

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**POÉTICA E IMAGINÁRIO
EM VÍDEOS DIGITAIS**

TESE DE DOUTORADO

Carlos Alberto Orellana Gonçalves

**Santa Maria, RS, Brasil
2017**

POÉTICA E IMAGINÁRIO EM VÍDEOS DIGITAIS

Carlos Alberto Orellana Gonçalves

Tese apresentada ao Curso de Doutorado apresentada do Programa de Pós- Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), como requisito parcial para obtenção do grau de **Doutor em Comunicação.**

Orientadora: Profa. Dra. Ada Cristina Machado da Silveira

Santa Maria, RS, Brasil 2017

Ficha catalográfica elaborada através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Central da UFSM, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Orellana Gonçalves, Carlos Alberto
POÉTICA E IMAGINÁRIO EM VÍDEOS DIGITAIS / Carlos
Alberto Orellana Gonçalves.- 2017.
194 p.; 30 cm

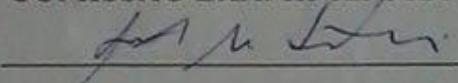
Orientadora: ADA CRISTINA MACHADO SILVEIRA
Coorientadora: Isabel Padilha Guimarães
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa
Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de
Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2017

1. Vídeo 2. Poética 3. Imaginário 4. Teoria da Imagem
5. Youtube I. MACHADO SILVEIRA, ADA CRISTINA II.
Padilha Guimarães, Isabel III. Título.

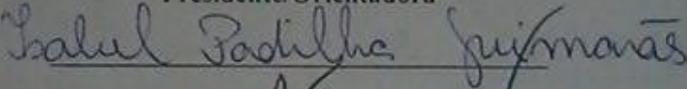
Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

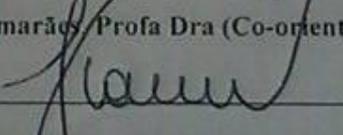
A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Tese de Doutorado
POÉTICA E IMAGINÁRIO EM VÍDEOS DIGITAIS
Elaborada por
Carlos Alberto Orellana Gonçalves
Como requisito parcial para obtenção do título de
Doutor em Comunicação

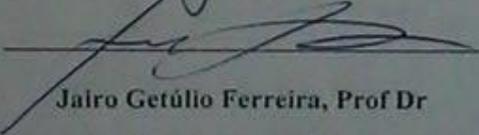
COMISSÃO EXAMINADORA

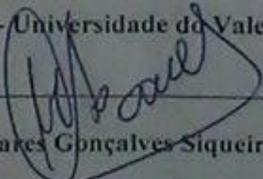

Ada Cristina Machado da Silveira, Dra (UFSM)

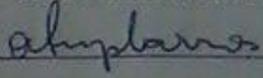
Presidente/Orientadora


Isabel Padilha Guimarães, Profa Dra (Co-orientadora)


Juliana Tonin, Profa Dra (PPGCOM -PUCRS)


Jalro Getúlio Ferreira, Prof Dr
(PPGCOM - Universidade do Vale dos Sinos)


Holgonsi Soares Gonçalves Siqueira, Prof Dr
(PPGCSOCIAIS - Universidade Federal de Santa Maria)


Ana Taís Martins Portanova Barros, Profa Dra
(PPGCOM - Universidade Federal do Rio Grande do Sul)

Santa Maria, 12 de janeiro de 2017

AGRADECIMENTOS

Agradeço à CAPES pelo financiamento desta pesquisa, à minha orientadora profa. Dra. Ada Cristina Machado da Silveira, por todo o tempo que dedicou a me ajudar durante o processo de realização desta tese. Agradeço à minha co-orientadora profa. Dra. Isabel Guimarães, também pela orientação e tempo dedicados. Ao meu orientador na Sorbonne Nouvelle Paris III, Dr. François Jost, pela orientação ao trabalho. Ao POSCOM/UFSM, pelo apoio e pelo ensino dedicados durante o mestrado e doutorado. Aos meus pais, Antônio e Marcela, por toda a educação, os ensinamentos e o apoio. Aos meus irmãos, Antônio e Maurício, pelo apoio e pela amizade dedicados durante o doutorado. Aos meus amigos Mônica Pieniz, Claudia Kessler e Lisandro Faverzani, por estarem sempre ao meu lado me apoiando nos momentos mais difíceis. Às amigas Luciele Fagundes e Samantha Borges pela amizade dedicada ao longo dos anos.

“Chorou por sua solidão, pelo seu desamparo, pela
crueldade do ser humano, a crueldade de Deus e a ausência
de Deus.”

(Leon Tolstói)

RESUMO

Tese de Doutorado
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Universidade Federal de Santa Maria

POÉTICA E IMAGINÁRIO EM VÍDEOS DIGITAIS

AUTOR: CARLOS ALBERTO ORELLANA GONÇALVES

ORIENTADORA: ADA CRISTINA MACHADO SILVEIRA

Data e Local de Defesa: Santa Maria, 27 de novembro de 2016.

A tese de doutorado intitulada *Poética e imaginário em vídeos digitais* busca entender o medium vídeo digital como agente capaz de ampliar as capacidades do sujeito de constituir seu devir através da profusão de imagens técnicas. Assumimos que as noções de imaginário, de *poética* e de devir são as bases da compreensão e da interpretação do mundo imagético ligado em rede. Abordamos a rede social *YouTube* como ambiente informacional de inter-relação entre as esferas da vida pessoal e profissional permitidos pela ampliação de sistemas informáticos, cultura de banco de dados (MANOVITCH, 2010), flexibilidade do *medium* vídeo (DUBOIS, 2004; BELTING, 2006), poética das imagens (BACHELARD, 1996), sobreposição de imaginários da Internet (FLICHY, 2007) e ator que promove agenciamentos (LATOURET, 2008). Desejamos entender de que modo o vídeo conjuga imagem técnica, imagem simbólica e devir para a constituição de um aproveitamento coordenado pelas mídias digitais. Privilegiamos uma metodologia de análise da constituição do imaginário e dos universos míticos (DURAND, 1994, 1996, 1999, 2002; BACHELARD, 1989, 1993, 1996, 1999, 2011). Priorizamos tal aporte metodológico por ir às profundezas da formação imaginária e, ao mesmo tempo, reconhecer as estruturas que repercutem sobre a paisagem dos fenômenos culturais contemporâneos. Propomos a hipótese de que a rede social *YouTube* é uma ambiência onde se encontram o sistema de produção imagética em escala industrial e o mundo da vida (do devir) através da imagem técnica fomentada nas formações imaginárias. Nossa análise resulta na compreensão de que a rede social congregaria, ao mesmo tempo, distintos modos de produção da imagem técnica (artesanal, industrial, semiprofissional) e de formações imaginárias envolvidos numa ambiência de lazer e de afetos.

Palavras-chave: Vídeo. Poética. Imaginário.

RÉSUMÉ

Thèse de Doctorat
Programme d'Études Supérieures en Communication
Université Fédérale de Santa Maria

POÉTIQUE et IMAGINAIRE dans VIDEOS NUMÉRIQUES

AUTEUR: CARLOS ALBERTO ORELLANA GONÇALVES

ORIENTATION: ADA CRISTINA MACHADO SILVEIRA

Date et lieu de soutenance: Santa Maria, le 27 Novembre 2016.

La thèse de doctorat intitulé Poétique et Imaginaire dans vidéos numériques cherche à comprendre le milieu de la vidéo numérique comme un agent capable d'étendre les capacités de son assujettissement à former à travers la profusion d'images techniques. Nous supposons que les notions de l'imaginaire, poétique et devir sont les fondement de la compréhension et de l'interprétation de l'imagerie monde en réseau. Nous avons développé l'hypothèse que YouTube peut être considéré comme l'environnement informationnelle d'interdépendance entre les sphères de la vie personnelle et professionnelle permises par l'expansion des systèmes informatiques, bases de données de la culture (MANOVITCH, 2010), la flexibilité du médium vidéo (DUBOIS 2004, BELTING, 2006), les images poétiques (BACHELARD, 1996), chevauchement de l'imaginaire de l'Internet (FLICHY, 2007) et l'acteur qui fait la promotion des assemblages (LATOIR, 2008). Nous voulons comprendre comment la technique combine la vidéo, l'image symbolique et devir pour la constitution d'une co-coordonné par l'utilisation des médias numériques. Nous privilégions une méthodologie de la constitution des univers imaginaires et mythiques (DURAND, 1994, 1996, 1999, 2002; BACHELARD, 1989, 1993, 1996, 1999, 2011). Donner la priorité à cette contribution méthodologique en allant dans les profondeurs de la formation imaginaire et au même temps, reconnaître les structures qui ont un impact sur le paysage des phénomènes culturels contemporains. Nous proposons l'hypothèse que le réseau social YouTube est un environnement où vous vous trouvez le système de production d'images à l'échelle industrielle et le monde de la vie (de devir) à travers l'image technique favorisé dans les formations imaginaires. Le réseau social rassemblerait, en même temps, différents modes de technique de production d'images (artisanale, industrielle, semi-professionnels) et des formations imaginaires impliqués dans une ambiance de plaisir et d'affection.

Mots-clés: Vidéo. Poétique. Imaginaire.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Versão que parodia o clipe <i>Telephone</i> da cantora Lady Gaga	26
Figura 2 – Imagem promocional do novo <i>gadget</i> do Google: Google Glass	40
Figura 3 – Imagem promocional do Google Glass	41
Figura 4 – Frame do videoclipe <i>Chandelier</i> da cantora Sia	43
Figura 5 – Histórico de vídeos visualizados.....	54
Figura 6 – Vídeo da banda musical Thirty Seconds do Mars.....	55
Figura 7 – Elementos teóricos do vídeo em redes digitais	71
Figura 8 – Elementos da interface do vídeo no <i>YouTube</i>	72
Figura 9 – Emoticons	79
Figura 10 – Lana del Rey, videoclipe <i>Summertime Sadness</i> [1:49]	99
Figura 11 – Lana del Rey, videoclipe <i>Summertime Sadness</i> [3:35]	100
Figura 12 – Videoinstalação Nam June Paik.....	102
Figura 13 – <i>Electronic Superhighway</i> , videoinstalação de Nam June Paik.....	103
Figura 14 – Nam June Paik- <i>Bakelite Robot</i>	105
Figura 15 – Charlotte Moorman, <i>Paik's TV cello</i>	105
Figura 16 – <i>Imponderabilia</i> , 1977	107
Figura 17 – <i>Imponderabilia</i> , 1977	107
Figura 18 – Yves Klein, conjunto <i>Anthropométrie de l'Époque Bleue</i>	113
Figura 19 –Marina Abramovic, <i>AAA/AAA</i> (1978)	115
Figura 20 – Canal da Ina.fr, onde podemos encontrar pequenos trechos de importantes programas de TV e pesquisar sobre conteúdos antigos da TV francesa	117
Figura 21 – Trenzinho Carreta Furação	119
Figura 22 – Ione Lao e o carnaval de Itapetininga.....	120
Figura 23 – O original pão caseiro: tutorial sobre massa de pão e pizza original italiana ..	123
Figura 24 – Photoshop: curso completo.....	124
Figura 25 – Canal VEVO Britney Spears	125
Figura 26 – Canal do SBT no <i>YouTube</i>	125
Figura 27 – PC no PC # 2, zica vírus e gansos	126
Figura 28 – Lady Gaga, videoclipe de <i>Born this way</i>	130
Figura 29 – Gotye, videoclipe de <i>Somebody that I used to know</i>	130
Figura 30 – Gwen Stefani, videoclipe de <i>Baby don't lie</i>	131
Figura 31 – Coldplay, videoclipe de <i>Hymn for the weekend</i>	135
Figura 32 – Imagem do vídeo de destruição da barragem em Mariana (Jornal Nacional)..	144

Figura 33 – Tsunami de lama em Mariana deixa um carro sobre um telhado	148
Figura 34 – Comparação entre o efeito do desastre no meio ambiente e o logo da Vale ...	149
Figura 35 – Ginásio de esportes é transformado em abrigo após desastre em Mariana	151
Figura 36 – Capa do Jornal de Minas	155
Figura 37 – Frame do videoclipe <i>Sugar</i> , da banda Maroon 5	158
Figura 38 – Frame do videoclipe <i>Sugar</i> , da banda Maroon 5	159
Figura 39 – Vídeo comemorativo do <i>YouTube</i> em que celebra os vídeos sobre animais ...	163
Figura 40 – Canal de vídeos do gato mal-humorado	165
Figura 41 – Frame do videoclipe <i>Safe and Sound</i> , da banda Capital Cities	168
Figura 42 – Frame do videoclipe <i>Safe and Sound</i> , da banda Capital Cities	169
Figura 43 – Frame do videoclipe <i>Safe and Sound</i> , da banda Capital Cities	170
Figura 44 – Frame do videoclipe <i>Safe and Sound</i> , da banda Capital Cities	171
Figura 45 – Frame do vídeo de queda de um avião	176
Figura 46 – Vídeo <i>Radical Youth</i> , de Javier Merelo	180

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Capitalismo financeiro X capitalismo informacional X capitalismo cognitivo 94

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
Hipótese	14
Justificativa	15
Objetivo geral	16
2 IMAGEM: entre o devir e a técnica	19
Imagem em Durand	20
Imagem em Bachelard	24
Imagem em Belting	28
Imagem como produção	34
Vídeo em rede: princípio da nova visualidade	37
3 POÉTICA: técnica de construção de si	49
Poética em Bachelard	49
Poética de navegação	52
Poética da inteligência coletiva	56
4 DEVIR E IDENTIDADE	61
Nascimento da noção do sujeito moderno: Alain de Libera	62
Sujeito em Castoriadis e Bachelard	64
Devir e identidade: Deleuze e Guattari	66
Devir, identidade e redes	78
Poética, devir e <i>YouTube</i>	80
5 ECONOMIA DA IMAGINAÇÃO	84
Economia da imaginação radical	85
Capitalismo cognitivo	91
Economia afetiva	94
6 ESTÉTICA CONTEMPORÂNEA DO VÍDEO	97
A estética da imersão	98
Vídeos de passado imersivo	115
Vídeo da profundidade do cotidiano	117
Vídeo da produção do saber	121

Vídeos da cultura da performance midiática	124
Vídeos de encenação do eu	126
6.2 Arqueologia visual do vídeo	128
7 VÍDEO, INTERNET E YOUTUBE	136
Mitocrítica e crítica de vídeos.....	138
Os vídeos na estética de imersão.....	143
Vídeo 2 Sugar Maroon 5	156
Vídeo 3 –zoolatria	162
Vídeo 4 – fantasmas midiáticos	167
Vídeo 5 – queda e ascensão	173
Vídeo 6 Política	177
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	182
REFERÊNCIAS.....	184

1 INTRODUÇÃO

A tese de doutorado intitulada 'Poética e imaginário em vídeos digitais' busca entender o medium vídeo como agente capaz de ampliar as capacidades do sujeito de constituir seu devir através da profusão de imagens técnicas. Assumimos que as noções de imaginário, de *poética* e de devir são as bases da compreensão e da interpretação do mundo imagético ligado em rede. Desejamos entender de que modo o vídeo conjuga imagem técnica, imagem simbólica e devir para a constituição de um aproveitamento coordenado pelas mídias digitais. Propomos a hipótese de que a rede social *YouTube* é uma ambiência onde se encontram o sistema imagético em escala industrial e o mundo da vida (do devir) através da imagem técnica fomentada nas formações imaginárias. A rede social congregaria, ao mesmo tempo, distintos modos de produção da imagem técnica (artesanal, industrial, semiprofissional) e de formações imaginárias envolvidas numa ambiência de lazer e de afetos.

A tese dá continuidade na proposta de pesquisa desenvolvida na dissertação de mestrado intitulada 'Vídeo e imaginário apropriados pelo discurso de telejornais', apresentada ao POSCOM no ano de 2013. O termo vídeo impõe uma nova categoria a ser analisada que consiste em um olhar subjetivo sobre o mundo, um olhar do presente, um olhar que repercute e redefine algumas noções de visualidade. O termo vídeo vem do latim e significa *eubejo*, ou seja, ao usarmos essa categoria, estamos fazendo referência a um olhar que não é da tradição, não é do museu, nem da história da visualidade, é um olhar que é pretensamente apenas nosso, de nossa experiência visual, da nossa compreensão do mundo a partir da nossa visão do presente, das circunstâncias passageiras, daquilo que observamos despreziosamente. Assim, quando o conjunto de produção visual, a tradição artística, o histórico e o museológico da produção humana de bens simbólicos visuais como pinturas, esculturas, filmes, etc., é deixado de lado para que se imponha um olhar de um eu, da subjetividade, das questões triviais. O presente se impõe sobre como parâmetro imediato de valorização dos objetos simbólicos, um presente estendido, um presente quase confundido com o valor da simultaneidade, do ao vivo, da instantaneidade. Esse presente que deve ser observado como dimensão fundamental de nossa relação com o mundo visual, visto que o termo vídeo torna-se um prefixo para uma série de dispositivos, videogame, videoinstalação, videossegurança, ou seja, o olhar do eu sob uma diversidade de situações é o parâmetro fundamental de nossa relação com o mundo. Construir um presente que seja leve, transitório, livre das amarras da tradição que o passado pode exigir, bem como, o compromisso com as possibilidades do futuro.

Outra representação marcante de nosso objeto é a centralidade sobre o ego, o eu, na identidade, na subjetividade, isto é, o objeto visual ganha volume e forma à medida que é atravessado pelo olhar do indivíduo. Para compreendermos, de modo mais claro, podemos conceber que a ideia mesma da assinatura nos quadros medievais era algo impensado, pois, seguindo a sua lógica, o sujeito seria apenas devedor da tradição que o precedeu. A técnica, os formatos, os temas, de modo geral, seriam herdados de uma geração anterior na qual o indivíduo representaria num dado momento histórico. Portanto, a assinatura, e mesmo a ideia de um retrato em pinturas, nascem na Renascença italiana como um ponto de reconhecimento, de mérito sobre o avanço que o artista produziu da tradição herdada e da valorização do eu, dentro de uma sociedade estratificada que a antecedeu. Quando vemos os retratos da Renascença, estamos admirando com os olhos contemporâneos o surgimento de uma valorização da ideia de um eu, de uma identidade e de uma subjetividade que ganha corpo. Entretanto, o que não deve escapar da análise é que esses retratos, *Monalisa*, o maior exemplo, traz a ascensão de uma classe social de burgueses que mantinha um forte comércio entre a Europa, África e Oriente Médio, cruzava diretamente nas cidades italianas de Florença e Veneza, e que esses burgueses associados à nobreza foram os principais patrocinadores de uma arte que pudesse se destacar da arte de outros centros rivais.

Desse modo, o Renascimento surge como um movimento artístico alicerçado num rico comércio, devedor de uma tradição de Giotto, mas que a partir do rompimento com a tradição anterior, se realizou no antropocentrismo e na necessidade dessa elite ser representada, destacada e singularizada em relação às demais elites europeias. Compreender nossa produção de imagens contemporâneas é observar também o surgimento dessa preocupação de valorização do eu, mas que, no Renascimento, é resultado de um antropocentrismo que valoriza os aspectos da tradição greco-romana e que, na contemporaneidade, situa-se numa zona entre a retificação do humano, o lazer como dimensão estruturante do real, o consumo como estratégia de desenvolvimento de si e do real.

