal para a câmera traseira num intervalo de 10 segundos ou pensar num conceito de montagem bem limitado e sintético numa estruturação prévia de uma sequência de Snaps a serem apresentados em uma “História”. Dessa forma, a importância de uma narrativa e de uma linearidade são quase nulas, e a montagem transparente é praticamente impossível. Sobre a apresentação do conteúdo, este é visualizado numa tela de celular, no máximo num tablet ou computador. E é visualizado em situações com nenhum preparo prévio, em qualquer pausa na rotina do dia, em momentos e situações tranquilas ou caóticas. Dentro de casa ou num ônibus lotado. Não faz diferença.

### **3.2 Considerações acerca das limitações do Snapchat**

Embora o Snapchat e as demais redes sociais virtuais e aplicativos que propiciam a produção e disseminação de conteúdo audiovisual através de aparelhos multifuncionais pareçam ser uma potência para o enfraquecimento de linguagens e mídias tradicionais enrijecidas, elas também possuem suas limitações. É evidente que através da convergência das mídias e dos avanços das tecnologias de informação, a população possui maior acesso ao conhecimento técnico e as próprias tecnologias necessárias para produzir conteúdo criativo. No entanto, ainda é necessário possuir um determinado nível financeiro e morar em localidades geográficas específicas para estar conectado a tudo isso.

Pelo caráter democrático da internet, pelo seu ambiente livre, e pela redução da necessidade de inúmeros equipamentos para produzir e consumir conteúdo, muitas vezes nos iludimos achando que tudo o que o mundo e a sociedade atual são está na internet. E isso não é verdade.

No início de 2007, 2,2 bilhões de pessoas tinham celulares e, até o fim do ano, é esperado que esse número venha a ser de 3 bilhões. Obviamente, as pessoas em um vilarejo indiano em que todos estão compartilhando um celular, hoje, não fazem vídeos ou blogs para consumo mundial, mas isso é hoje em dia. Pense na seguinte

tendência: em meados de 2007, o Flickr continha cerca de 600 milhões de imagens. Até o início de 2008, este número já tinha dobrado. (MANOVICH, s.d., p. 285)

Como aponta Manovich, ainda existem barreiras de acesso a essa realidade virtual e, conseqüentemente, a cibercultura. A sociedade pós-moderna ocidental tem como marcos os avanços em relação ao audiovisual e a internet, mas não se resume a isso e não são marcos universais. O caminho ainda é incerto, mas tudo indica que estamos caminhando para o aprofundamento e melhoramento das inúmeras possibilidades de transformação social que surgiram graças a internet.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através de uma breve análise da trajetória dos avanços acerca do audiovisual e das tecnologias da informação ficou nítido o papel que as imagens produzidas e consumidas diariamente possuem na estruturação das sociedades. Estudando e comparando as diferentes formas de relações do homem com esse conteúdo na sociedade moderna e na sociedade pós-moderna foi possível identificar especificidades de cada uma quanto suas práticas culturais.

Trabalhamos com as duas principais rupturas em relação as tecnologias das imagens – o surgimento das imagens técnicas (fotografia e cinema) e o das imagens digitais, cada uma representativa de sua época. Vimos que no contexto das imagens técnicas suas inovações tecnológicas e seu caráter reprodutivo propiciaram que elas fossem utilizadas pela mídia para disseminação de discursos, mensagens, ideologias e padrões de comportamento. Por causa do limitado acesso ao saber técnico e aos aparatos de produção audiovisual pela maior parte da população, e por um distanciamento do espectador colocado como receptor passivo de conteúdo – devido à linguagem desses produtos principalmente quando direcionados para fins comerciais da indústria cinematográfica e da televisão – sua utilização midiática foi feita de forma conservadora, com o intuito principal da manutenção dos interesses dos sujeitos dominantes.

A partir de algumas opiniões dos estudiosos da Escola de Frankfurt, nos deparamos mais claramente com os problemas da transformação da imagem em mídia, na perda da *aura*, na criação de uma *indústria cultural*, na vivência da *sociedade do espetáculo*. Essas críticas estão muito presentes em trabalhos acadêmicos referentes à fotografia e ao cinema, no contexto das imagens técnicas e da sociedade moderna. No entanto, por vezes, parecem equivocarse, colocando a arte em um patamar diferente da indústria cultural, quando, na verdade, tanto uma quanto a outra podem estar inseridas dentro de um sistema hierárquico e a serviço de interesses comerciais.