Assim, na contemporaneidade, essa ideia de tradição não existe senão pelos traços, pelas imagens técnicas e pelos discursos que estão presentes nos objetos simbólicos, mas que são investidos como o novo (categoria muito polêmica, mas que consideramos aqui no enfoque de Lipovetski, isto é, ação de renovação de produção simbólica alicerçada sob os parâmetros de produção de capital). O eu será o parâmetro de produção e consumo de objetos simbólicos (*eu vejo*), nessas condições, o termo vídeo é usado como prefixo em outros termos, isto é, a partir da minha condição de consumo visual (*eu vejo* a partir dessa situação) que o produto ganha sentido social: videogame, videovigilância, videoarte. Como bem destaca

Belting sobre a necessidade de se constituir uma fenomenologia das imagens, isto é, repensar as imagens na sua relação com a produção de sentidos da experiência imediata do homem com o real. Entretanto, o que destacamos que essa guinada à experiência do sujeito com a imagem foi direcionada na contemporaneidade pelos meios de comunicação de massa e que, na última década, vem sendo guiada pelas mídias digitais, particularmente, as redes sociais digitais. E que não devemos excluir essas características ao analisar a imagem (no nosso caso, o vídeo em redes digitais) como devedora também de uma complexa transformação de produção de capital, que é a passagem do capitalismo industrial para um capitalismo financeiro.

Acima de tudo, compreendemos o termo vídeo para além das noções do presente estendido e do olhar subjetivo sobre a realidade, mas também sobre a noção de registro, isto é, a ideia do termo vídeo coincide sob a representação de uma imagem registrada, imagem que ganha corpo, imagem técnica capaz de servir como registro de uma dada situação social. Nessa noção de gravação convergem a ideia de vigilância, de prova, de documento. Situação similar ocorrida nos primórdios do desenvolvimento da fotografia, ou seja, a imagem em movimento tem um caráter documental.

Hipótese

Compreendemos que há a promoção de uma nova visualidade centrada em uma ordem de inteligência coletiva, na qual há o aprofundamento de estratégias de devir promovidas pelo compartilhamento de um espaço de sociabilidade, de formações imaginárias e de condições de produção técnica de imagens.

Há um movimento de intensa transformação nos âmbitos socioculturais que repercutem sobre as noções de compreensão e de interpretação do mundo. Assim, desejamos entender como as noções de produção cultural imagética promovida por redes digitais permitem compreender os conflitos, os debates sobre identidade.

O nosso argumento centra-se na prioridade de que enfrentamos a transição de uma visualidade centrada no caráter distintivo do autor (na qual a própria ideia de identidade é reivindicada) por uma em que há noções ainda não precisas marcadas pela ação de identidade, de poética e de imagem. Esse contexto vem embalado por uma ambiência que promove a confusão entre as esferas do lazer, da vida privada e do trabalho. Acreditamos que a contemporaneidade é dominada por um gênero ou forma privilegiada do vídeo (JAMESON,

2006), cujas estruturas parecem ser a forma mais adequada para exprimir suas verdades secretas ou apresentar os sintomas mais claros de um tempo ou de um lugar específicos.

Entendemos, com Hartley (2005), que há um aproveitamento sistemático dos mais variados nós das redes; suas imagens, discursos ou processos são crescentemente valorizados e aproveitados, coordenados e levados a uma utilização mais ampla na totalidade do processo de inovação na sociedade. Existem, já, muitos indicadores de como a criatividade do usuário pode tornar-se o motor de um empreendimento tanto cultural quanto político (LEADBEATER apud HARTLEY 2005). Assim, tentamos descrever quais os mecanismos pelos quais as imagens técnicas promovem uma expansão do viés criativo que Bachelard (1996) afirmaria a capacidade imaginante, expressa através de objetos audiovisuais para se constituir enquanto indústria criativa.

O sujeito pós-moderno, conforme entende Jameson (2006) cria e desenvolve uma consciência imaginante baseada nas formações imaginárias através de imagens técnicas em redes digitais. Inspirados nessa proposição, apresentamos nossa hipótese de que a estrutura de imagens técnicas ofertada ao sujeito produz um devir que, por sua vez, reconfigura sua produção simbólica. Assim, desejamos analisar os modos como a visualidade consagra o espaço de desenvolvimento do devir e de identidade a partir das possibilidades técnicas de redes digitais e de formações imaginárias.

A hipótese sustenta, portanto, a questão da compreensão do vídeo em redes digitais e sua relação com os demais vídeos, usuários, sistemas e discursos como espaço de desenvolvimento de imaginários que são estrategicamente coordenados como objetivo dos processos de produção cultural ou industrial?

Justificativa

Há a necessidade de compreender o vídeo e sua manifestação digital na medida em que são as formações imagéticas que apresentam uma vitalidade, plasticidade e agenciamento com os mais variados sujeitos. Pesquisar o fenômeno *YouTube* e sua visualidade promotora de devires e identidades torna-se necessário ao campo científico, pois é necessário investigar como essas imagens interpelam os sujeitos e mediam a comunicação.

Assim, as redes digitais são uma face mais recente de profundas alterações no sistema de produção capitalista ao permitir haver a geração de capital sem os vínculos do capitalismo industrial e abrir caminho para o capitalismo financeiro.

Em relação ao *medium* vídeo, compreendemos sua plasticidade, sua relação com os demais meios técnicos de reprodução de imagem, sua temporalidade (eu vejo-presente) e como *medium* no qual se sobrepõe possibilidades técnicas e está associado ao sentido de inovação, de ensaio e experimentação constantes.

Como destaca Parisser (2012), através de códigos algorítmicos de redes digitais que dados em massa acabaram por resultar em identidades dos usuários como uma ferramenta dos projetos de marketing e de investigação de órgãos públicos.

O vídeo representa, através do caráter fragmentário e unitário, uma metáfora da própria construção da identidade pós-moderna. A fragmentação dos planos liga-se para gerar, no espectador, o imaginário de um conjunto articulado e unitário. E através do eixo do olhar único e estruturante que é o princípio de agenciamento significativo e simultâneo das visões. O vídeo serve como o *medium* propício nesse eixo do olhar de resgatar a relação entre sujeito e objeto e impedir de modo vicário esse processo de exclusão de espaço e tempo que nos impede de constituir nossa noção de sujeito.

Destacamos a emergência de uma visualidade que, na concepção de Flusser (1985), é de segunda ordem, ao mesmo tempo em que emancipa o homem a pensar conceitualmente. Uma visualidade que é uma tríade, modalidade artística (estética), da tecnologia (da máquina) e da instituição social.

Flusser (1985) entende a imagem como sendo a superfície significativa na qual as ideias se inter-relacionam magicamente. Quanto à imagem técnica, trata-se da imagem produzida por aparelho e que a imaginação se torna a capacidade para compor e decifrar imagens.

Desse modo, entendemos que as ideias, em sua superficialidade, se inter-relacionam através de meios técnicos, isto é, as imagens técnicas incidem sobre nossa percepção das imagens ontológicas (do devir), que são as imagens simbólicas, uma relação de composição e compreensão do real distinta e que altera os padrões de produção simbólica de imagens. Essa alteração pode ser verificada nos trânsitos, complementaridades e intercâmbios de gêneros, formatos e narrativas (caráter híbrido do vídeo) e, ao mesmo tempo, nas sobreposições de imagens técnicas e simbólicas.

Objetivo geral

Nossa tese deseja investigar como o vídeo se relaciona em sua dimensão poética e simbólica (formação imaginária) em redes digitais, isto é, propomos avaliar os princípios

poéticos do vídeo e como ele se constitui como índice maior de expressão da cultura contemporânea. Além disso, na tese, analisamos os modos de constituição da identidade e do devir como resultados da ação do sujeito sobre as imagens técnicas do vídeo. Compreendemos que o vídeo como substrato pelo qual são depositados vestígios da ação humana sobre si e da relação com os demais sujeitos. Portanto, acreditamos que, através de uma análise minuciosa do vídeo em sua dimensão imagética, simbólica e poética, podemos reconstituir os modos de ação do sujeito sobre sua identidade e como as mudanças culturais ocorridas nas últimas décadas promovidas pelas redes sociais digitais.

No primeiro capítulo, apresentamos os teóricos da imagem em sua dimensão simbólica e técnica para, assim, compreender a complexidade do fenômeno visual que o meio vídeo representa na contemporaneidade. Trazemos as contribuições de Gilbert Durand em sua fenomenologia da imagem simbólica e arquetípica; Gaston Bachelard que investiga a imagem como condição primordial do homem sobre o real e função de sua consciência imaginante; Hans Belting que explora a reconciliação das noções de imagem interna, imagem externa e corpo; Jean-Paul Sartre que concebe a imaginação como função primeira do homem e Jean-Jacques Wunenburger que avalia a imagem como experiência de apropriação subjetiva da informação.

No segundo capítulo, apresentamos o conceito de poética pensados através de Bachelard, Lev Manovich e Lúcia Leão. Através de Bachelard, analisamos a ação da materialidade dos elementos sobre a imaginação; com Manovich, compreendemos uma poética de banco de dados que será a articulação da ação poética com as plataformas digitais; Leão traz-nos os elementos para a compreensão de uma poética de navegação, uma ação ‘despretensiosa’ que dá vigor à constituição dos nós e interfaces da ação humana na web.

No terceiro capítulo, apresentamos as noções de devir e identidade. Vamos às noções pré-moderna da identidade pensada ainda na Idade Média (Alain de Libera). Em seguida, apresentamos as noções de Castoriadis e Bachelard sobre o sujeito como meio pelo qual as imagens ganham vida e atualizam o imaginário. No item seguinte, apresentamos as noções de devir em Gilles Deleuze e Félix Guattari, o devir pensado como afirmação de si frente às possibilidades do ser e uma atualização do espaço vivido.

No quarto capítulo, apresentamos as noções de economia da imaginação de Castoriadis, isto é, das condições socioeconômicas de desenvolvimento das instituições e de aproveitamento coordenado da imaginação como força produtiva. Sintetizamos em um quadro algumas condições para a emergência do capitalismo cognitivo. Ao final do capítulo, analisamos a fundação de uma economia afetiva identificada por Yochai Benkler.

No quinto capítulo, propomos a noção de estética de imersão como devedora das condições da poética de navegação e de banco de dados, assim como resultado de uma transformação da dinâmica das comunicações em massa para uma comunicação digital e da tomada de consciência do sujeito sobre si. A estética de imersão configura-se como um conjunto de visualidades que se compõe mediada pelo eixo subjetivo do olhar, na corporeidade, na intensidade da experiência presente.

No sexto capítulo, apresentamos seis vídeos que compõem uma metáfora da nossa condição contemporânea. O primeiro vídeo é um vídeo amador que foi apresentado no telejornal *Jornal Nacional*, da Rede Globo, do desastre ambiental em Mariana, em novembro de 2015. O segundo vídeo é um videoclipe, *Sugar*, da banda musical *Maroon 5*, que se joga com as fronteiras do real e da ficção. O terceiro vídeo é um vídeo promocional do próprio *YouTube* sobre a participação dos vídeos sobre animais na rede, batizamos esse fenômeno global de um retorno arquetípico da zoolatria, particularmente, de animais domésticos. O quarto vídeo trata-se de um videoclipe, *Safe and sound*, da banda *Capital Cities*, que se configura numa sobreposição temporal que é apresentada em termos fantasmáticos. O quinto vídeo refere-se à queda de um avião em Taiwan, registrado por um amador, o vídeo revela traços de uma alegoria do declínio do imaginário mítico heroico. O sexto vídeo, intitulado *Radical youth*, trata sobre a revolta de grupos sociais jovens contra o sistema como metáfora do simbolismo do soberano terrível e as novas possibilidades de relações de poder.

2 IMAGEM: entre o devir e a técnica

Neste capítulo, tentaremos organizar as principais questões que atravessam o estudo da imagem e, conseqüentemente, do imaginário. Organizaremos algumas posições teóricas epistemológicas que tensionam a noção de imagem em Bachelard (1996), Durand (2002), Belting (2007), Wunenburger (1997) e Sartre (2008) e como esses autores contribuíram decisivamente para a ampliação desse campo de investigação científica. E, ao final do capítulo, proporemos que a imagem, tanto em sua dimensão simbólica quanto em sua dimensão técnica, está numa zona intermediária entre a técnica e o devir.

A imagem simbólica como cimento que agrega as condições para construção do jogo entre poética (domínio do fazer) e do devir (domínio da individuação). A imagem concebida neste capítulo transita num espaço entre o técnico (condição de sua existência material) e o simbólico (condição de sua existência mental), e nessa polaridade que a imagem ganha força e se perpetua como fonte para produção de devires. A noção de corpo é também essencial para compreensão da imagem na contemporaneidade, visto que o corpo é o espaço de negociação entre o simbólico e o técnico. Assumimos a perspectiva que a imagem na contemporaneidade representa uma dinâmica triádica entre imagem mental, imagem técnica e o corpo.

A imagem em Durand (2002) assume uma orientação arquetípica da fundação do ser humano e tem como substrato os eixos biofisiológicos da espécie humana. A imagem é tomada em toda sua potência da ação humana e como meio pelo qual conseguimos resgatar as fundações da elaboração simbólica.

A imagem em Bachelard (1996) propõe pesquisar a imagem sobre o prisma do seu impulso, da sua potência e da constituição de uma consciência imaginante. A imagem é vivenciada em duas trajetórias, a da novidade e a da reintegração da imagem ao universo simbólico maior. É nesse esforço que o homem cria um espaço exclusivo de sua existência, o devaneio como fonte humana do simbólico.

A imagem, em Belting (2007), reconstitui a dinâmica triádica entre imagem mental, imagem técnica e o corpo. Belting (2007) parte de uma noção da imagem pré-platônica, onde o corpo, a função de negociação entre a esfera material e simbólica. Além disso, Belting (2007) assume a orientação de compreender os artefatos visuais e seus modos de produção como fundamentais para entender o desenvolvimento do pensamento dos grupos sociais.

Imagem em Durand

A imagem simbólica na obra de Durand (2002) é apresentada como o próprio substrato na qual as mais distintas sociedades se relacionam. Ela se configura como resultado da trajetória antropológica do homem no seu ambiente. A imagem, em Durand (2002), se constitui a partir das bases de Bachelard e de Jung, isto é, ela se encontra num tensionamento entre uma pretensão ao futuro de se materializar e servir à constituição de um projeto de identidade (perspectiva de Bachelard). A segunda perspectiva, a junguiana, é a de que as imagens simbólicas estão organizadas como num banco de dados. Durand (2002) associará essa ideia de que as imagens organizam-se por um eixo biofisiológico (perspectiva da etologia e da zoologia) do corpo humano e que estão acessíveis à espécie humana como um todo.

Desse modo, o grande avanço teórico epistemológico que vai se constituir num campo de análise vasto e profundo sobre as condições pelas quais as imagens se desenvolvem, como elas se organizam e produzem novas imagens que, em seu conjunto, formam três eixos básicos de formações imaginárias: mítica heroica, mítica mística e mítica dramática. Na primeira, os gestos ascensionais de subida, elevação e colocar-se de pé produzem um afastamento e, ao mesmo tempo, a dominação da natureza pelo homem. Na mítica mística, os gestos correspondem às imagens de descida, escavação, interiorização. Nessa formação imaginária, o conflito se resolve através de imagens de fecundidade, prudência, lentidão e abundância. Esse gesto se manifesta por reflexos de sucção labial e por dominante digestiva no ato de deglutição que age como princípio de organização, como uma estrutura sensório-motora. A terceira formação imaginária corresponde à harmonização das duas anteriores formações imaginárias, isto é, há um processo no qual esses dois universos andam numa relação de coincidência e de equilíbrio.

Acima de tudo, a obra de Durand (2002) nos permite compreender de que modo a imagem simbólica também produz ação ao relacionar as noções de mito e rito, buscando tanto o mito em sua função de núcleo dramático do imaginário (DURAND, 2002), quanto de formador de condutas, práticas e organizações (MAFFESOLI, 2006). Portanto, reconhecem como essas estruturas presentes fazem sentido aos grupos sociais.

A imagem, em Durand (2002), torna-se uma metáfora de banco de dados acessível à espécie humana, processo pelo qual apreendemos o campo simbólico, estrutura pela qual compreendemos a trajetória humana pelo planeta, núcleo das formações imaginárias e, junto com o mito e rito, é formadora de conduta, práticas e organizações. Desse modo, temos resumidamente cinco noções básicas de imagem em Durand (2002). Tentaremos fazer uma

panorâmica dessas noções e como cada uma implicaria uma série de outras categorias e ideias.

Havíamos destacado a posição central da obra junguiana para a compreensão de imagem em Durand (2002), da acessibilidade ao arquivo de imagens da espécie humana que seria estruturante de nossa compreensão de mundo. Aqui destacaremos duas ideias centrais que guiam a noção de imagem em Durand (2002), ele enfatiza que, independente das condições materiais e culturais de cada sociedade, há um meio pelo qual todas desenvolvem uma relação de interdependência. Esse meio seria condição fundamental para o desenvolvimento do trajeto humano ao longo de sua história como espécie, já que ela existiu antes mesmo de uma estrutura linguística. O que destaca Durand (2002) é que as imagens e as formações imaginárias serão a primeira linguagem que o homem usa para mediar sua experiência com a natureza, mas que, ao mesmo tempo, cria as condições de produção de novas imagens num efeito *ad infinitum*. Mas, se temos uma linguagem primeira que desenvolve nossa mediação com o ambiente, como ela funciona e de que modo ela se organiza, as respostas a essas questões fundamentais vieram das investigações de Durand (2002) sobre a etologia e a zoologia moderna. Até mesmo a noção junguiana de arquétipo como sendo a matriz das grandes imagens é primordial a Durand (2002), em sua apropriação e desenvolvimento das condições de produção imagéticas das sociedades.

A segunda noção de imagem como mediadora do campo simbólico nasce na busca de traços e de marcas que estão presentes nas mais diversas sociedades, independente da sua condição histórica. Essa noção promove a ideia de que a imagem simbólica (principalmente as imagens redundantes que acabam, por muitas vezes, criando imagens técnicas) é o principal ator de compreensão do mundo. A imagem aqui concebida não se refere exclusivamente à mediação, mas à própria composição do universo simbólico que está estruturado em imagens e que, por sua vez, altera todas as demais produções culturais, devolvendo uma nova presença do homem em seu ambiente.

A imagem como núcleo das formações imaginárias será a grande contribuição de Durand (2002) para o que serão chamados os estudos do imaginário, ou seja, a imagem como fonte primordial para a estrutura que organiza, pelo princípio fisiológico, a compreensão do homem em relação ao real, às formações imaginárias. Podemos inferir que essa noção da imagem como base pela qual o sujeito compreende o ambiente é resultado de uma trajetória de colocar de lado a *epistème* cartesiana, na qual as imagens são sombras dos objetos, e mesmo em tradições revisionistas (psicologia freudiana e lacaniana) desse aspecto racional pelo qual se baseia a tradição de ciência moderna que concebe a imagem como um elemento

de falseamento do real e que serviria em condições de processo inconsciente para chegarmos às verdades mais profundas, e que não aceitam que essas imagens possuem uma dinâmica própria.