Este tipo de modelo está sujeito a conservadorismos e a manutenção dos privilégios de alguns poucos. O que define realmente o quão superficial ou profunda será a abordagem de conteúdo criativo e o caráter livre ou manipulatório da sua utilização para diferentes fins é todo o processo de produção e consumo pelo qual o conteúdo passa. Se na sociedade moderna transformamos as imagens em indústria através da fabricação de máquinas, na sociedade pós-moderna deslocamos as máquinas, os processos e a indústria para o digital e para o ciberespaço. Os avanços nas tecnologias da informação propiciaram uma convergência das mídias e dos saberes assim como a conexão das pessoas com todos e tudo que acabou resultando em drásticas

transformações das nossas práticas sociais e culturais e num ritmo de desenvolvimento exponencial de diversas áreas do conhecimento e suas tecnologias.

Enquanto no contexto do surgimento das imagens técnicas éramos reféns de uma cadeia de produção e consumo mais rígida e fechada, completamente gerida pelos donos das indústrias que as utilizavam, no contexto das imagens digitais estamos inseridos em processos mais democráticos, com maior facilidade de acesso a todas as etapas que envolvem o conteúdo audiovisual, graças a cibercultura.

Isso não quer dizer que tenha existido apenas um tipo de estrutura cinematográfica ou audiovisual antes da internet, de carácter manipulador ou elitista e que agora a internet tenha nos libertado disso. Sempre existiu uma variedade de produções dentro de cada mídia. Tanto o cinema, quanto a televisão ou quanto qualquer outro material audiovisual apresenta resultados diferenciados, dependendo das capacidades produtivas e da motivação envolvida para a criação das obras. Apenas para exemplificação, vale pensar nas escolas de cinema de vanguarda, ou nas vídeoartes, que têm outras finalidades que não exclusivamente comerciais ou com lógicas industriais. Quando dizemos que as imagens digitais, a internet, a cibercultura e os novos aparatos multifuncionais transformam a relação da sociedade com as produções audiovisuais, estamos estudando essas relações em grande escala, pensando no homem comum e no impacto que essas transformações causam a nível industrial e não só na esfera artística.

A prova, no entanto, de que cibercultura e as artes digitais não são sinónimos de “libertação criativa” é que cada vez mais nos deparamos com questões de propriedade autoral e que de certa forma continuamos constantemente condicionados às opções que os aparatos e plataformas nos oferecem. Em relação a propriedade autoral, a problemática é: numa sociedade de cultura participativa, em que diversas partes contribuem para a realização de uma mesma obra ou produto, quem é responsável por esse produto? Se levarmos em consideração apenas o nosso objeto de estudo, não existe autor definido para uma imagem ou vídeo capturado pelos nossos aparelhos móveis e disseminado através de plataformas e redes específicas. Há uma parte de autoria no fabricante do aparelho, no desenvolvedor dos softwares e no indivíduo usuário, além de inúmeros conteúdos que podem ser apropriados para a criação de outros. Justamente por isso, vale pensar que o nosso condicionamento a partir dos aparatos tecnológicos e de plataformas cada vez mais específicas baseadas em consumo rápido pode causar uma perda de profundidade das produções, mas que não podemos dizer que isso elimine a subjetividade das mesmas apenas por tratar-se de

aparelhos e softwares, visto que eles são criados e programados pelo homem.

Embora tenham surgido inúmeros formatos e linguagens audiovisuais a partir das tecnologias digitais e do conteúdo dentro do ciberespaço, o cinema, a arte, a TV e a indústria cultural não se extinguiram. Do contrário, eles se expandiram. Estamos vivendo a cultura da convergência, onde todas as possibilidades de produção e consumo se mantêm e coexistem com outras novas, gerando certos hibridismos.

A convergência que mencionamos está evidente no nosso cotidiano principalmente através do uso de aparelhos multifuncionais para as mais diversas tarefas. O uso desses aparelhos diariamente demonstra o impacto da acessibilidade por parte da população aos meios de produção audiovisual e à criação e disseminação de conteúdo midiático.

Na sociedade pós-moderna, a figura do espectador foi transformada. A noção de imersão, característica presente em todas as relações do homem com produções artísticas e criativas, foi somada à interação e potencializada pelas artes digitais. Todos nos tornamos também produtores de conteúdo. Agora mesmo na situação de espectadores, nosso conhecimento de linguagem audiovisual precisa ser considerado, posto que somos nós também construtores de perspectivas e narrativas de forma individual ou coletiva através do exercício cotidiano das redes sociais. Nossa posição é ativa e participativa, voluntária ou involuntariamente. A obra audiovisual modifica-se a partir da nossa visão própria, mesmo que não sejamos convidados a construir de forma direta.

Em relação especificamente ao material midiático, na sociedade moderna transformamos as imagens em mídia e na sociedade pós-moderna transformamos a nós mesmos em mídia, utilizando conteúdo audiovisual produzido e disseminado por nós através de nossas redes sociais, contas, perfis e canais. Há um pouco disso em cada ambiente virtual que socializamos, mas algumas redes e aplicativos utilizam a comunicação popular através do audiovisual como atividade principal.