De acordo com Durand (2002), o símbolo é anterior tanto cronológica quanto ontologicamente sobre qualquer significância audiovisual, isto é, o símbolo é a base constitutiva para qualquer ação do homem sobre o campo cultural.

Neste ponto, podemos trazer as contribuições de Dumézil (1973) para a compreensão durandiana de imagem como formadora de práticas e condutas. É nele que podemos encontrar alguns argumentos que são necessários à compreensão de que a imagem, através de um investimento dramático (mito) e de práticas redundantes e que revelam sentidos sociais bem definidos (ritos), constroem, através da institucionalização desses mitos e ritos em religiões, um modo de atuar, de pensar e viver o real. A imagem é também concebida como práxis, mas não só, mas uma espécie de guia de sentidos e significados, e a partir deles que são produzidos um modo de fazer, de agir e de viver as mais diversas situações do campo social. Um conjunto de regras mais ou menos reconhecidas e vivenciadas que extrapolam a própria condição da imagem simbólica, mas desejando sempre se fixar em uma materialidade que, por sua vez, produz as condições de produção da imagem técnica devedora e, ao mesmo tempo, redundante dessa imagem simbólica.

O imaginário é uma construção arquetípica que tem na natureza (meio) e sua relação com o homem sua profunda base. A natureza e a forma como o homem se relaciona com ela fornecerá as imagens simbólicas plenas de sentidos que vão acompanhar nosso desenvolvimento. Quatro elementos da natureza serão as bases do imaginário bachelardiano que alimentarão a tradição epistemológica pela qual Durand (2002) irá acompanhar (mesmo que com algumas diferenças). Durand (1994, p. 3) considera o imaginário como o “museu de todas as imagens passadas, possíveis, produzidas e a produzir”, nas suas diferentes modalidades da sua produção, pelo *homo sapiens sapiens*.

Segundo Mircea Eliade (2002), as imagens constituem ‘aberturas’ para um mundo trans-histórico, ou seja, que, independentemente das configurações sócio-históricas, as imagens simbólicas constituem o meio pelo qual a humanidade expressa sua condição sobre o mundo.

Como esclarece Durand (1999, p. 9): “Durante muitos séculos e especialmente a partir de Aristóteles (século 4 a.C.), a via de acesso à verdade foi a experiência dos fatos e, mais ainda, das certezas da lógica para, finalmente, chegar à *verdade* pelo raciocínio binário que denominamos de dialética”.

A lição dialética entre cultura e natureza será a base na qual vai se constituir na Antiguidade e vai se aprofundar na Idade Média o pensamento racional ocidental, como analisa Flusser (2011), o pensamento aristotélico tornou-se a base da compreensão ocidental, pois ele se baseou numa práxis artesanal numa ideologia latifundiária e mercantil ateniense que será o motor de produção material no mundo medieval ao refletir um estar-no-mundo. Entretanto, a lógica dialética aristotélica continua entre natureza e cultura, como explica o autor:

[...] tudo que é necessário e dispensável chamo "natureza", tudo que é desnecessário e indispensável chamo "cultura". Progresso é transformar coisas necessárias e dispensáveis em desnecessárias e indispensáveis. Natureza é anterior à cultura, e progresso é transformar natureza em cultura. (FLUSSER, 2011, p.80).

Há uma divisão entre essas duas visões de relação entre natureza e cultura. A primeira, metafísica (aristotélica/platônica), que concebe essa relação em termos dicotômicos e de utilitarismo pragmático; a segunda, de linha fenomenológico-antropológica (DURAND, 2002; FLUSSER, 2011), compreende essa relação como jogo integrador do homem na própria esfera simbólica.

A segunda visão pode ser compreendida na metáfora instigante de Flusser (2011) sobre a ideia de vento e de movimento do ar, ele considera que o vento pode:

[...] ser imaginado, concebido, conhecido e manipulado. Deve ser ouvido, recebido, reconhecido e seguido. Quando o vento é imaginado, concebido, conhecido e manipulado, como é na técnica e teoria, deixa de ser vento, e passa a ser movimento de ar, é "objetivado". E o vento não é objeto: é meu outro. (FLUSSER, 2011, p. 118).

Neste sentido, para compreender o lugar do simbólico e sua relação com o homem, compreendemos que o simbólico é um jogo, um processo, um devir que se constitui a todo o momento através de um jogo de materialidades pela qual o homem se relaciona. A natureza, assim, não é um outro, mas parte integrante de experiência humana que dá sentido ao mundo; não é algo dado, mas que se experiencia ao longo de sua trajetória. O sentido nasceria desse jogo de materialidades entre natureza e homem. O sentido é atribuído a partir da experiência humana com a materialidade do mundo numa perspectiva antropológica, isto é, constroem-se os sentidos a partir do acúmulo residual de experiências humanas socialmente organizadas com o sentido do seu devir.

Dessa maneira é que nos apropriamos das contribuições teóricas de Durand (2002) para entender que o ambiente ou a natureza que nos é apresentada hoje é um ambiente

mediatizado por cinco séculos de contribuição de meios massivos (considerando a invenção da prensa moderna de Gutenberg), usamos as definições durandianas para avançar e compreender que os imaginários convivem com um ambiente simbolicamente mediado por dispositivos técnicos de reprodução de imagem no sentido de garantir ainda mais a coesão social e a própria estrutura de produção simbólica de imagens.

As formações imaginárias pensadas em modos de produção contemporânea de imagens atuam como base constitutiva de toda uma ampla rede de produção e consumo cultural, isso equivale dizer que, na modernidade, as formações imaginárias mesmo presentes em toda a produção simbólica, ainda assim, eram negadas em favor de uma política de emancipação pela razão do homem; enquanto na pós-modernidade, essas formações imaginárias, imaginários e imagens são constantemente revitalizadas e consagradas como meio/ambiente/natureza através da qual a produção simbólica nasce. Há uma inversão na lógica de produção simbólica na medida em que se percebe o quanto as formações imaginárias (representadas por uma série de imagens redundantes que constantemente interpelam os sujeitos) são úteis para um planejamento de uma produção em escala global de imagens individualizadas, presentificadas, fragmentadas, flexíveis e corporificadas.

A natureza em Durand (2002) nos serviu de metáfora para entender que a ambiência pela qual as formações imaginárias estão em diálogo é uma natureza mediada, global, atravessada por imagens técnicas flexíveis, mas que tem no indivíduo e sua visão atomizada do real uma grande capacidade de agenciamento.

O imaginário assumido aqui como premissa de um conjunto de imagens redundantes que repercutem sobre as mais diversas formações sociais através de uma rede técnica, em escala global, de compartilhamento de imagens que a todo momento sugere que possamos contribuir com mais imagens para o fortalecimento de uma lógica de produção do devir. O que alertamos é que o devir e a poética, pensados dentro dessa perspectiva de produção de imagens técnicas, constituem-se em meios pelos quais esta rede pode sugerir a participação dos mais diversos sujeitos. Apresentam uma tênue ideia de que posso me construir em rede e de que esse maravilhamento em relação às múltiplas possibilidades de construção de si são meios e não fins pelos quais as redes se institucionalizam.

Imagem em Bachelard

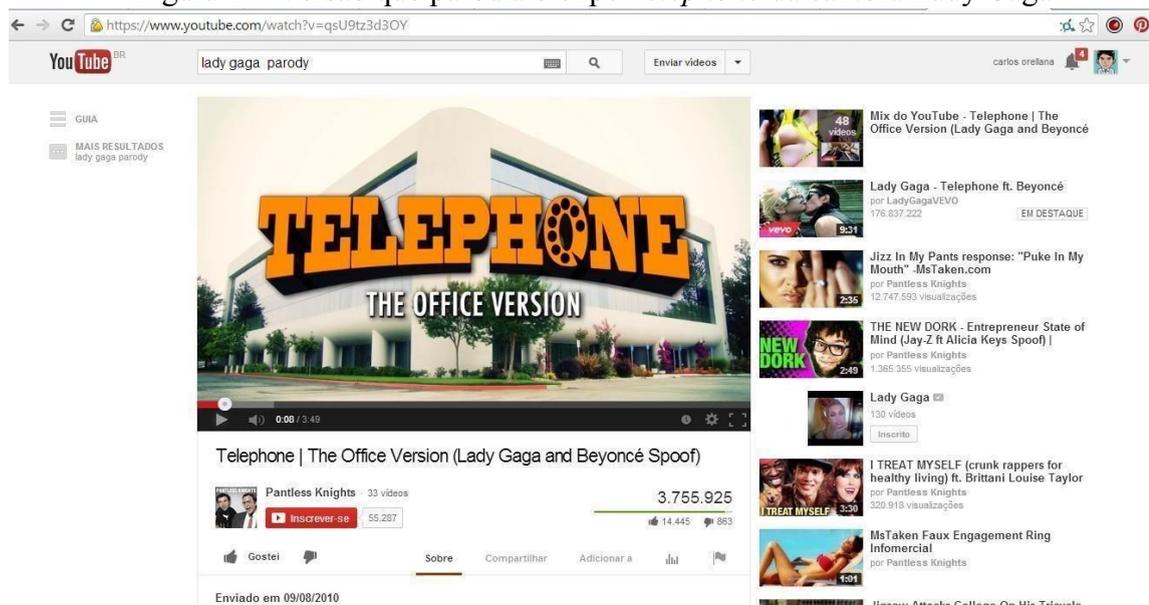
De acordo com Bachelard (1996), a racionalidade assume uma consciência que se desenvolve a partir de cadeias de verdades, enquanto a consciência imaginante tem uma

responsabilidade menor, de abrir-se à imagem e encontrar sua virtude na originalidade dos arquétipos e produzir um maravilhamento do sujeito em descobrir as origens do devir. Nesse sentido, Bachelard (1996) investiga como a imagem simbólica, em especial, as imagens poéticas produzem uma nova relação do sujeito com o seu ambiente, recriando um novo status de consciência sobre sua própria existência. Em relação à imagem poética, Bachelard (1996) a compreende como um novo ser da linguagem que não pode ser comparado a nada e que ilumina a consciência. Neste sentido, o vídeo instiga um novo status do sujeito contemporâneo através de uma nova consciência iluminada e de imagens que produzem maravilhamento em relação ao seu devir. Acreditamos que seja o modo pelo qual o sujeito se constrói na contemporaneidade.

Segundo Bachelard (1989), a força da imagem se deposita em dois caminhos distintos, o primeiro impulso encontra-se na novidade, em tudo aquilo que for diverso, inusitado, inesperado que produz novas imagens. A outra força da produção da imagem baseia-se na própria busca do sujeito por algo realmente seu, em sua singularidade, em algo que possa ser distintivo e que satisfaça sua necessidade de compreensão de si. É a procura pela forma, pelo significativo, por aquilo que está em nosso interior e que nos torna nós mesmos.

Assim, destacamos que a imagem, aqui, é o resultado dessas duas forças, uma busca pela ação efêmera da novidade, daquilo que é necessário para participar das ideias de nosso tempo: o novo e suas formas; de outro, a própria condição humana e reintegra sua trajetória num processo simbólico mais destacado, que é o de entender a si mesmo e sua especificidade diante dos outros sujeitos e objetos. Portanto, compreendemos que o *YouTube* satisfaça essas duas condições básicas para se tornar uma força motriz auxiliar das condições imaginantes que é a de oferecer um vago e extenso repertório acessível em poucos cliques e fomentada pelos mecanismos de busca e de permitir que os sujeitos busquem essa ‘identidade’, seu âmago. Na relação com os demais atores a produção de imagens técnicas será um índice de como gostariam que fosse sua própria imagem. Dizemos índice, pois as imagens técnicas a que temos acesso e pelas quais o sujeito produz outras imagens de si estão alicerçadas por formações imaginárias compartilhadas pelos grupos sociais e que apresentam elementos significantes que contemplem a novidade e sua satisfação de algo realmente seu. Um exemplo disso no *YouTube* são as inúmeras paródias produzidas por amadores de clipes musicais. São elementos novos apropriados pelo modo de desenvolver elementos identitários dos usuários na rede. Introduzimos aqui um exemplo de um vídeo (*Telephone*, da cantora norte-americana Lady Gaga) foi amplamente recepcionado pelos internautas criando diversas versões.

Figura 1 – Versão que parodia o clipe *Telephone* da cantora Lady Gaga



Fonte: YouTube (2016).

A Figura 1 traz a paródia do vídeo clip *Telephone* da cantora Lady Gaga com três milhões de visualizações. Reconhecemos na paródia de clipes musicais disseminados no *YouTube* um índice da capacidade imagética apontada por Bachelard (1996). O vídeo revela a necessidade da novidade e o encontro de si nessa imagem ao permitir que esse novo (clipe musical) torne-se parte integrante de sua relação identitária ao reelaborá-lo em outros termos visuais.

De acordo com Bachelard (1996), o valor da imagem se mede pela sua extensão imaginária. A imaginação possui como qualidade fundamental a evasão e a abertura. A evasão corresponde à possibilidade de não se fixar em estruturas opressivas, de correr por diversas formas; enquanto a abertura relaciona-se à novidade, àquilo que é próprio da experiência humana de provocar mudanças. Nesse sentido, identificamos que o *YouTube* apresenta essas duas posições: evasão, na medida em que permite aos sujeitos construir dentro de um discurso flexivo através de imagens técnicas que, em sua maioria, escapam a definições ou gênero, formato e discursos pré-estabelecidos; e da abertura ao oferecer/permitir/incentivar/programar novas produções visuais e a criar condições para que possa haver interação entre os usuários. A eficácia do *YouTube* encontra-se nesses dois eixos que são da evasão e da abertura, que constituem os modos mais simples pelos quais os usuários leem as redes sociais digitais.

Entretanto, Bachelard (1996) compreende que qualquer imagem que adquire uma forma (leia-se imagem técnica) e nos interpela através da percepção acaba por abandonar seu princípio imaginante se aprisionando numa fixidez. E que seria próprio e exclusivo da poesia a tarefa de fornecer imagens simbólicas novas, pois cada poema tem a aspiração de criar imagens móveis que nos reposiciona no mundo simbólico. Neste ponto, gostaríamos de reavaliar esta posição conceitual e problematizar em que condições as redes digitais oferecem uma estrutura próxima das condições dessas imagens com mobilidade que seriam próprias da ação da imaginação e da formação imaginária.

O debate que reúne Bachelard (1996) e Durand (2002) aborda a primitividade da imagem e entende que a dinâmica da imagem se relaciona diretamente aos arquétipos (Jung). Assim, as imagens nascem da própria experiência humana. E é na imaginação e na atividade produtoras de novas imagens simbólicas que podemos ter acesso aos princípios do mundo interior (subjetividade) e do mundo exterior (objetividade). Assim, Bachelard (1996) concebe uma dupla realidade da imagem: uma realidade psíquica e física, e que a imagem tornada significativa cria uma ponte entre o ser imaginado e imaginante.

O que tentamos compreender busca circunscrever de que modo podemos nos apropriar das noções de imagem na obra de Bachelard (1996) para tentar investir num processo de imagens técnicas (vídeo) em redes sociais digitais. O desafio é de criar elos que possam compreender além da pura imaginação literária para a imaginação baseada em imagens técnicas.

Em Bachelard (1996), o espaço (leia-se natureza) não é compreendido como medida ou reflexão racional. O espaço é vivido, ele atrai e concentra o ser dentro de seus limites. “O jogo do exterior e da intimidade não é, no reino das imagens, um jogo equilibrado” (BACHELARD, 1996, p. 12). Por outro lado, o espaço, ao produzir imagens que atraem e rechaçam, não fazem parte de uma experiência contrária, “mas as imagens quase não abrigam ideias tranquilas, nem ideias definitivas, sobretudo. A imaginação imagina incessantemente e se enriquece de novas imagens” (BACHELARD, 1996, p. 12).

E Durand (2002) sugere Bachelard como um norte no processo de classificação dos símbolos:

De que a assimilação subjetiva desempenha um papel importante no encadeamento dos símbolos e suas motivações. Supõe que nossa sensibilidade que serve de *medium* entre o mundo dos objetos e o dos sonhos [...] Bachelard toca numa regra fundamental da motivação simbólica em que todo elemento é ambivalente, simultaneamente convite à conquista adaptativa e recusa que motiva uma concentração assimiladora sobre si mesma (DURAND, 2002, p. 35).

Entretanto, como afirma Bachelard (1996), o espaço não deve ser compreendido como medida ou reflexão racional. O espaço é vivido, ele atrai e concentra o ser dentro de seus limites. “O jogo do exterior e da intimidade não é, no reino das imagens, um jogo equilibrado” (BACHELARD, 1996, p. 12). Por outro lado, o espaço, ao produzir imagens que atraem e rechaçam, não faz parte de uma experiência contrária, “mas as imagens quase não abrigam ideias tranquilas, nem ideias definitivas, sobretudo. A imaginação imagina incessantemente e se enriquece de novas imagens” (BACHELARD, 1996, p. 12).

Acreditamos, como observa Bachelard (1996), que a imaginação tenta um futuro que pode ser considerado imprudente à primeira vista, mas que serve como meio para alargar as possibilidades da vida dos sujeitos. Acreditamos, neste sentido, que essa busca pelo futuro, por aquilo que possa, de algum modo, ser uma mediação simbólica para uma construção identitária, seja a imagem técnica que te expressas no vídeo as suas qualidades.

Nosso esforço teórico metodológico estará na capacidade de investigar os símbolos e mitemas sob a assimilação subjetiva, ao mesmo tempo em que percebemos que são ambivalentes e tornam toda medida de apreensão muito precária, assim, seguiremos os axiomas das motivações simbólicas do “psiquismo humano, reservando para mais tarde o ajustamento [...] aos complementos diretos ou mesmo aos jogos semiológicos” (DURAND, 2002, p. 38). Assim, estabelecemos os parâmetros epistemológicos a partir dos quais investigamos os símbolos presentes em vídeos digitais e de que modo suas imagens constroem uma ação poética e, ao mesmo tempo, revelam formações imaginárias.

Imagem em Belting

Um dos aspectos fundamentais na análise imagética é o de conceber a imagem em seu valor ontológico, ou seja, na capacidade da imagem de agenciar o ser humano em sua relação com seu ambiente como medida de construção de si e de seu universo simbólico. Assim, Durand, Bachelard e Belting constroem um percurso que liga a imagem como o produto fundante da presença humana sobre o meio e que não apenas media, mas constitui um modo de estar no mundo. Os três autores concebem a primitividade da imagem e que ela serve de museu geral da presença humana sobre o planeta. Ao pesquisarmos sobre a constituição do vídeo, não gostaríamos que pudesse ser lido como linguagem, meio visual ou suporte como geralmente são realizados os estudos sobre imagem. Pensamos em atravessá-lo e revelá-lo como um ator não-humano, em conformidade com a teoria do ator-rede de Bruno Latour

(2008), ou como um princípio de constituição do devir humano, ação promotora de uma nova visualidade e que integra as demais visualidades ao permitir que os agentes humanos promovam formações imaginárias, representações, e criem modalidades de si através de imagens técnicas.

Assim, Latour (2008) encaminha-nos a entender de que modo o vídeo, em si, age como ator social. O vídeo torna-se mediador/ator na medida em que produz relatos, rastros, oferece informações para os seus observadores. Consideramos o vídeo como ator, na medida em que é mediador importante e que possui uma vida plenamente múltipla e complexa dedicada aos mais diversos agenciamentos sociais. E a performance do vídeo é o modo pelo qual a técnica da poética traduz aos sujeitos, o modo de produção imagética contemporânea.

De acordo com Belting (2007), a imagem ultrapassa a ideia de reificação, ela pode viver numa linguagem imagética, mas não coincide com ela. Geralmente, a imagem orbita entre a existência física e mental. A imagem, em Belting (2006), só faz sentido quando nós (produtores simbólicos de imagens) nos contrapomos às imagens do ambiente e, do mesmo modo, concebemos que as imagens mentais (ou endógenas) estão numa tensão fundamental com as imagens externas/técnicas (ou exógenas) e que essa tensão constitui o que chamamos de uma linguagem visual. Tal como o vídeo, a tensão entre imagens endógenas e exógenas se baseia numa lógica de banco de dados (MANOVICH, 2010), flexibilidade (DUBOIS, 2004; BELTING, 2007), poética das imagens (BACHELARD, 1996), sobreposição de imaginários da Internet (FLICHY, 2007) e ator que promove agenciamentos.

Segundo Belting (2007), a imagem deve ser compreendida como resultado de um trajeto antropológico do homem sobre o seu meio, e que os modos de visualidade se desenvolvem à medida que a sociedade se transforma. Belting (2006), ao usar a premissa de Jean-Pierre Vernant de que existem fortes relações entre a história dos artefatos visuais e a evolução do pensamento social, propõe que os meios visuais são os processos fundamentais da consciência da sociedade sobre si mesma. Do mesmo modo, compreendemos que o vídeo congrega traços de pensamento social pós-moderno à medida em que propõe uma visualidade vicária baseada na experiência pessoal de indivíduos envoltos numa cultura de imagens técnicas com o suporte da rede digital global.

Portanto, quando Belting (2007) realiza a discussão dos termos gregos *eidolon* e *kolossos*, sendo o primeiro entendido como a imagem de um sonho, ou imagens mnemônicas, ou aparição de um deus ou o fantasma de ancestrais mortos. Enquanto *kolossos* representaria o meio pelo qual se materializaria essa imagem mental. Para os gregos, haveria uma terceira categoria e que se refere ao próprio ser humano, que faria a mediação entre essas duas

categorias, isto é, através da ação humana que as duas imagens ganham existência. Do mesmo modo, acreditamos que os sujeitos produtores de vídeos envolvidos em uma avalanche de imagens mentais, mnemônicas e fantasmáticas, produtos de uma poética visual, experimentam, através de vídeos inseridos em redes digitais, uma nova presença de si e de compreensão do real.

Tanto o *eidolon* quanto o *kolossos* remontam ao ser humano, como um terceiro parâmetro nesta configuração: uma pessoa vivendo em um corpo físico, que experimentou o *eidolon* e fabricou o *kolossos*, sendo o primeiro um produto da imaginação, enquanto o segundo o resultado de artefatos criadores. (BELTING, 2007, p. 68).

A ideia de Belting (2007) é de conceber a imagem como um conjunto de imagem mental, meio e sujeito. Do mesmo modo, tentamos conceber a imagem em três níveis através de uma leitura antropológica de sua existência e produção de sentido (DURAND, 2002), de uma poética que é o exercício de congregar os aspectos que constituem a imagem para a constituição do sujeito (BACHELARD, 1996) e, por fim, a imagem como o resultado entre meio técnico, imagem mental e sujeito. São esses aspectos que guiaram nosso exercício de análise da nova visualidade vídeo em redes digitais na medida em que concebemos que os aspectos imaginários (mentais, mnemônicos, fantasmáticos), os aspectos técnicos (banco de dados, navegação, flexibilidade, autor distribuído, agenciamentos) e do sujeito (identidade, devir) são convocados quase que simultaneamente na produção visual contemporânea. Assim, a compreensão da imagem em nossa pesquisa articula a noção de que as formações imaginárias são as bases constitutivas para a produção das imagens técnicas, de que a poética é o exercício de constituição de imagens técnicas em direção à produção de um devir, e de que a imagem deve ser compreendida na junção entre imagem mental, técnica (ou meio) e o sujeito (seja coletivo ou individual).

O grande questionamento que Belting (2007) produz é de que o termo grego *eidolon* foi substituído pelo de *eikon* com o sentido de cópia, imitação e, assim, dissociando todo o aspecto ontológico de *eidolon*, e será esse conceito de imagem que se desenvolve nas sociedades ocidentais, como bem descreve Belting (2007).

E assim, se a imagem é concebida como um duplo ou substituto, a filosofia ocidental acaba por desenvolver suas ideias sobre imagem como sendo uma aparência ou representação em oposição à essência (ser), e é desse modo que as imagens foram pensadas. Essa divisão é tão profunda que dissocia as imagens de sua trajetória antropológica daqueles aspectos que o ambiente (natureza) contribuiu para sua formação.

A ideia mais radical apresentada por Belting (2006) é a de que a criação da imagem e sua dissociação do ser (ontologia) permitiram a produção do lugar do pensamento humano, ou seja, a imagem como foi concebida acabou por abrir espaço para o local do pensamento abstrato, as imagens funcionando como um outro, um substituto, algo em lugar de uma essência. A lógica platônica é devedora da ideia de imagem, na medida em que o mundo das ideias só pode existir se há algo que o substitui no plano material, do mundo sensível.

É dessa cisão entre corpo e imagem mental que surgem as contradições da concepção da ideia de imagem. Belting (2007) esclarece que a imagem nasce dessa necessidade de demonstrar a presença pela ausência, isto é, os primeiros funerais funcionaram como essa ideia, “logo, a medialidade de imagens é originada da analogia ao corpo físico e, incidentalmente, do sentido em que nossos corpos físicos também funcionam como meios – meios vivos contra meios fabricados” (BELTING, 2007, p. 69).

Uma das grandes contribuições de Belting (2006), na análise da imagem, é compreender que ela é atravessada por uma série de questões que se tornaria impossível compreendê-la apenas por um estudo da história da arte, iconologia ou estética. Ela deve ser pensada também por uma antropologia da cultura (antropologia visual), no sentido de perceber as imagens inseridas em novas práticas cotidianas que serve de base para uma reflexão de nossa experiência do mundo. A história da imagem abre uma trajetória para a investigação não da arte em si (apenas um enquadramento da imagem), mas de uma série de outros elementos que, de algum modo, foram negligenciados ao longo da investigação imagética. Conceber as mídias, os imaginários e a própria cultura como um processo de lutas, conflitos em que há uma hierarquização dos fenômenos visuais.

Assim, entendemos a imagem vídeo inserida em ambientes de redes digitais como uma experiência social calcada em nossa profunda relação com a imagem (mental e material) e que vem resgatar essa noção ontológica da imagem, mas a serviço de uma comunicação global que depende da produção simbólica de imagens como seu fundamento. Desejaríamos destacar a posição das redes digitais globais em promover uma visualidade efêmera, precária, individualista, que tem sua poética (seu *savoir-faire*) apoiada em uma navegação despreziosa, um banco de dados quase que inesgotável de imagens. Talvez a metáfora do museu de imagens possa nos servir de recurso cognitivo alimentado por uma sede de devir, de construção identitária de um conjunto de indivíduos que não tinham suas necessidades simbólicas atendidas pelos meios tradicionais de comunicação.

Belting (2006), ao elaborar considerações sobre a nova posição dos museus de arte contemporâneos, apresenta elementos vitais para nossa compreensão da própria rede

YouTube como espaço que surge da cultura pós-moderna quando tenta abrigar elementos visuais que foram rechaçados pela cultura moderna ao atravessar parâmetros modernos do que pode ou não ser digno de ser visto e admirado. As redes decompõem essa hierarquia através de uma cultura *hacker* que descentraliza e rompe com a hierarquia das comunidades; baseada numa cultura de fãs, como identifica Jenkins (2008), que apresenta os principais gêneros e formatos de consumo através do lazer. Esse museu *YouTube*, portanto, é um grande arquivo que permite que qualquer usuário munido de uma simples câmera possa produzir suas informações (banco de dados) sobre os mais diversos temas. Mas como esse museu aberto, sem muros e receptivo, dialoga com os usuários para a produção de mais imagens? Talvez uma das respostas esteja em Bachelard (1996), na sua compreensão de poética, isto é, a pós-modernidade convoca os sujeitos a uma produção simbólica não mais alicerçada em compromissos e laços de longa duração, mas através de uma poética fluída, temporária, localizada e que, no final, desenvolve espaço de mediação identitária. A identidade aqui concebida pela poética de produção visual pós-moderna já tem como um de seus resultados a própria constituição de elementos identitários que serão reaproveitados por essa mesma rede global de visualização, produção e compartilhamento de imagens.

O museu como espaço legítimo e consagrador da obra artística dá espaço ao museu de imagens e imaginários, ou seja, não é necessário estar ligado a uma tradição ou ter competência artística para ter garantido seu espaço global de um regime de visualidade, o museu da imagem consagra seu ciberespaço a todos aqueles que, além de terem imagens, queiram também serem vistos em rede. O museu da imagem, diferentemente do museu artístico, não limita seu acervo em exposição, ele amplia cada vez mais a exposição, exigindo certas características para que possa ser visualizado pelo maior número possível de sujeitos. A primeira característica que o vídeo em rede digitais abriga é o desejo de informação, pois, quanto mais o vídeo apresentar elementos visuais que despertem o interesse de públicos sobre um tema, melhor colocado ele estará em relação aos demais.

A segunda característica observada por Belting (2006) é o desejo de ser surpreendido, a expectativa dos usuários do *YouTube* em encontrarem vídeos engraçados, de lazer, de entretenimento, ou mesmo do universo do grotesco, apoiados numa cultura de observar as práticas cotidianas, mas que, de algum modo, escapem à lógica do convencional e criem o efeito de sentido de surpresa, de inusitado e de quebra dos padrões. Talvez aí esteja um índice para investigação de uma série de vídeos que fazem sucesso no *YouTube* apenas por apresentarem algum grau de comicidade dentro de uma experiência do cotidiano, do trivial e do comum, na medida em que alteram as expectativas do que será visto, gerando o que

Belting (2006) diz acerca do museu tradicional que era visitado para se ver obras que já eram vistas por gerações anteriores; o museu que o *YouTube* propõe é um museu de imagens que nunca pôde ser visto, o que gera o efeito de surpresa.

No museu *YouTube*, a noção de formação intelectual para a participação da cidadania é colocada de lado. Em seu lugar é proposta a ideia de que a fantasia, a desespacialização e uma temporalização do presente contínuo configuram os principais eixos de formação do museu das imagens e imaginários. O *YouTube* é um museu de imagens que nunca esteve ao acesso de um público tão heterogêneo, que gera nos usuários o efeito de surpresa e de informação, alicerçada numa espacialização global e num contínuo presente. Uma poética do lazer sem que haja um propósito que não seja o devir ou a identidade dos interagentes, ou seja, o museu da imagem convoca aos seus visitantes que possam apresentar suas imagens (simbólicas e técnicas) numa alegoria global propiciada por uma lógica de escala industrial de imagens.

Esse museu de imagens que o *YouTube* concebe pode ser entendida como espaço contemporâneo da *curiositas*, termo latino, compreendido como um desejo de conhecer (GRIENER, 2010). No século XVIII, de acordo com Griener (2010), a noção de *curiositas* serviu como instrumento de legitimação das ciências experimentais nascentes, ao mesmo tempo, permitiu que fossem criados os museus modernos de arte. Essa experiência do *curiositas* traz as fundações da experiência de apropriação imagética, como destaca Griener (2010), quando o sujeito observa uma imagem (artística ou não), ele se constitui e torna-se sua propriedade. Do mesmo modo, o sujeito contemporâneo apresenta essa capacidade de integrar as imagens ao seu devir, ao mesmo tempo em que as possui (ideia de cópia e cola) para os mais devidos fins.

Em relação à noção de cidadania, no novo contexto, convocamos algumas ideias de Zygmunt Bauman (2000). Ele aponta características da transformação dessa nova ambiência simbólica que designamos como pós-modernidade. Desse modo, a noção de cidadania sendo questionada por essas profundas mudanças. A primeira mudança, de acordo com Bauman (2000), refere-se ao colapso moderno de um estado de bem-estar e de equilíbrio entre procura e satisfação das necessidades humanas. A segunda mudança é a privatização das tarefas e dos deveres modernos; a ação coletiva orienta-se cada vez mais numa escala micro da autoafirmação do indivíduo. Assim, a ação do cidadão dá lugar a uma ação orientada no consumo e cheia de entraves: precariedade das parcerias sociais, fragilidade da ação comum, dificuldade de estabelecer uma agenda pública que possa reconectar a ação pública.

Para compreender a relação entre espacialização, temporalização que é da ordem do museu e aquilo que é da ordem individual, isto é, como as imagens fazem sentido ao devir dos sujeitos, uma ideia interessante é de Roland Barthes (2003), que identifica as redes como constituídas de duas forças primárias. A primeira é a *áskesis*, que consiste num ordenamento, um adestramento, do espaço, do tempo e dos objetos. Essa força representa a própria função dos sistemas informáticos de ordenar, regrar o espaço, o tempo e os objetos no universo digital. A segunda força é do *páthos*, que se refere ao afeto, ao investimento simbólico que é pintado, sugerido pelo imaginário. Nesse nível, encontramos a própria experiência dos sujeitos na rede, o devir, a poética, ou seja, é pelo afeto que o indivíduo investe suas potencialidades e força na rede.

O que verificamos no *YouTube*, um sistema integrador dessas duas forças (*áskesis* e *páthos*) em medidas que possam se equilibrar pela própria ação dos usuários, ou seja, uma organização dos vídeos através de títulos, *tags* e descrição, e um investimento afetivo baseado em formações imaginárias. Um museu ordenado pela ação de algoritmos entrelaçado pelos afetos dos usuários de modo a conduzir a uma produção imagética em escala industrial de afetos, da experiência cotidiana e percepções do mundo da vida.

Imagem como produção

De acordo com Sartre (2008), a problemática da imagem se impõe a partir do século XVIII, havendo três possíveis soluções. Na primeira concepção, há um modelo cartesiano em que há uma divisão radical entre o mundo do pensamento e da imagem, uma fratura, mas no qual a imagem assume uma posição incompleta, fraturada, como objeto útil ao pensamento. Nessa primeira noção, a imagem assume uma qualidade de aparência e que a atividade humana preenche com a substancialidade. Há uma fratura, uma cisão entre o pensamento e imagem, uma fenda que rompe os dois processos sendo preenchida vicariamente pela ação inteligível da espécie humana. A identidade torna-se resultado de uma passagem do plano imaginativo ao plano ideativo, isto é, da ação do sujeito pensar a si através de imagens ao plano de reunir essas imagens numa afirmação de identidade. Pela tradição cartesiana, a imagem é pensada como um esquema, um signo, um símbolo, um termo intermediário para a ação de conversão do pensamento, da abstração, um princípio epistemológico e metafísico *nihil est in intellectum quod non fuerit prius in sensu* (não há nada do intelecto que não tenha sido entendido pelos sentidos) assim:

As imagens são necessárias à formação dos conceitos, não há um único conceito que seja inato. A abstração tem precisamente por objetivo, em sua função original e geradora do inteligível, elevar-nos acima da imagem e permitir-nos pensar seu objeto sob uma forma necessária e universal. Nosso espírito não pode conceber diretamente outro inteligível senão o inteligível abstrato, e o inteligível abstrato só pode ser produzido da imagem e com a imagem pela atividade intelectual. Toda matéria suscetível de ser explorada pela inteligência é de origem sensorial e imaginativa. (SARTRE, 2008, p. 33).

Neste sentido, Sartre (2008) concebe que a solução de Leibniz para a fratura entre pensamento e imagem é a de enfrentar as imagens em si mesmas, um mundo de puras imagens que é necessário reencontrar cuja finalidade e organização estão no universo das imagens. Leibniz converge para um princípio associativo das imagens, no qual as relações que as imagens fazem de si mesmas criam outras imagens. Portanto, no pensamento de Leibniz, o raciocínio e toda ação intelectual podem ser reduzidos a uma combinação de elementos verbais ou imagéticos, essa contribuição de Leibniz é a lógica, que será aplicada tanto no campo filosófico quanto matemático.

Sartre (2008) aponta Hume como um dos filósofos que assumem a ideia da imagem dissociada ao pensamento cartesiano, cuja ideia é conceber que a experiência pura já se torna razão, assim, deve-se compreender e observar as experiências imagéticas para, assim, criar leis capazes de revelar o real. Assim, de acordo com Hume, todo o conhecimento resultaria de um processo associativo em termos de causalidade diante da experiência dos sentidos, o que destaca a imagem e nossa experiência com o universo imagético como fonte desse conhecimento. Assim, a razão constitui-se como fenômeno de causalidade entre experiências com as imagens.

Assim, devemos conceber a imagem em sua potência e não devedora de um esquema racionalista, ou seja, a experiência do homem com a imagem torna-se, por si, uma experiência substancial sem a necessidade da inteligibilidade cartesiana.

De acordo com Jean Jacques Wunenburger (1997), é importante destacar que o termo latino *imago* foi traduzido e reduzido à palavra ícone e seus equivalentes (iconosfera, icônico, etc.) como equivalente à palavra imagem, mas destituída do valor simbólico que o primeiro carregava, ou seja, sem a capacidade afetiva do termo. Portanto, teríamos que resgatar o termo *imago* para desenvolvermos uma *imagologia* que corresponderia a uma tentativa de pluralizar os aspectos não observados pela iconosfera.

Segundo Wunenburger (1997), a imagologia corresponderia a uma investigação arborescente em três níveis da ideia de imagem. A primeira constitui-se da imagem como uma duplicação de um referencial anterior, a imagem como re-(a)presentação entre uma presença e

uma ausência, e, nessa ausência, que se constitui a imaginação como capacidade de produção de imagens na ausência de referentes, isto é, como uma operação complexa para organização de nossa relação com o mundo.

Assim, a imaginação é concebida como processo constitutivo de arranjo de informações objetivas (percepção) com o repertório de imagens vivas (memória) no sentido de construção do real. A imaginação é pensada como uma atividade criadora de imagens e não como recriadora, pois podemos produzir imagens para além da memória, ou seja, ela não é empírica, é anterior, condiciona a experiência e é organizada por um meio (suporte-meio de expressão de sentidos), mas não se reduz ao meio. Nesse sentido, a imaginação como processo que extravasa, alimenta e condiciona a nossa relação com o mundo, uma atividade primeira e não segunda.