É o caso do Snapchat, que selecionamos como plataforma representativa das práticas estudadas para esse trabalho.-O Snapchat proporciona, através de um único espaço, capturar, editar e distribuir conteúdo audiovisual. O aplicativo estimula o protagonismo visual da sociedade contemporânea, contribuindo para que estejamos cada vez mais nos relacionando com as imagens de forma intuitiva. Essa prática cotidiana gera intimidade com a técnica e com os processos de produção e consumo pelos quais o conteúdo audiovisual. Esta dinâmica, no nosso entender, modifica o nosso olhar e a interação com as imagens e as artes visuais de

uma maneira geral. É quase como se estivéssemos sendo alfabetizados na linguagem do audiovisual e das imagens.

Além das práticas direcionadas apenas para comunicação através do Snapchat, a plataforma também incentiva seu uso como forma de disseminação de conteúdo de empresas parceiras em formato diferenciado, além de abrir mais um espaço para o surgimento de *influenciadores digitais*, que são pessoas que criam perfis e produzem conteúdo próprio e específico dos mais diversos tipos e atingem muitos seguidores. Situações como essas são a prova de que através da cultura da convergência e da conexão, e do avanço das tecnologias audiovisuais e da informação, hoje decidimos o que vamos consumir e ditamos - todos nós - as regras das indústrias cultural e midiática múltiplas, que, por consequência, vão quebrando padrões conservadores sociais tanto dentro quanto fora da internet, modificando a forma que nos relacionamos com nossas imagens e impactando aos poucos como o homem entende a si próprio e a sociedade a sua volta.

O estudo das relações do homem com os novos formatos audiovisuais que surgem diariamente é importante não só para fins de análise social e cultural, como também para entender o próprio cinema, qual o lugar dele e como ele se apresenta atualmente. Investigando a historiografia do cinema, identificamos uma divisão baseada em inovações organizada linearmente numa lógica temporal, com a inserção de escolas de estilo, consideradas vanguardas. Após o surgimento do vídeo, ocorreu uma divisão do que é audiovisual e o que é exclusivamente cinematográfico, complexificando ainda mais essa historiografia. No entanto, o vídeo impactou o cinema, que acabou por incorporar técnicas de edição e montagem possibilitadas pela nova tecnologia. Os filmes começaram a apresentar cada vez mais narrativas fragmentadas, com edições elaboradas a partir de outros objetivos que causassem efeitos e perspectivas diferenciadas no espectador, indo contra a ideia da transparência.

O mesmo está acontecendo com os formatos audiovisuais que surgiram a partir das tecnologias digitais. Os filmes, mesmo os destinados para fins comerciais, muitas vezes apresentam montagens mais rápidas, com uma grande quantidade de cortes e de efeitos especiais digitais. Alguns não se preocupam tanto com a elaboração de *raccords*, mas sim com o espaço e fragmento capturado. Outros ainda recebem grande influência dos *games* virtuais. Em relação exclusivamente ao impacto causado pelas imagens pessoais que produzimos e consumimos diariamente nas redes sociais, o cinema parece ter incorporado as estéticas de selfie e das perspectivas adquiridas a partir de personagens segurando câmeras amadoras. Filmes como

Cloverfield (Matt Reeves, 2008), 172 horas (Danny Boyle, 2010) e Amizade Desfeita (Levan Gabriadze, 2015) são exemplos disso. Em Cloverfield um grupo de amigos está numa festa quando um monstro começa a destruir a cidade. Eles fogem e tudo é registrado por uma câmera digital que utilizavam na festa. Em 172 horas só vemos o que acontece porque o personagem principal filma a si próprio passando por dificuldades sozinho. Em Amizade Desfeita o filme trata de uma videoconferência por Skype.

A convergência tecnológica e midiática gera oportunidades de hibridização de linguagens e formatos. Isso inclui o cinema. Mas as influências não são só de formatos. A acessibilidade às cadeias de produção e consumo de conteúdo audiovisual possibilitada pela internet e pela cibercultura resulta numa maior participação popular nas produções criativas, não só em campos exclusivos e artísticos, mas a nível industrial. Seja por uma maior representatividade de diferentes grupos e interesses sociais nas produções ou simplesmente por uma demanda mais exigente de conteúdos específicos, complexos e diferenciados, visto que mudamos de apenas espectadores para participantes do processo e detentores de conhecimento sobre a área.

A questão é que o cinema não se isola nessa nova realidade, estando em constante atualização e sob influência das demais mídias. Dubois (2004) explica essas influências em relação ao surgimento do vídeo, mas sua afirmação continua válida para os novos formatos digitais e conseqüentemente para entendermos os impactos do nosso objeto no campo cinematográfico, compreendendo que no campo das mídias, cada linguagem pode surgir a partir de cada nova mídia, mas nunca é exclusiva dela.