O segundo nível representa a imagem como mimética, isto é, a imagem se constrói como uma segunda existência, assim, compreende-se o excedente que permite produzir novas imagens, capacidade de transformação do real e atividade do sujeito (subjetiva). Assim, através da *mimesis* que a imaginação se torna atividade constitutiva e fundante da relação do homem com o mundo. O terceiro nível da imagem constitui-se como mundo ideal, do logos, intelectual, no qual prevalece a imaginação transcendental, isto é, constitui-se como modelo ideal do mundo dos seres vivos, um modelo que transcende à realidade. O mundo sensível é reflexo, o espelho do mundo metafísico. A imaginação transcendental constitui-se como ação anterior e que condiciona a organização simbólica do mundo. Ela apresenta-se como uma resposta à filosofia empirista inglesa.

Neste sentido, Wunenburger (1995) concebe a imagem como uma experiência subjetiva de apropriação das informações e não pode ser transferida para máquinas ou para outras pessoas. A imagem como encenação narrativa que confere uma experiência de totalidade cronológica aos sujeitos. E é matéria do espaço sensível. E como experiência organiza a ação social e nossa relação com o mundo. Assim, a imagem é fonte e base pela qual desenvolvemos uma mediação com o real e, portanto, como ferramenta básica para imaginação.

Wunenburger (1993) entende que a imaginação pode ser concebida como uma geografia mental composta de floresta, montanha e que condiciona uma forma de expressão do mundo cultural através da diversidade das artes. A imaginação desenvolve-se numa forma explosiva do mundo externo das imagens, mas que sua condição de existência precisa de uma imaginação interna, uma base matricial, um nó duro onde podemos encontrar diferentes aspectos da imagem.

Segundo Wunenburger (1997), a imagem digital tenta reconstituir um espaço temporal que imita o espaço da vida, oferece uma abordagem mais intensa, essa transmutação do mundo da vida pode ser angustiante e, ao mesmo tempo, fonte de felicidade, prazer, dor. Ela provoca uma dialética entre representação e afeto, ou seja, oscila entre a vida consciente e a monopolização da vida interior, a representação como espelho burocrático do afeto.

Assim, Wunenburger (1997) compreende que a imagem digital tenta dialeticamente convergir o mundo sensível do afeto à ação programática dos cálculos, em francês, diz-se *photographie numérique* (foto numérica) para a foto digital, ao invés de opor esses dois universos. Acreditamos que a imagem digital desenvolve uma terceira dimensão que reconcilia o universo funcional e o universo da imaginação, sendo a imagem digital um produto dessa ação combinatória.

Assim, a imagem digital procede como um símbolo, ou seja, como um objeto que converge, que, ao invés de separar como a imagem técnica tradicional, representa uma ação compensatória e de harmonia entre o universo da sensibilidade, do afeto, da poética e o universo funcional, automatizante, programático do cálculo, das instituições burocráticas. Assim, a imagem digital é serva desses dois senhores, um que é o usuário comum, que pode manipular com pouco conhecimento suas fotos e os órgãos de poder institucional que a usam como meio de vigilância.

E o símbolo o que quer dizer? De acordo com Wunenburger (1997), símbolo é concebido como antítese de *diabolon* (aquele que divide), que separa de forma intensa. No judaísmo, é aquele que impede Deus de alcançar o bem, o símbolo une, estabelece uma ponte na diversidade, a primeira experiência da diversidade é a dualidade. Essa dimensão do signo sensível das ciências hermenêuticas precisa ser encontrada. O ponto de partida para capacidade de investigação que possa abrir a hermenêutica.

Há dois níveis de imagens de acordo com Wunenburger (1997), a imagem molecular e a imagem molar. A primeira refere-se à imagem que pode ser isolada, reproduzida e que pode ser exteriorizada. Quanto à imagem molar, é a imagem que confere uma totalidade cronológica de início, meio e fim ao sujeito, ao mesmo tempo em que pode ser concebida como narrativa, um equivalente ao mito e suas qualidades.

Vídeo em rede: princípio de nova visualidade

Vimos argumentando em favor da hipótese de que o *YouTube* é o meio onde se encontram o sistema em escala industrial de produção imagética e o mundo da vida (do devir)

através da imagem técnica fomentada nas formações imaginárias, ao mesmo tempo em que congrega modos distintos de produção de imagem técnica (artesanal, industrial, semiprofissional) e de formações imaginárias, envolvido numa ambiência de lazer e de afetos.

Recorrendo a Heidegger (1997), a técnica não pode ser compreendida como um mero meio que se coloca à vontade para a dominação do homem, o que acarretaria exclusivamente numa determinação instrumental (que, a princípio, estaria correta), mas não representaria a essência da técnica e muito menos nos revelaria em profundidade nossa relação com ela. A partir de um desocultamento da técnica é que o verdadeiro se apresentaria e, assim, poderíamos ter uma relação livre com a técnica.

No sentido apresentado por Heidegger (1997), a essência da técnica não instrumental, ou o conjunto de práticas ou *instrumentum* (instalação em latim), assim o *YouTube* organiza-se não apenas como plataforma de compartilhamento de vídeos, mas como um conjunto de práticas que ensaia seus primeiros passos ainda no avanço das redes digitais promovido pelos países ocidentais a partir dos anos 1970, como define Castells (2005), isto é, a partir da queda de produtividade do sistema capitalista industrial, em face ao aumento do preço do petróleo (1973), e na queda de braços entre os sistemas capitalista e socialista de produção. A Internet surge como modelo de um capitalismo financeiro, onde é possível produzir capital sem a necessidade dos altos custos da produção material de bens e maior flexibilidade na circulação desse capital entre os mercados. Há, como esclarece Flichy (2007), uma forte iniciativa dos governos em promover a Internet comercial como medida para aumentar o fluxo de capital, bens e serviços entre os países, ou seja, a expansão das redes digitais, principalmente da rede de banda larga, que será a base para a hiperconexão entre os sujeitos, sistemas e objetos numa escala global.

A segunda medida que servirá de suporte para a produção em escala industrial de imagens é a cultura de banco de dados, como descreve Manovich (2010), ou seja, uma nova forma de expressão artística que não tem mais na narrativa sua base, mas no banco de dados, nas informações brutas armazenadas em *datacenters*, onde não se obedece mais a uma sequência narrativa, mas que obedece a *visões acumuladas*, “os elementos que estão acumulados podem ser armazenados como informações separadas, acrescentados ou deletados interativamente”(NAIMARK, apud LEÃO, 2003, p. 545).

A flexibilidade do *medium* vídeo corresponde ao que Dubois (2004) compreende como um intermediário (como Belting define *medium*) entre regimes de ficção e de realidade, entre o cinema e a infografia, o filme e a televisão, arte e comunicação. Ele se constitui como objeto flexível que serve às mais diversas propostas. Dubois (2004) avança, ao identificar que

o vídeo corresponderia à ideia do eu vejo que pressupõe a ideia de um sujeito que realiza a ação de ver no presente, que é diferente do tempo da fotografia (eu vi), do cinema (eu creio que vi, sentido ilusionista) e a imagem virtual (eu poderia ver, sentido utopista).

Também é possível entender que o *YouTube* funciona como uma rede social, no sentido apresentado por Santaella (2008), uma evolução da Internet na direção ao usuário com a transmissão pública de relações, interesses, intenções, gostos e afetos num ambiente de hiperconexão, isto é, no qual sistemas, pessoas, lugares e objetos estariam ligados.

Neste sentido, voltando ao que já registramos anteriormente, para compreender o lugar do simbólico e sua relação com o homem, o simbólico compreendido como um processo, um devir que se constitui a todo o momento através de um jogo de materialidades pelo qual o homem se relaciona. Assim, a natureza/espço/técnica não é um outro, mas é parte integrante de experiência humana conferindo sentido ao mundo, não como algo dado, mas que se experiencia ao longo de sua trajetória. O sentido nasceria, assim, desse jogo de materialidades entre natureza/espço/técnica e homem. O discurso racionalizante compreenderia, assim, que os sentidos são dados não como participante de um jogo (como aponta Jameson e Durand), mas como meras metáforas pelas quais os sentidos se desenvolvem.

A ideia do corpo é fundamental para compreendermos essa nova visualidade que se instaura a partir dos dispositivos digitais aliados a uma rede global baseada na produção do indivíduo. O corpo, como defende Belting (2006), como objeto artístico e lugar pelo qual se expressa a arte, e através de uma intensa preocupação de uso do próprio corpo como instrumento de autorrepresentação. Os dispositivos móveis com acesso à Internet, como celulares e *tablets*, e agora o *gadget GoogleGlasses* (não podemos não considerar que são uma rede bem determinada de agentes como empresas, designers, grupos de experimentação artística em rede que propõem essa nova visualidade como universal apoiada em sistemas informáticos interligados a uma escala global, mas que tem na produção artesanal de bens simbólicos sua principal característica). Talvez detalhar no que consiste esse *gadget* do Google possa nos revelar um pouco desse aprofundamento da ideia do corpo como eixo fundamental pelo qual a visualidade se expressa, se representa, se imagina e se consome.

Google Glasses consiste em um óculos que, numa das lentes, disponibiliza uma pequena tela acima do campo de visão (Figuras 2 e 3). A tela apresenta ao seu usuário uma série de serviços: mapas, músicas, previsão do tempo, e é possível efetuar chamadas de vídeo ou tirar fotos e compartilhar imediatamente através da Internet.

O que compreendemos é que a imagem dissociava o corpo de suas produções simbólicas e, com essa nova visualidade, vem reintegrar o corpo, o sujeito e suas produções

simbólica e material num só ente capaz de produzir sentido de devir por uma poética (de navegação, de banco de dados e de inteligência coletiva) nas redes digitais sociais. O vídeo como objeto visual foi um grande promotor dessa relação eixo do olhar e do corpo, pois nele se confunde o que se vê com aquilo que se passa com o sujeito que vê a cena. Há uma reintegração dos eixos do olhar: o eixo do olhar de quem registra a cena, o eixo do olhar de quem vê a cena registrada e é neste espaço que se cria o eixo do olhar de que o corpo do outro é nosso corpo criando um efeito de sentido de que aquilo que é visto se passasse exclusivamente conosco. Neste sentido, o *GoogleGlasses* e os dispositivos móveis, através de recursos de registro visual (fotografia, numa primeira fase, e o vídeo, numa fase mais avançada), conseguem conciliar os dois eixos do olhar criando o efeito de que o corpo do outro é nosso corpo e, portanto, uma extensão de que vivemos isso num presente ampliado. Esse *gadget* amplia o que o vídeo já realizava em suas primeiras intervenções artísticas, mas o que essa nova visualidade vem promover é a garantia de que os mais variados sujeitos possam ter acesso a esses dispositivos, já que serão através deles que o outro se concilia com o meu devir, é através do eixo do olhar do outro e de toda sua carga simbólica e material que poderei me agenciar a essa imagem e viver em plenitude a rede.

Figura 2 – Imagem promocional do novo *gadget* do Google: Google Glass



Fonte: YouTube (2016).

Figura 3 – Imagem promocional do Google Glass



Fonte: YouTube (2016).

Assim, compreendemos a rede como sinônimo de Internet, vivenciada, experimentada, imaginada através dessa nova visualidade que foi promovida ao longo da metade do século XX pelo vídeo (experimental) e pela expansão das redes digitais de comércio. O exercício proposto ao leitor/usuário consiste em propô-lo imaginar as redes digitais sociais como são pensadas sem o desenvolvimento de softwares e de poderosos bancos de dados que possibilitassem a produção, consumo e compartilhamento de imagens técnicas. Ao enfatizar o mundo através do eixo do olhar corporificado e dividido em telas, como no caso acima do *GoogleGlass*, instaura-se essa nova visualidade. Uma visualidade na qual o corpo torna-se uma tela no qual nos vemos e projetamos uma dimensão de nossa subjetividade.

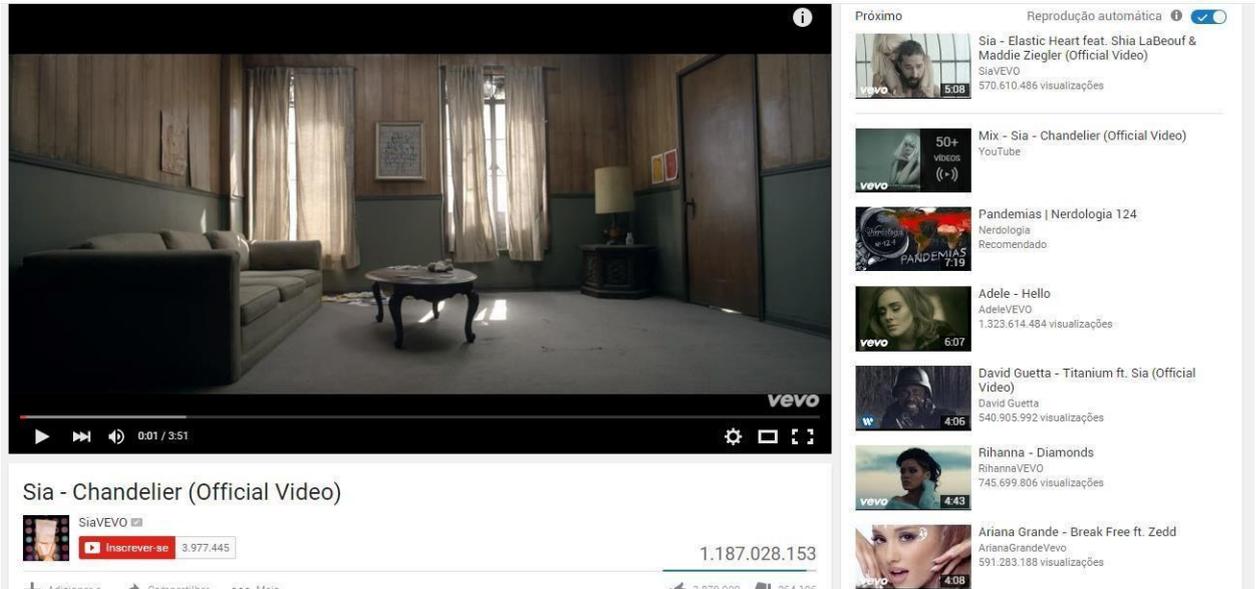
Portanto, consideramos que essa nova visualidade pode ser apresentada como sendo uma ambiência que promove o eixo do olhar individual (para logo se acoplar ao eixo do olhar do outro através da mediação da ideia de corpo), a flexibilidade da imagem (pode ser confundida como imagem cinematográfica, fotográfica, hologramática ou todas ao mesmo tempo), a presentificação ou um presente estendido (a imagem serve como índice da temporalidade do real), fragmentada no sentido de poder ser ajustada a qualquer demanda do usuário. Essa visualidade vem reintegrar a imagem mental, imagem material e o sujeito numa só categoria (verificada na própria noção do corpo como extensão de representação visual), interpela os sujeitos através de uma poética de navegação (descompromisso, acaso, de aprendizado não formal), poética de banco de dados (de acesso a um conteúdo global, hierarquizado segundo uma lógica arbórea e customizada), poética de inteligência coletiva (o fazer individual/artesanal produz informações) e como um dos resultados está o surgimento

do devir do lado do usuário e de uma produção simbólica rentável do lado redes digitais sociais.

A presentificação, de acordo com Jameson (2006), é vivenciada sob uma ordem de descontinuidades, e, nesse sentido, há um movimento paradoxal de reintegração de um sentido global mais unificado. Assim, acreditamos que os vídeos em rede são efeitos de uma presentificação e que só ganha sentido social pleno no exercício com os demais vídeos numa lógica de reintegração de um valor social sem o qual não poderia ser visto. Além disso, a ordem de sugestões de vídeos propostos ao longo da experiência de visualização de um vídeo só ganha sentido ao juntarmos com os demais vídeos que propõem um mesmo sentido ou que compartilham um mesmo gênero e formato de produção. Essa presentificação também pode ser pensada pela lógica da instauração de uma temporalidade que a velocidade torna-se parâmetro para todas as atividades humanas. Como Virilio (2015) aponta uma lógica de aceleração e racionalização dos ritmos de vida, o videoclipe como modelo exaustivamente copiado. Os dois ou três minutos como fórmulas de atenção e produção estética contemporânea. Essa aceleração foi combinada pelo avanço de múltiplas telas e da Internet banda larga em dispositivos móveis. A necessidade de encurtar o tempo das narrativas para se ajustar a uma atenção fragmentada do usuário, fragmentação da audiência clássica (dos meios tradicionais de comunicação) *versus* uma audiência em ascensão (*youtubers*, celebridades etc.), a sobreposição da mesma narrativa em múltiplos canais de divulgação (livros, filmes, páginas em rede sociais, canal no *YouTube*), etc.

Além disso, essa alteração de temporalidade criando uma sobreposições de instantes, ou seja, grave suas recordações ordinárias e libere-as no espaço cibernético para que esse instante possa ser experimentado na ausência física do outro. Como destaca Virilio (2015), esses registros acabam por se tornar marcas de uma sociedade vigilante no qual o instante e seus correlatos tornam-se parâmetros para a subjetividade.

Figura 4 – Frame do videoclipe *Chandelier* da cantora Sia



Fonte: YouTube (2016).

No exemplo da Figura 4, visualizamos um frame do videoclipe *Chandelier* da cantora Sia, dentro de uma perspectiva de *pop music* internacional com elementos de *indie* (abreviação de independentes ao *mainstream*) e, no lado direito, são sugeridos outros vídeos que dialogam o sentido social ou o formato que é proposto pelo vídeo principal numa lógica *ad infinitum* que vem reintegrar o produto dentro de um sentido social mais amplo do mercado de música pop internacional com outras cantoras, como Adele, Rihanna e Ariana Grande. Esse videoclipe toca num elemento primordial para a visualidade contemporânea, isto é, no qual o instante torna-se bússola para a vida, não há momento para o descanso, ou, se vivenciamos o esgotamento físico ou psicológico, o tempo experimentado como uma intensidade é revelado pelos gestos não sincronizados da bailarina. O tempo já abatido, não há elementos temporais que acusam o vídeo. Entretanto, como destaca Jameson (2006), o espaço se torna o campo de batalha, o espaço vem ser a próxima fronteira a ser conquistada dentro da lógica de aceleração do capital. O espaço interno da casa no vídeo é esgotado em todas as possibilidades corpóreas da bailarina, ou seja, encenar sua queda na cama, os atos de comer à mesa, esconder-se entre as cortinas, correr pelos cômodos, cair sobre o piso são marcas imagéticas de uma ambiência sócio-histórica na qual a temporalidade é vivenciada de modo esquizofrênico, mas o espaço continua como terreno de resistência em relação à presentificação, aceleração do capital, intensidade como sentimento da experiência contemporânea e a sobreposição de instantes.

O videoclipe *Chandelier* encena exatamente a ordem do espaço psicológico, ou seja, não é o espaço físico que está em debate, mas os significados, as experiências e os símbolos que estão vinculados à experiência individual sobre o espaço.

É necessário, ainda, que nos entendamos bem sobre o que significa espaço. A física contemporânea e os epistemólogos estão de acordo em reconhecer que Kant não descreve, sob o nome de espaço, o espaço alfabetizado da física, “mas um espaço psicológico” (DURAND, 2002, p. 407).

Essa visualidade reintegra, devolve e amplia as condições de constituição do eu, ao mesmo tempo em que permite seu uso comercial pelas redes sociais digitais, ou seja, a promoção dessa visualidade pode ser considerada como uma resposta à intensa dessensibilização, despersonalização e opressão do caráter do mundo sistêmico que invadiu até mesmo os espaços artísticos.

Há, nas mídias digitais, a proposição de uma poética que, diferentemente das mídias tradicionais, não se encontram no domínio da leitura escrita ou imagética, mas que se encontra no exercício, no contínuo aprendizado, no saber fazer, na poética como princípio organizador de sua relação com a mídia e com os demais campos sociais. Assim, a identidade seria o resultado de uma programação algorítmica no qual o sujeito tem o exercício do controle, de gerenciamento a partir de um cruzamento de suas competências técnicas, de sua relação com a imagem simbólica e a rede de afetos (amizades) que dispõem para sua constituição como sujeito.

Compreender essa visualidade é reintegrar o sujeito numa dimensão onde o mundo da vida é fundante do mundo sistêmico, onde a ideia de identidade é posta de lado pelo de devir ao fortalecer a conjunção da imagem (mental, técnica e sujeito) numa alegoria que pensa menos na metafísica da imagem e mais numa antropologia da imagem, até mesmo numa fenomenologia imagética, da imaginação.

Quanto à ideia de corpo nas obras visuais, Derrida (2013) aponta que o corpo nunca está ausente em nossa experiência de leitura e apreensão da obra, mas que essa experiência da leitura do corpo do artista na obra é distinta do corpo do artista em seu momento de produção da obra, ou seja, no ato de pintar, ou escrever, há um rompimento, uma não-presença do corpo do artista que está deslocado, pois a presença do corpo representaria a morte em si. Derrida (2013) enfatiza que não podemos separar a experiência do corpo com a experiência do desejo, pois há uma relação libidinal e sensível que as atravessa. Assim, destacamos que as imagens em redes digitais vêm solucionar essa dialética entre o corpo daquele que produz a imagem e aquele que consome a imagem através do uso de uma perspectiva do eixo de olhar subjetivo

que condiciona ao usuário em rede digital acreditar que esse olhar é o mesmo olhar da pessoa que produz a imagem. Um exemplo é o filme de ficção-científica, *Avatar*, na qual o eixo do olhar de um corpo usado por um dos personagens se ligava mentalmente através de recursos técnicos ao eixo do olhar do corpo de outro personagem. O mesmo efeito é sugerido em jogos virtuais no qual cada participante assume uma identidade virtual de um personagem encenando essa duplicidade corpórea através de um outro corpo, sendo que o corpo biológico continua resguardado de qualquer perigo que o jogo possa apresentar.

Como destaca Paul Virilio (2015, p. 91), em relação ao dispositivo criado por Ford na qual a uma unidade: “O projeto social de Ford para economia norte-americana já anunciava a sinergia que se vinha realizando entre as técnicas de produção, o produto fabricado e a própria corporeidade, a figura do trabalhador/consumidor, todos unidos numa e por uma velocidade indivisível”. Assim, assumimos que a imagem contemporânea é constituída desse pensamento no qual os modos de produção, produto e corpo, são convocados incessantemente pelas redes sociais digitais de modo que muitas vezes há uma confusão do corpo como imagem técnica (e, portanto, um subproduto dentro da cultura erótica) ou espaço de negociação do olhar (como nos casos de imersão). Podemos observar também o desenvolvimento de recursos hápticos ligados aos sistemas digitais de comunicação: mouses, teclados, telas sensíveis ao toque e outras ferramentas que reintegram o corpo e suas mais diversas experiências no mundo digital.

Se voltarmos ao mito de Narciso, essa mesma pulsão erótica é encontrada, mas partirmos da mesma premissa e chegamos à ideia de que o corpo visto por Narciso e desejado por ele não pode ser tocado, apreendido, agarrado senão pela própria tela (água), ou seja, o investimento afetivo que os usuários em rede ao produzirem vídeo desejam reintegrar sua noção do corpo através da superfície da tela multiplicada, visto que aquilo que vimos em nossas câmeras será reproduzido e ampliado ao ser publicado em rede, ao ser comentado, compartilhado, curtido pelos demais usuários, esse corpo ganhará substância a partir da apreensão pelo olhar do outro. O usuário de vídeos em redes digitais produz sua imagem técnica (a imagem especular de si) para, assim, possa ter um dispositivo para que os demais usuários possam submergir, mergulhar em suas noções de corpo, na sua dimensão erótica e de desejos.

O mito de Narciso também nos serve de recurso para compreender a profundidade da dimensão ontológica da imagem, à medida que a água é o principal recurso, dispositivo, tela pela qual o olhar de si ganha forma, ou seja, a água como dimensão do aprofundamento, da imersão, se constitui como uma metáfora para a produção de imagens em redes digitais, visto

que é na imersão, no aprofundamento, no mergulho de imagens simbólicas que surgem as imagens técnicas.

E compreende o vídeo num sentido epistêmico, ou seja, compreender a manifestação visual do vídeo como uma categoria que revela uma ordem dos fenômenos sociais a partir dos seus traços, trajetórias e agenciamentos com demais objetos, sujeitos e instituições.

Como bem descreve Dubois (2004), o vídeo é uma maneira de respirar por imagens, de corporificar com elas, de questionar e de tentar encontrar respostas. Acreditamos que o vídeo constitui elemento primordial para compreender os fenômenos de comunicação a partir de suas características de incerteza, de porosidade e de flexibilidade que são necessárias aos fenômenos de comunicação contemporânea, isto é, servir a um vasto público e poder ser um dispositivo de produção de sentido a partir de suas condições de consumo.

Outro mito pode nos revelar as condições da emergência da noção do corpo associada à imagem técnica. Dubois (2004) relata a fábula da origem da pintura, a história da filha de um ceramista de Sicione, chamada Dibutades, fica apaixonada por um rapaz. Ele deve partir para uma longa viagem, na cena de adeus, os dois amantes estão num quarto iluminado pelo fogo de uma lâmpada que projeta sobre a parede a sombra dos jovens. Para conservar um traço físico de seu amante, a jovem tem a ideia de representar sobre a parede, com carvão, a silhueta do outro que se projeta, trata-se para os amantes no instante último e flamejante de sua copresença, para matar o tempo (a perda do outro), de fixar a sombra daquele que está ainda aí, mas que logo estará ausente.

Assim, Dubois (2004) identifica que sombra será substituída pelo espelho, Plínio e Vassari sucederão Alberti, Philostrato e Ovídio. Dubois (2004) compreende a origem da pintura estaria ligada à ideia de sombra e seu jogo de presença/ausência.

O produtor/espectador de vídeos pode ser representado pela narrativa de Narciso na medida em que sua imagem e de seu cotidiano imediato torna-se o próprio recurso de sua produção imagética, seu próprio espectador e, por fim, criando uma interdependência entre produção e consumo. O sujeito produtor/espectador de vídeos mergulha em sua própria condição tautológica de produção e consumo simbólico ao englobar duas dimensões bem distintas, a primeira relacionada à sua vida social.

Esse caráter de mergulho de si nos vídeos é identificado pelas inúmeras produções de caráter especular do vídeo. O vídeo de temas familiares, de práticas cotidianas, resulta desse mergulho ou aprofundamento de si mesmo.

Ele observa e é observado ao mesmo tempo, esse caráter duplo da imagem do vídeo pode ser identificado pelas câmeras de vigilância em seus cartazes de ‘sorria, você está sendo filmado’, há um caráter vigiador e que ao mesmo tempo também é vigiado.

Além disso, não podemos deixar de destacar o aspecto do desejo, da pulsão, do autoerotismo no qual o sujeito torna sua imagem um fetiche de si mesmo, um outro ou uma parte que se torna erotizada. Podemos destacar, também, por essa metáfora, que o sujeito contemporâneo se percebe como criador de suas próprias narrativas midiáticas ao se deslumbrar com sua própria imagem representada pelo caráter especular do vídeo, ele assume para si a produção simbólica que antes estava consagrada a uma classe de profissionais autorizados pelo campo de produção simbólica (artistas, jornalistas, publicitários, etc.).

Essa relação do olhar narcísico sobre sua imagem opera, segundo Dubois (2004), em dois níveis, um intradiagético e outro extradiagético, ou seja, o primeiro funciona no plano indiciário, quando Narciso olha sua imagem sobre o espelho d’água, o reflexo e Narciso fechados em si mesmos. De acordo com Dubois (2004), o segundo plano extradiagético é quando a relação narcísica atua no plano do discurso, da enunciação, ganha um sentido da narrativa. Do mesmo modo, podemos compreender os fenômenos visuais do vídeo em rede, um intradiagético que corresponde à relação social que o usuário (seja produtor ou consumidor de vídeos) mantém com esse produto, ou seja, como ele se constitui dentro dessa rede, a identidade que ele produz sobre si ao navegar, o jogo do universo da representação (seu nome ou apelido em rede, seus contatos com demais usuários, seus *likes*, suas preferências, seus comentários, etc.). O nível extradiagético opera quando o vídeo ganha forma ao ser publicado, enunciado, compartilhado, consumido, isto é, ganha uma narrativa, uma relação pragmática que escapa mesmo às condições de produção.

Segundo Dubois (2004), o vídeo apresenta esse caráter indiciário (index), o momento no qual o sujeito se adere a sua representação, e ele só pode escapar a essa condição de inter-relação do eu-tu através do desenvolvimento de um ele que permite abrir um espaço entre a polaridade eu-tu de caráter especular da imagem. Ao mesmo tempo que desenvolve nos sujeitos aspectos de subjetividade de uma terceira pessoa que constrói a narrativa, a história, cumpre a função de dinamizar o eu.

Esse eu ganha perspectiva, profundidade na sua dinâmica com os demais usuários a partir desse terceiro elemento, o ele (vídeo produzido pelo próprio usuário ou por outro).

O vídeo, a partir de sua tradição de vídeo-instalação, no qual o corpo é uma parte integrante e tema recorrente, acaba por desenvolver uma ambiência imagética no qual

podemos destacar algumas características: a imersão, o efeito especular, o efeito holográfico, o dispositivo visual como uma extensão de si.

3 POÉTICA: técnica de construção de si

Neste capítulo analisaremos as noções de poética apresentadas por Bachelard (1996) e como essas ideias se tornaram fundamentais para a compreensão do fenômeno contemporâneo de produção simbólica de vídeos em redes digitais. Assim, nossa ideia é compreender a força criadora da noção de poética como meio fértil da ação do sujeito sobre o mundo.

Chegamos à noção de poética como um contraponto à noção de produção no sentido mercantil da palavra, isto é, desejamos através da noção de poética resgatar o espaço constitutivo do sujeito nas esferas de produção simbólica. É através dessa noção que podemos reconciliar o sujeito com o símbolo, ou seja, apenas com a poética que é dado ao sujeito sonhar sobre sua condição humana e criar um espaço de si no real.

A poética é a ação humana sobre o símbolo, a capacidade do sujeito de reintegrar a imagem simbólica na sua trajetória particular e fonte de novas imagens. A poética tornou-se primordial na produção industrial de imagens na medida em que houve um esgotamento das fórmulas tradicionais de produção de imagens técnicas, portanto, as mídias digitais de comunicação tendem a acrescentar da vida particular dos sujeitos como modelo de produção simbólica de imagens.

Neste capítulo, vamos apresentar as noções de poética de Bachelard (1996) que, através da materialidade dos elementos, torna-se uma força propulsora de metáforas, condição para a consciência imaginante. A noção de poética de navegação de Leão (2003) colabora para a compreensão da ação criativa e fundadora da experiência do sujeito na web, base para uma ação singular de hiperconexão entre sujeitos e objetos. E, com Manovich (2010), é apresentada a noção de poética de banco de dados, a ação de organização e disposição de dados que articulam toda a experiência do sujeito em rede, através da poética de banco de dados que os sistemas informáticos integram-se à experiência individual (poética de navegação), permitindo que dados e informações estejam disponíveis através de filtros algorítmicos que selecionam as opções de consumo na web.

Poética em Bachelard

De acordo com Bachelard (1996), podemos distinguir entre duas poéticas (ambas são alimentadas pela produção de imagens simbólica através da leitura): a poética do devaneio e a poética criadora. A primeira refere-se à consciência de maravilhamento a partir de produção de si por imagens mentais; e a segunda relaciona-se à capacidade criadora de imagens mentais

através desse aprofundamento da própria existência. As duas poéticas acabam por repercutir e produzir ressonâncias, uma exteriorização da própria consciência de maravilhamento de si diante de novas imagens simbólicas produzidas pela leitura.

O poder criador é revelado em Bachelard (1996) através de uma materialidade que em sua obra é revelada pelos poemas, pela leitura de poesia, mas assumimos um sentido mais amplo de leitura como sendo a capacidade cognitiva de produzir sentido aos mais diversos objetos simbólicos, sejam eles do universo do letramento, sejam eles de outros universos. Portanto, assumimos que o vídeo seria uma materialidade, uma repercussão, uma extensão da própria consciência do sujeito diante das possibilidades de consumo das imagens técnicas.

Os sentidos produzem efeitos de sentidos pela vontade de olhar para o interior das coisas, tornando a visão aguçada, penetrante, pois, “para além do panorama oferecido à visão tranquila, a vontade de olhar alia-se a uma imaginação inventiva que prevê uma perspectiva do oculto, uma perspectiva das trevas interiores da matéria” (BACHELARD, 1996, p. 8).

A imaginação é concebida como esse esforço do sujeito em colocar em tensão os polos das ideias e das imagens para entender o real, ou seja, a imaginação é constituinte da própria condição humana na Terra. A imaginação é o processo dinamizador da produção simbólica, mas que necessita estar conjugada a esse deslumbramento do sujeito perante sua própria condição, o que vai repercutir em imagens simbólicas que terão suas vidas mantidas também através de imagens técnicas. Não podemos dissociar a imagem simbólica da técnica, são um só ente que, a todo momento, interroga os sujeitos em um dos seus polos da significação ou da materialidade.

A imaginação é concebida em Bachelard (1996) como sendo muito próximo do devaneio, isto é, como uma faculdade humana de produzir imagens propulsoras em relação à nossa condição humana. O devaneio, em Bachelard (1996), é construído como meio para nossa condição de sujeitos livres, ou seja, é a partir de nossa capacidade de criar outras imagens que escapem a nossa existência que teríamos nos libertado das próprias condições do real e produzido o que concebemos por humano.

Assim, a poética é a técnica pela qual os sujeitos são convocados a participar de uma cultura colaborativa através de um substrato do imaginário com o objetivo de produzir seu devir (identidade), ao mesmo tempo em que atende às necessidades de produção simbólica de uma estrutura de produção imagética em escala industrial.

A poética é assumida em nosso trabalho como ambiência na qual os sujeitos assumem seu devir, isto é, como destaca Maffesoli (2006), a força da imaginação vem se constituir

como substrato pelo qual os indivíduos produzem narrativas sobre si tendo em vista um tom artístico como fundamento.

O devir joga ambigualmente o papel de produto que atende às necessidades de socialização do sujeito em redes sociais e que gera capital para as indústrias criativas. O devir como elemento residual da ação poética e, ao mesmo tempo, organizada pelo capital como fonte de produção imagética.

De que modo surge a poética, qual é sua expressão, sua base? Neste sentido, Bachelard (1996, p. 13) investiga sobre o devaneio poético, que entendemos como a base da condição poética dos sujeitos em redes digitais: “O devaneio poético nos dá o mundo dos mundos. [...] É uma abertura para um mundo belo, para mundos belos. Dá ao eu um não-eu que é o bem do eu: o não-eu meu. É esse não-eu meu que encanta [...] é esse não-eu meu que me permite viver minha confiança de estar no mundo”.

A partir dessa compreensão e das poéticas (de banco de dados, de navegação), proponho a ideia de uma nova visualidade das imagens técnicas formulada por uma poética (aqui, a essência da técnica) do devir apoiada pelas redes digitais de hiperconexão (usuário, objetos e instituições se confluem) com base num formato flexivo, do tempo presente e de uma individualização do olhar que é próprio do vídeo, através de imagens técnicas dispostas e armazenadas de modo que o usuário possa acessar seu conteúdo e incentivado a construir ou reconstruí-lo, ligado a uma estética da inteligência e de um autor distribuído.

De alguma medida, observamos, em redes digitais, a própria dinâmica de que a identidade nada mais é que o agenciamento de certos objetos com os usuários em sua relação com os demais usuários da rede. Avaliamos que a identidade é levada em conta em redes digitais, mais precisamente, em redes digitais de compartilhamento de imagens técnicas, há uma reação de aprofundamento da ideia de uma identidade flexível, e do próprio anulamento dessa identidade em detrimento das possibilidades de hiperconexão na qual a identidade é aqui pensada como o conjunto de usuários, sistemas, discursos, instituições e objetos em seu ciclo de ação, reação e interação entre esses elementos. De algum modo, essa ideia de identidade é posta de lado para se conceber a ideia de rede que será tratada no próximo capítulo.

Uma metáfora que consegue dar conta desse processo de constituição das redes digitais provém da construção das catedrais medievais; um processo que exigia um grande esforço coletivo para sua constituição, porém, dependia do indivíduo que se ligava emocionalmente como uma tentativa de alcançar o céu, num esforço temporalmente estendido, mas geograficamente localizado, ao mesmo tempo em que criava laços de

solidariedade entre os grupos. Os vitrais das catedrais são eficazes na medida em que um conjunto de peças de vidro são reunidas e atravessadas pela luz do ambiente exterior que amplia o olhar sobre o todo e conformam um quadro maior da sociedade. Trata-se de uma noção de presente estendido que tenta dar conta do esvaziamento da temporalidade promovida pela modernização das sociedades ocidentais, geograficamente localizada em redes digitais, *links* que promovem a ordem dentro do caos.

A construção das catedrais medievais foi palco para inovações técnicas como arcobotante e as abóbadas em arcos ogivais que agora alcançam os céus com construções cada vez mais finas. Essa mesma finura e leveza serão ressignificadas pelas estruturas de redes digitais através de dispositivos cada vez mais leves e finos. Acreditamos que a dialética que opõe leveza e peso é decorrente da noção de peso histórico herdado pelo capitalismo industrial que vem sendo reciclado pelas estruturas da economia em redes digitais de informação e de comunicação.

Assim, as redes digitais oferecem uma estrutura de processo de construção coletiva e individual ao mesmo tempo, fundada no indivíduo e sua procura de bases ontológicas a respeito da centralidade do fenômeno, tal como a catedral temporalmente estendida.

A poética como força integradora da ação individual de integração à experiência do real constitutiva da vida dos sujeitos torna-se meio pelo qual as tecnologias de comunicação digital vêm interpelar o sujeito, isto é, a experiência da comunicação individual e familiar vem embalada numa configuração na qual estamos disponíveis ao trabalho contínuo e acelerado, a produção de informações e dados para empresas de tecnologias e ao monitoramento em tempo real de nossas ações.

Poética de navegação

A poética da navegação consiste, segundo Lúcia Leão (2003), em projetos que se apropriam das estratégias de navegabilidade da rede (web) como forma de promover-se. Seguindo esse curso, propomos desenvolver a definição de poética de navegação como sendo o modo pelo qual os objetos simbólicos são dispostos na rede de maneira que permita que os usuários criem marcas, traços e roteiros de circulação, navegação e passeio através de ferramentas cognitivas ou digitais.