Em suma, estes grandes modos de criação videográfica ajudaram a relativizar o modelo narrativo e a desenvolver em seu lugar modelos de linguagem de outra ordem. Nestes, frequentemente as dimensões de pesquisa e de ensaio se revelaram preponderantes, a ponto de acabar gerando, como no caso do cinema, mas deslocando a ênfase e até mesmo a perspectiva, uma espécie de “linguagem ou estética videográfica” (tal como a chamaremos aqui), que não é específica do vídeo no sentido estrito (não mais que a “cinematográfica”), mas que só se institui com uma força expressiva evidente a partir das práticas videográficas. (DUBOIS, 2004, p. 77)

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica. In: **Magia e Técnica, Arte e Política**. Ensaio Sobre Literatura e História da Cultura. Obras Escolhidas. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

CUNHA, R. E. S. **Revistas no cenário da mobilidade: a interface das edições digitais para tablets**. 2011. Dissertação (Mestrado em Cibercultura). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, UFBA, Salvador, 2011. Disponível em: <[http://www.repositorio.ufba.br:8080/ri/bitstream/ri/5959/1/Rodrigo Cunha.pdf](http://www.repositorio.ufba.br:8080/ri/bitstream/ri/5959/1/Rodrigo%20Cunha.pdf)>. Acesso em: 5 de dezembro de 2016.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Paris: Buchet-Chastel, 1967.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. Trad. Mateus Araújo Silva. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo: Hucitec, 1985.

\_\_\_\_\_; CARDOSO, Rafael. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GALANTER, Philip. Complexism and the Role of Evolutionary Art. In: ROMERO, Juan; MACHADO, Penousal (Orgs.), **The Art of Artificial Evolution: A Handbook on Evolutionary Art and Music**. Berlin: Springer, 2008. P. 311-332. Disponível em: <[http://dx.doi.org/10.1007/978-3-540-72877-1\\_15](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-540-72877-1_15)> Acesso em: 5 de dezembro de 2015.

GRAU, Oliver. **Virtual Art: from illusion to immersion**. Cambridge: MIT Press, 2003.

HANSEN, Mark. **Bodies in Code**. New York: Routledge, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo :Aleph, 2008

LEMOS, André. Arte e mídia locativa no Brasil. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio. **Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009.

\_\_\_\_\_. (2004) Cibercultura e mobilidade a era da conexão. In: **Derivas: cartografia do ciberespeço**. Lucia Leão (Org). São Paulo: Senac.

\_\_\_\_\_. (2007). Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multiredes (DHMCM). In: **Comunicação, mídia e consumo**. V.4, n.10. São Paulo: ESPM.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MACHADO, Arlindo. **Arte e Mídia**. 3ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge – Massachusetts, London, England: The MIT Press, 2001.

\_\_\_\_\_. (2007). “**A interação como evento estético**”. Lumina: revista da Faculdade de Comunicação da UFJF, Juiz de Fora: UFJF, v.1, n.1. Disponível em: <<https://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/viewFile/200/195>> Acesso em: 5 de dezembro de 2016.

\_\_\_\_\_. (2006) **The Poetics of Augmented Space**. Visual Communication vol.5, nº 2, p. 219-240. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1470357206065527>>. Acesso em 5 de dezembro de 2016.

\_\_\_\_\_. (s.d.) **A Prática da Vida (Midiática) Cotidiana**. Lugar Comum n. 28, pp. 283-296. Disponível em: <<https://www.yumpu.com/pt/document/view/12813056/a-pratica-da-vida-midiatica-cotidiana-lev-manovich/15>>. Acesso em: 20 de dezembro de 2016.

MÉDOLA, Ana Silva Lopes Davi; ARAÚJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda. (Org.). **Imagem, visibilidade e cultura midiática**. Livro da XV COMPÓS. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MELLO, MARIA Teresa Villela Bandeira de. **Os usos da imagem nas Ciências Sociais**. Revista de Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 23, p. 214-219, 1999.

NORMAN, Donald A. **Why Interfaces Don't Work: The Art of Human-Computer Interface Design**. Reading: Addison-Wesley, 1990, p. 209-220.

SANTAELLA, L. **Linguagens Líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus. 2007.

\_\_\_\_\_. (s.d.) **As imagens no contexto das estéticas tecnológicas**. Disponível em: <<http://xa.yimg.com/kq/groups/19591876/466535650/name/Asimagensnocontextodasestetica-tecnologicassantaella.pdf>> Acesso em: 5 de dezembro de 2016.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: EDUSP. 2002.

SNAP INC. Dica de Leitura. Disponível em: <<https://www.snapchat.com/>>. Acesso em: 5 de dezembro de 2016.