Apontamos estratégias que podem ser tomadas como as principais utilizadas para essa poética da navegação, como *bookmark* (lista de favoritos), buscadores internos e externos, os programas que reconhecem suas preferências, estruturas de *links*, os resultados apresentados

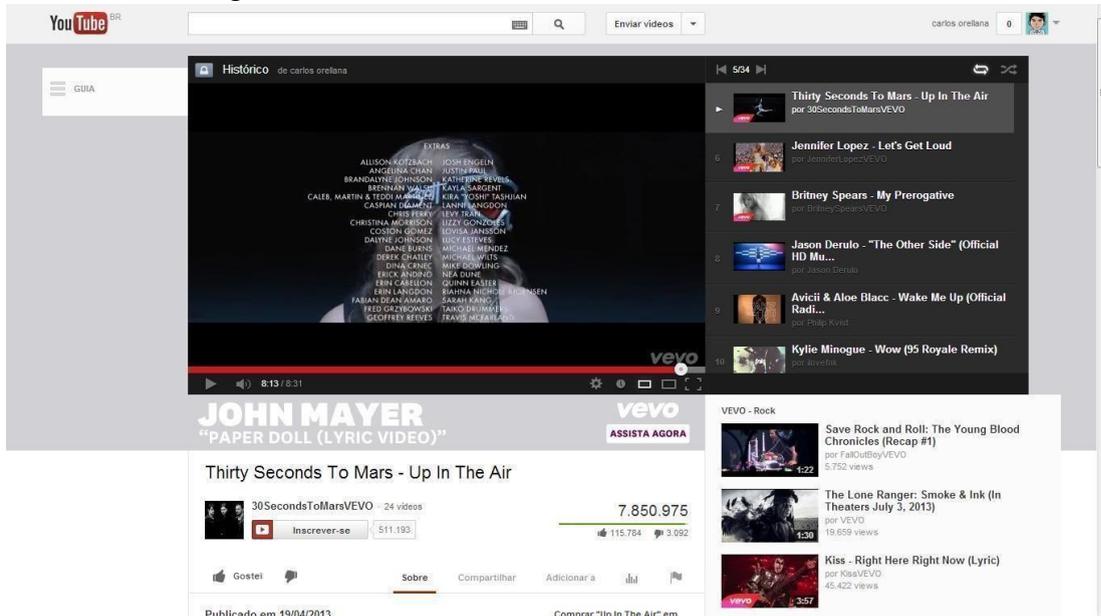
pelos buscadores. Trata-se de alguns componentes que constituem o modo pelo qual o sujeito, em redes digitais, encontra imagens e produz imagem.

Entretanto, de que modo esses recursos vão se constituir como uma poética?

Podemos esboçar a resposta a partir desses mapas cognitivos que traçam os paralelos sobre como podemos nos inserir, circular e navegar na rede, mas, antes disso, como podemos constituir nossa própria experiência, única e exclusiva em meio a um montante de informações que estão ao alcance da maioria dos usuários?

A poética de navegação constitui-se, assim, na experiência que pensa a própria experiência em rede, talvez a melhor metáfora para esse conceito seja da Escola de Sagres. Ela foi uma das escolas pioneiras em estratégias de navegação em alto mar, lá se formou um contingente de experientes navegadores, geógrafos, ao mesmo tempo desenvolvendo técnicas mais sofisticadas de navegação transoceânica. E, desse modo, ao conseguir atravessar o Oceano Atlântico e conquistar terras em outros continentes, projetou o Império Português no século XV e XVI como um dos mais fortes da Europa. O que quisemos destacar, nesta metáfora, é que o modo, o exercício e o processo pelo qual se cria um objeto simbólico ou instituições criam as condições para uma nova presença no mundo (uma nova visualidade). A poética de navegação, ao dar a estrutura básica pelo qual a produção simbólica se realiza em rede, ou seja, os modos pelos quais os usuários conhecem, criam, participam e interagem com vídeos através de uma estrutura de visualização oferecida pela rede social digital. É através da constituição de uma plataforma visual como o *YouTube* que uma experiência visual antes exclusiva dos museus e das galerias de arte, a poética da navegação (nadar) despretensiosamente sobre uma infinidade de vídeos que permite a ação desse mesmo usuário sobre sua experiência e constitui tecnologia e processos de produção e consumo (*youtubers*, economia de *likes*, profissionalização da ação amadora no campo da imagem técnica). A tecnologia sendo pensada como resultado do acúmulo de experiências sociais mediadas pela relação imagética. O *YouTube* torna-se uma ferramenta de monetização da ação de profissionais antes anônimos (*youtubers*, *booktubers*, etc.).

Figura 5– Histórico de vídeos visualizados



Fonte: YouTube (2016).

Na Figura 5, ao lado do vídeo principal, há uma lista de vídeos que foram visualizados anteriormente que podem ser acessados pelo usuário. Esse histórico funciona como uma estratégia de poética da navegação a partir do recolhimento do banco de dados, ao permitir que, ao final da visualização desse vídeo *Up in the Air*, da banda Thirthy Seconds do Mars, haja a possibilidade, através do ícone histórico, de ver os vídeos em uma sequência escolhida pelo usuário, ao mesmo em tempo que são apresentadas sugestões de vídeos relacionados. Um mapa que organiza um roteiro de preferências e caminhos percorridos pelo usuário que pode ser acessado através de uma estrutura de visualização que amplia a ação do usuário sobre sua experiência digital.

Poética de banco de dados

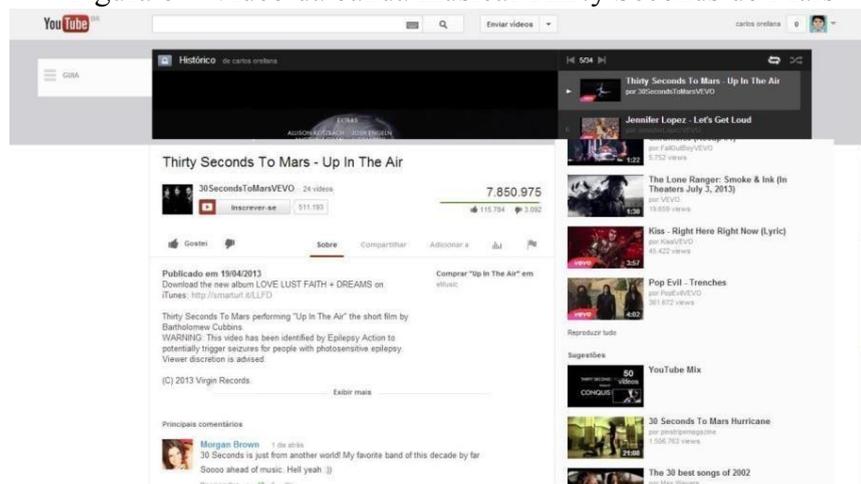
Segundo Manovich (2009), a poética de banco de dados é fundamental para compreensão da linguagem das novas mídias. Ele compreende que o romance e o cinema privilegiaram a narrativa como forma de expressão cultural, mas a rede de computadores apresenta uma forma de expressão distinta: o banco de dados. O banco de dados nos introduz a implosão da fórmula narrativa ao não distinguir começo, meio e fim, e a informação é organizada numa hierarquia arbórea, estruturada em cadeia e pensada para ser facilmente encontrada. O banco de dados é pensado como uma coleção de itens e preserva um ponto de

vista em que o usuário tenha uma experiência, aparece de modo que o usuário atue nas dimensões da visualização, navegação e busca.

A poética de banco de dados serve como um espaço de construção de si através da organização binária dos sistemas informáticos, ou seja, a poética de banco de dados e de navegação são os espaços onde se encontram o espaço da vida (estrategicamente, o usuário é pensado aqui de modo a garantir sua vontade e independência na construção de sua experiência na rede) e o espaço da técnica (dos sistemas integrados digitais global). A poética é o estágio de desenvolvimento de nuances das ideias de devir e de identidade na medida em que constroem as ferramentas pelas quais os objetos simbólicos podem ser produzidos e, por sua vez, a própria ideia de devir entendido aqui na concepção de Bachelard (1996).

Se a cultura de banco de dados apresentada por Manovich (2009) desarticula os modelos de produção simbólica ao deixar de lado a narrativa como fórmula tradicional de compreensão de mundo, ela amplia exponencialmente a participação de novos atores na produção simbólica, isto é, permite que milhões de pessoas que foram durante muito tempo excluídas por não participarem de uma cultura letrada sejam agora atores em redes digitais. Na Figura 6, é apresentada uma música sugerida para o meu perfil de acordo com o histórico de visualizações e de preferências, ou seja, os algoritmos encontram o espaço da vida e a experiência de constituição de si.

Figura 6 – Vídeo da banda musical Thirty Seconds do Mars



Fonte: YouTube (2016).

A poética de banco de dados funciona sobre uma lógica do armazenamento da experiência da navegação, isto é, como um instrumento mnemônico da própria rede

reenviando a si mesmo informações de modo a configurar elementos identitários do usuário para uma modelização com fins mercadológicos e estratégicos.

Poética da inteligência coletiva

Compreendemos a inteligência coletiva como esforço dos meios digitais em se apropriar da produção simbólica de seus usuários para um aprofundamento em favor de uma ambiência cada vez mais mediatizada e envolvida por uma cultura de lazer e entretenimento. O que, por sua vez, acabam por se apropriar de algum modo também por consequência do devir, da poética a partir dos objetos simbólicos produzidos pelos usuários em rede. A identidade aqui é apenas um efeito dentro de uma estrutura global de produção simbólica, sendo a poética o meio pelo qual os meios digitais solicitam aos seus usuários que participem da estrutura das redes digitais sociais através da produção de bens simbólicos distintos, entretanto, sendo o vídeo aquele que melhor se posiciona neste mercado de bens simbólicos por suas características fundamentais já apresentadas.

Assumimos que a inteligência coletiva pode ser confundida, em alguns aspectos, ao do próprio imaginário como depósito de um conjunto de bens simbólicos que acabam por servir de alicerce a toda produção humana. Neste sentido, a inteligência coletiva sairia de sua característica fundamental de produto de uma rede digital de sistemas para uma noção de capacidade articulada dos mais diversos grupos sociais em compartilhar e colaborar no desenvolvimento de um mesmo objetivo. Portanto, inteligência coletiva ainda é um aprofundamento da ação do homem e representa a base de todo esforço humano na sua trajetória antropológica.

Pierre Levy (1999) assume o conceito de inteligência coletiva como o princípio pelo qual as inteligências individuais colaboram ou são somadas à inteligência coletiva através dos meios digitais. Há uma ideia clara de ambiência pela qual os sujeitos participariam com suas ideias no propósito de contribuir para a produção de novos bens simbólicos. O que Levy (1999) talvez não tenha descrito é que esse sistema, que é pensado como ambiente libertador e propulsor da atividade humana, pode ser o resultado de um aprofundamento dos meios comunicacionais, na medida em que aproveitam essa atividade individual dos usuários em rede.

Neste sentido, Levy e Flusser contribuem a partir de uma tradição que deseja romper com as relações de causa-efeito propostos pelo binarismo do pensamento dialético para

propor uma ação epistêmica a partir de uma fenomenologia, uma espécie de potência para pensar as atividades não-humanas como metáforas das atividades humanas.

Desse modo, compreendemos o espaço da tecnologia, da técnica a partir das noções de Flusser (2011). Ele avalia que o nosso pensamento sempre opôs natureza e cultura, associando a um valor negativo à natureza, pois ela é tudo que não é humano, enquanto a cultura representaria todo o esforço do humano em diminuir nossa impotência em relação à natureza. Se através desse esquema de pensamento a natureza é má e a cultura é boa, onde estaria a tecnologia? Flusser (2011) destaca que a tecnologia é o modo pelo qual a cultura exerceria sua força sobre a natureza, e ela estaria num plano neutro entre os dois entes. Desse modo, é necessário entender a forma pela qual a tecnologia (e seus atributos, como a inteligência coletiva) é apresentada, como dimensão neutra capaz de dar todas as respostas que a cultura necessita para a domesticação (mesmo que simbólica) da natureza. Como ele avalia:

Na realidade, quem está "isento de valor" é a tecnologia. As coisas são produzidas pela técnica, estas sim, não são nem más nem boas. As coisas da natureza, estas são todas más, porque me condicionam e me tornam impotente. Se não fossem más as coisas da natureza, não se explicaria o engajamento em cultura. É sempre engajamento contra a natureza. (FLUSSER, 2011, p. 42).

Assim, acreditamos que a inteligência coletiva possa ser compreendida através desse esforço dos meios comunicacionais em proveito de objetivos comerciais por meio das indústrias criativas. Concebemos as indústrias criativas como meio, espaço intermediário que tem no princípio da inteligência coletiva o modo de solicitar, interpelar e fomentar a produção de imagens técnicas a uma sociedade cada vez mais sedenta por novas imagens que possam servir de meio à lógica midiática.

A poética de inteligência coletiva consiste na capacidade de a rede identificar e gravar informações dos usuários em sua navegação através de softwares usados pelos servidores de modo a produzir padrões de informações sobre os usuários. Assim, aprofundamos a lógica da inteligência coletiva indo além da colaboração espontânea dos usuários, mas sendo as ferramentas usadas na rede para dinamizar as relações de produção simbólica em redes digitais.

E, nesse sentido, partimos do pressuposto de Castells (2005), sobre a constituição de uma nova paisagem social nos países ocidentais a partir de uma economia informacional, isto é, nos últimos 40 anos, o capitalismo ocidental teve que criar condições para sua renovação, na qual teve que deixar de lado o capitalismo industrial (baseado num acordo entre os donos de capital e os donos da força de trabalho) e assim partir para um capitalismo financeiro

alicerçado na transferência de capital através das redes digitais integradas entre os mercados financeiros. Essa versão do capitalismo abandona o equilíbrio entre produção e trabalho, ao mesmo tempo em que reintegra as indústrias formais a essa nova modalidade ao investir pesadamente na produção de bens. O desequilíbrio entre força de trabalho e de capital aumenta exponencialmente a taxa de desemprego, e de que modo resolver essa questão? Desemprego em alta, alto investimento em inovação, geração de capital em explosão e redes digitais integradas, esse é o cenário dos últimos 20 anos nos países ocidentais avançados. As indústrias criativas podem ser concebidas como espaço onde a inovação e as redes de comunicação interligadas jogam com as possibilidades de devir, identidade, produção imagética.

De que modo o capitalismo se renova e se aprofunda? Uma das respostas mais plausíveis é da indústria criativa, ou seja, o setor da economia responsável pela produção de capital através de sistemas integrados (macro, meso e micro) de produção simbólica (texto, imagens, audiovisual) em escala global por meio de redes digitais. Um dos exemplos mais vivos desse sistema são as redes digitais (*Facebook, Twitter e Pinterest*) e o mercado de aplicativos (softwares responsáveis pela execução de uma tarefa), mas a pergunta mais ouvida é como essa indústria produz capital? A resposta encontra-se na geração de produtos simbólicos através de uma cultura da microprodutividade (todos são convocados a produzir na escala micro, mas dentro de um sistema macroglobal) e de uma democracia semiótica (cultura que promove uma radicalização do polo de produção simbólica, não são mais os que trabalham na mídia que detêm monopólio de produção simbólica). Somos, em redes digitais, convocados a produzir bens simbólicos dentro de um sistema global digital de modo de que esses bens sejam aproveitados, compartilhados e remixados para produção de capital.

Acreditamos que uma nova questão que a indústria criativa nos propõe consiste em que a produção não pode ser entendida apenas pelos bens materiais. Faz-se necessário aprofundar aspectos atinentes à produção de bens simbólicos (textos, imagens, audiovisual, etc.) e as rotinas do cotidiano que passam a ser integradas. A produção parece estar envolvida num verniz de entretenimento e, desse modo, bens simbólicos e cotidiano são reembalados numa esfera de lazer e de entretenimento, convertendo-se no modo pelo qual os indivíduos são chamados à produção. Ou seja, todos, de algum modo, são convocados à produção de bens simbólicos baseados em rotinas estendidas, integrando os tempos e rotinas normais de produção através de uma capa de lazer, o que decisivamente aumenta o modo pelo qual a produção é pensada.

Na medida em que o conteúdo criado pelo usuário/consumidor, torna-se matéria bruta para a produção midiática, isto é, há o avanço da cultura microprodutividade que garante ao campo midiático seu papel de destaque mesmo frente às novas condições de produção simbólica pós-moderna.

A ideia de indústria criativa integra os planos econômicos e culturais, na mesma medida em que aproveita o que cada um tem de melhor. Neste sentido, é necessário compreender que o plano cultural e econômico não podem ser pensados como duas dimensões distintas, mas que são altamente integradas e que uma depende da outra para sua existência. A marca de nosso tempo é de aproveitar cada vez melhor os recursos intelectuais dos sujeitos em proveito de uma indústria cada vez mais sedenta de produtos simbólicos que integrem, façam convergir e participar os mais diversos públicos ao redor de um produto simbólico.

O que Giffard (2009) nos propõe é conceber os modos pelos quais estaríamos numa transição de uma economia da informação (que seria a da industrialização dos bens simbólicos vivenciada durante o século XX) para uma economia da atenção, na qual os sujeitos são equipados de instrumentos de gerenciamento de sua produção simbólica na rede. Uma rede de usuários capazes não apenas de produzir, mas capazes de medir e criar estratégias de gerenciamento de seus bens simbólicos na rede.

Mas quais são os fatores que levam à estruturação dessa cultura participativa que é a indústria criativa?

Podemos elencar alguns fatores determinantes para sua existência. Segundo Hartley (2005), seriam eles:

- a) a criatividade como um “recurso de domínio comum”;
- b) a evolução das instituições de ação coletiva;
- c) a existência de regras para a emergência e organização da ação criativa;
- d) a democracia semiótica;
- e) a produtividade da criação;
- f) o aprendizado social.

Há indícios de como a criatividade do usuário pode tornar-se o motor de um empreendimento tanto cultural quanto político. Esse mecanismo, pelo qual as redes sociais funcionam como matrizes criativas para o avanço dessa indústria criativa e a produção incessante de material (áudio)visual para manutenção das páginas pessoais

em redes sociais, contribui para a formação e treinamento dos usuários para os valores pelos quais a indústria criativa ou no mercado de bens simbólicos.

A questão que nos propomos é partir para um nível de aproveitamento dessa criatividade como recurso comum para a evolução de uma instituição de ação coletiva que possa gerar capital a partir dessas condições apresentadas.

Através de ações midiáticas que promovam essa abertura para que a criatividade possa tornar-se um motor de geração de capital, poderemos, de algum modo, compreender essa nova modalidade do capitalismo global baseado em sistemas informáticos e, assim, fomentar novas modalidades para repensar um sistema que, ao mesmo tempo em que é individualizante, ele é globalizado, baseado na microprodutividade e envolto nas esferas de lazer, de entretenimento e de aprendizado social constante.

4 DEVIR E IDENTIDADE

Neste capítulo, examinaremos o nascimento da noção do sujeito moderno e as questões sobre devir e identidade como resultados de um longo processo de construção simbólica no qual emerge o vídeo em redes digitais a partir de uma junção entre imagem (simbólica e técnica), poética (de navegação, de banco de dados) e técnica. Entendemos que o devir e a identidade acabam por ser resultados dessa confluência desses fatores (imagem, poética e técnica) e que, simultaneamente, alteram a paisagem da produção simbólica contemporânea. Acreditamos que a partir de uma investigação do nascimento da noção do sujeito moderno há detalhes para a compreensão do sujeito contemporâneo. Além disso, tomamos aspectos de duas temporalidades equidistantes: a Alta Idade Média e a metade final do século XX e início do XXI como fontes para a nossa noção de sujeito.

Analisaremos a partir da ótica de Alain de Libera (2007) que institui a Idade Média como espaço temporal no qual são lançadas as bases da constituição do sujeito moderno, a partir de uma dissociação entre divino e o humano, resgate da tradição aristotélica a partir de traduções do mundo árabe, a centralidade da subjetiva como parâmetro para a compreensão do real. Tentamos resgatar uma noção de sujeito anterior ao cogito ergo sum cartesiano. Lançamos mão de noções pré e pós-sujeito moderno ao aliar as noções medievais às noções contemporâneas de sujeito. Acreditamos que, a partir da metade do século XX, há processos de rupturas da noção de sujeito moderno como apresentados por Heidegger, Althusser e Lacan. Portanto, nosso trabalho é avaliar as condições pré e pós-modernas da noção de sujeito para apresentar as tensões desse conceito.

Nesse sentido, na contemporaneidade, a partir das obras, Deleuze e Guattari (2004) assumem o devir como meio pelo qual a subjetividade se desenvolve a partir da disjunção e da heterogeneidade da experiência humana. Uma perspectiva que visa à transgressão das teorias modernas do sujeito. Eles partem das observações de Bergson da duração como elemento fundante da relação do homem com o real, ou seja, tempos vivenciados e acrescidos ao espaço.

E, por último, neste capítulo, apresentamos um quadro de síntese da dinâmica de alguns conceitos até aqui abordados, um quadro com as noções de devir, identidade, técnica e imagem. Essas noções são convocadas para relacionar à dinâmica da produção e consumo de vídeos em redes sociais.

Nascimento da noção do sujeito moderno: Alain de Libera

Consagramos a revisão dessa subjetividade medieval para compreender o esforço que foi utilizado no período moderno de forjar uma identidade una e indivisível sob a ótica da racionalização da vida. Portanto, essa revisão torna-se necessária para compreender a lógica de formação do eu não-cartesiano. Quando mencionamos Idade Média, tomamos por base a herança do Império carolíngio a partir do século X na Alta Idade Média que, posteriormente, alcança seu apogeu estética gótica.

De acordo com Libera (2007), a noção de sujeito não é moderna e menos ainda uma invenção de Descartes. Ainda segundo Libera (2007), a noção de sujeito é produto de uma série de deslocamentos, transformações e fontes de uma rede de noções (agente, ator, ato, hipóstase, indivíduo, consciência, eu, pessoa, etc.), de princípios teóricos (imputação, atribuição e apropriação) e de diversas escolas (Tomás de Aquino, Duns Scottus).

Segundo Libera (2007), a história da subjetividade não pode ser confundida com a arqueologia do sujeito, mas deve ser entendida numa perspectiva de longa duração que tenha como horizonte a história do ser.

Assim, tentamos compreender como a construção histórica da noção de sujeito moderno vem se manifestar ainda no período medieval e atualmente na nossa compreensão sobre o fenômeno visual do vídeo. Desse modo, podemos retomar como essa experiência da produção do sujeito moderno tem suas bases na Idade Média e como alguns teóricos medievos (Duns Scottus, Abelardo e a Escolástica) vêm introduzir a noção de sujeito a partir dos princípios de moral, da vontade e da ação.

De acordo com Libera (2007), uma tradição medieval vai renovar os conceitos aristotélicos e, a partir disso, vai fundar os princípios metafísicos da modernidade e da noção do sujeito. Assim, investigar a construção do sujeito ainda no período medieval pode nos trazer alguns elementos para compreensão da construção do sujeito moderno e sua experiência social, em nosso caso, a experiência visual e estética baseada no descentramento, na instantaneidade e subjetivação do olhar.

De acordo com Libera (2007), uma das bases para constituição do sujeito moderno esteve na 'revolução scotista'. Duns Scottus, filósofo escocês de tradição escolástica, que, através de sua obra investigou a natureza do ser, debate da origem da modernidade. Duns Scottus inicia uma tradição ontológica no seio da metafísica. Libera (2007) entende que

Scottus tenta resolver aspectos filosóficos abertos pela apropriação da obra aristotélica e da obra de Tomás de Aquino durante o medievo.

De acordo com Libera (2007), Scottus será o primeiro a enfatizar a necessidade de desvinculação da ação divina da ação humana, princípio de compreensão do sujeito moderno. Scottus foi um dos primeiros filósofos que, através do desenvolvimento da noção do princípio de plenitude, afirma que nenhuma possibilidade de ação autêntica pode deixar de ser realizada e do princípio da limitação de toda força divina que enuncia que Deus pode fazer tudo àquilo que não comporte contradição, esses princípios abrem caminho a um pensamento que comporte a ação humana dissociada a ação divina.

Além disso, como destaca Libera (2007), Scottus abre espaço para uma helenização do cristianismo e uma logicização de Aristotéles à lógica cristã, no qual os princípios de não contradição dão instrumentos teóricos para a fundação da Escolástica e concilia os aspectos racionais à ordem religiosa. Entretanto, será Duns Scottus que será o promotor em desvencilhar a Filosofia da Teologia, priorizando uma autonomia da razão sobre a fé. De acordo com Libera (2007), o verdadeiro propósito da mostra de Scottus de que o que é bom para a vontade humana pode ser aplicado à vontade divina.

Segundo Libera (2007) esses princípios fundados por Duns Scottus consagram o espaço de dissociação da ação humana da ação divina, fundando a noção de instante que será próxima à noção de instante de Kierkegaard, como instante de decisão, do dilema, da angústia do homem frente à sua própria ação e à fragmentação do homem ao sugerir a possibilidade de sucessão de estados diferentes em momentos diferentes num mesmo sujeito.

Como enfatiza Libera (2007), no princípio de Scottus, observamos a sincronicidade através da fórmula que uma coisa pode ser outra sem jamais tornar-se outro, isto é, ela é sincrônica e não mais diacrônica. A sincronicidade de possibilidades alternativas sobre o mesmo sujeito. O homem em Scottus torna-se duplo, ele duplica sua subjetividade, ganha um outro que está contido nele mesmo. Essa noção duplicada do eu será uma das bases constitutivas para a noção de sujeito pós-moderno, de descentralização de um eu unificado.

Desse modo, Duns Scottus, influenciado por Pedro Abelardo, filósofo escolástico francês, ao separar a vontade e a ação humana da ação divina, abre espaço para compreender a ação do homem independente da ação divina e reforça o papel da ação humana sobre o real. Além disso, a contribuição de Duns Scottus permitiu a possibilidade da intervenção e de descentralização da subjetividade na compreensão do real. Assim, podemos destacar que essa noção de uma visualidade individualizada, descentralizada e instantânea ainda tem suas bases no período do século XIII e que vão inaugurar uma nova relação do homem com as imagens

simbólicas e técnicas que vamos tentar desenvolver alguns aspectos dessa estética medieval que são importantes para compreender nossa relação contemporânea com o vídeo. Essa noção de Duns Scottus sobre o sujeito será importante para compreender o esforço de seis séculos em definir o homem como o centro da ação social e como modelo de apreensão do real.

Duns Scottus destaca a narrativa de um monstro que existia na França que possuía duas cabeças, sendo que uma cabeça dizia que gostaria uma coisa e a outra dizia que não queria, isto é, *simul et semel*, do latim, simultaneamente em conjunto, o homem medieval representado pelo monstro já não é mais centralizado ou unificado, ele se constitui como um duplo e que ri e chora, que tem conflitos internos que vão florescer no Renascimento e depois no período moderno.

Essa teoria do eu na Idade Média, de acordo com Libera (2007), divide-se em dois horizontes: a subjetividade e o atributivismo. Além disso, Libera (2007) compreende que é na Idade Média que duas noções distintas se encontram e se fundem no período moderno: o eu individual e a pessoa (*persona*) e sob a máscara da identidade. A máscara da identidade serve aos propósitos da burocratização e racionalização da vida que são as bases de ingresso do sujeito na modernidade, entretanto, essa mesma identidade entra em colapso quando a racionalização da vida não oferece os mesmos benefícios de integração, planejamento e economia de recursos pretendidos na fase dura da modernidade. Entra em cena a desconstrução através dos discursos filosóficos como método de resgate dessa identidade moderna. Como o sujeito medieval nasce dos escombros do Império Romano e de uma nova configuração econômica, política e social. O sujeito pós-moderno nasce dessa ruína das instituições modernas para uma nova configuração na qual há uma diversidade arqueológica de discursos que o interpelam.

Sujeito em Castoriadis e Bachelard

Do mesmo modo como a imagem como recurso usado pela imaginação como fonte de desenvolvimento e potência, definimos o sujeito castoriadiano e bachelardiano como fonte inesgotável para produção da imaginação e de imaginário. Consideramos o sujeito, em Castoriadis (1982), como fonte de singularidade no qual seu esquema organizador e organizado é mediado por imagens e que existe para além da simbolização, mas numa ação de presentificação do imaginário, o qual é uma significação encarnada e operante. Neste sentido, Castoriadis (1982) compreende o sujeito como uma constituição de um sistema relacional

articulado que põe em operação o interior e o exterior num gesto de esboço de papéis arquetípicos.

Em Castoriadis (1982), o sujeito é um fluxo no qual se encontra o processo de significação do imaginário que constitui uma articulação entre as forças psíquicas e simbolizantes e as forças do ambiente, da cultura, da sociedade sempre esboçando, isto é, desenhando imagens arquetípicas fundadoras da noção do eu.

Enquanto a noção de sujeito, para Bachelard (1996), resulta da ação entre a imagem simbólica e o seu ambiente, assim, o sujeito seria essa consciência que surgiria entre imagem, em especial, as imagens poéticas e as forças de seu meio. Desse modo, o sujeito em Bachelard (1996), encontra-se nesse maravilhamento que o sujeito constrói a partir de sua relação inovadora com as imagens.

Assim, para Bachelard (1996), a poética é ação intermediadora entre o sujeito e a imagem, a poética se configura como espaço de mediação no qual a noção de sujeito ganha sentido, profundidade e perspectiva. A ação poética é guiada por duas forças, uma de novidade e outra de singularidade, assim, o sujeito se constitui através de necessidade de inovar-se, de conhecer através de imagens seu ambiente e de encontrar algo distintivo, particular no meio dessas imagens que são produzidas, algo que seja próprio de si. Desse modo, o sujeito constitui como força produtora de imaginação, na medida em que se configura como principal resultado dessa ação poética de imagens. A poética como força produtora de uma localização com a história, mas, principalmente, de reintegração com o todo. Esse todo concebido como a própria web, a metáfora da rede com o todo numa perspectiva metafísica foi amplamente pensada através de livros de ficção científica, filmes (Matrix), sempre permitido através de uma abertura às tradições orientais: Budismo, Xintoísmo, etc.

É necessário compreender que, tanto para Wunenburger (1997) quanto para Bachelard (1996), as imagens dão a pensar, animam, são um convite para a reflexão, orientação, a capacidade de permitir pensar além dos aspectos significantes é que chamamos de símbolo. Neste jogo de animação, de vitalidade que o sujeito se constrói e abre espaço para suas necessidades simbólicas, essa ação metafórica e metonímica da imagem que a poética bachelardiana opera. De acordo com Bachelard (1996), a função poética é constitutiva de qualquer ação do sujeito. O símbolo é a fonte que gera economia.

O imaginário é próprio do homem e não a racionalidade, ou seja, a formação e transformação do mundo simbólico pela ação de imagens de origem psíquicas que expandem, ampliam e enriquecem nossa relação com o mundo. A racionalidade é um fenômeno artificial

em relação ao imaginário, e insistir no processo de despersonalização do homem para desenvolver conhecimento é tão prejudicial quanto a própria morte do homem.

De acordo com Wunenburger (1997), a objetivação da imagem e do imaginário se realiza através da exteriorização do traço material, a natureza é plena de traços, sendo o primeiro objeto do homem a imagem.

Devir e identidade: Deleuze e Guattari

Devir podemos conceber como a noção apresentada por Deleuze e Guattari (2004) sobre o conceito de devir como sendo uma metamorfose, um processo que nasce e se consome em si próprio. É, portanto, um impulso a uma produção desejante do sujeito em relação ao mundo que se consome e se destrói através de uma variedade de disjunções, passagens e retornos. O devir é concebido pela multiplicidade, não há uma totalidade que possa ser encontrada. Essa noção ultrapassa a unicidade da ideia de identidade face ao material desejante que se torna parte de si. O devir congrega relações de diferença, do pensar em fragmentos, da multiplicidade pura, mesmo que sem coesão, como resposta a uma ontologia do sujeito uno e centrado e as condições de vida sem haver uma referência que sirva de princípio fundante. A noção de devir em Deleuze (2004) é devedora de noção bergsoniana de duração e da noção de sujeito de Hume. Na noção de Bergson de duração, congrega a heterogeneidade da experiência do presente junto com a continuidade. Na noção empirista de Hume de sujeito, o espírito humano ganha sua subjetividade na medida em que é determinada pelos efeitos numa lógica atomista e associativa. Vemos o princípio atomista como um princípio organizador da noção de sujeito em Hume e, assim, esses átomos são organizados pelo princípio da imaginação que será umas das principais noções de compreensão do devir em Deleuze (2004). O princípio atomista de livre associação que governa a construção do sujeito em Hume será usado em Deleuze (2004) para compreender a esquizofrenia e desconstrói o arcabouço racional cartesiano de princípio de causas primeiras e causas segundas. Na leitura de Deleuze (2001) sobre Hume, os princípios se opõem mutuamente sem jamais se destruir.

Entretanto, a leitura de Deleuze (2001) sobre Hume seja diferente daquela tradicional ao Hume histórico. E, dentro de uma perspectiva empirista-cética, Hume propõe uma teoria do conhecimento no qual as impressões são fundadoras de nossa compreensão do mundo e a imaginação como resultado empírico dessa reunião de diversas experiências sobre um dado objeto. Assim, o conhecimento, mesmo científico, produz-se anteriormente pelas nossas impressões, e a reunião dessas impressões pela imaginação do sujeito através do hábito que podem descrever um dado fenômeno natural. Entretanto, Hume destaca o lugar da

subjetividade nessa construção sobre o real através de uma rede teórica apoiada na lógica atomista-associativa. Do mesmo modo, Deleuze (2001) acredita numa noção que destitua o lugar solidificado do sujeito em detrimento de um que possa levar em conta as variações da experiência humana a partir de uma lógica atomista que privilegie as relações construídas pelos sujeitos.

Neste sentido, aliado ao conceito de poética, nasce o devir, um é indissociável do outro, é impossível pensarmos, por exemplo, que, ao produzir uma série de imagens sobre seu cotidiano e publicar em redes digitais, alguém não esteja ao mesmo tempo produzindo um estado de si, uma superfície de pulsões, um registro daquilo que ele foi e acabou tornando-se outro. Esses fragmentos de imagens (técnicas e simbólicas), em sua totalidade, através de um exercício (mais ou menos racional), produzem devir, resultado das multiplicidades que a identidade pode assumir em uma dada circunstância.

O devir, aqui entendido como uma afirmação de si frente a um universo de possibilidades identitárias que são apresentadas aos sujeitos, isto é, o devir é a unidade circunstancial, efêmera, transitória do eu de se revelar ao outro através de imagens (nosso caso). Portanto, pensamos o devir como um processo maleável e circunstancial dos sujeitos frente a um leque de opções identitárias ofertado, mas que não satisfazem o seu desejo de flexibilidade. Assim, o devir torna-se quase que equivalente ao próprio processo de produção simbólica, não há fronteiras precisas que o distingam do exercício de produção imagética, o que é uma ferramenta útil aos desenvolvedores de redes digitais, na medida em que, não falamos do que podemos ser, mas quem somos enquanto fazemos algo. A identidade é suspensa, colocada de lado em detrimento de um processo, de algo aberto a um universo de escolhas, aquilo que não há precisão, pois estou muito ocupado para refletir sobre isso.

A noção de Deleuze (1999) sobre o devir baseia-se na noção bergsoniana da duração, isto é, da noção da experiência vivida que combina heterogeneidade e continuidade da experiência humana. A duração como elemento primordial para a compreensão da experiência subjetiva do mundo. O devir congrega uma sucessão de experiência puramente interna com o espaço, o que, de acordo com Deleuze (1999), cria cortes que são organizados internamente de modo heterogêneo e contínuo. Assim, acreditamos que a experiência visual do vídeo oferece esse mesmo efeito de duração definido por Bergson (2011) e usado por Deleuze (1999), isto é, de combinação de elementos descontínuos numa experiência totalizante do real.

A duração como noção fundamental do devir desenvolve-se a partir da conservação dos estados do espaço vivido justapondo com os demais estados auxiliares do espaço, criando um efeito aglutinador e homogêneo dessas distintas experiências do espaço. Desse modo,

acreditamos que a duração, ao fornecer essa noção da multiplicidade organizada homogeneamente permite que as imagens técnicas sejam os elementos norteadores dessa combinação entre experiência subjetiva e espaço descontínuo.

Entretanto, ressaltamos que, tanto para Deleuze (1999) como para Bergson (2011), o uno e a multiplicidade não se esgotam na noção de devir e duração, e que a noção de unidade no múltiplo não se resolve no devir, mas que o extrapola. Além disso, Deleuze (1999) analisa que o devir atua sobre o momento presente, não há passado para ele, pois ele não é, ele age, assim, a experiência do devir atua sobre as condições presentes ao criar esse efeito de distanciamento sobre o passado, sempre pondo sobre a ação do presente.

Assim, o devir torna-se um elemento primordial para a compreensão dessa visualidade proposta por vídeos em redes digitais, pois congrega uma infinidade de elementos descontínuos da realidade (temas propostos), sendo organizado de modo totalizante e homogêneo. Assim, identificamos que a experiência visual de vídeos, ao aliar a subjetividade da experiência interna com a descontinuidade dos estados do espaço, fornece as bases para o desenvolvimento de redes digitais no qual o vídeo torna-se o principal vetor de comunicação humana.

A imagem técnica do vídeo, ao permitir que possamos descrever o universo simbólico através de uma perspectiva baseada no olhar do eu (intimista/subjetiva), de uma presentificação latente (eu vejo), de uma fragmentação da imagem (não precisam estar relacionadas), o olhar é o próprio corpo (mediadora) e, por fim, é flexível o suficiente para abrigar (cinema, fotografia e imagem virtual), constrói os fundamentos de um devir instável, maleável, instantâneo e mediador da própria realidade. O devir nasce dessa superficialidade dos estados do espaço captada pela técnica oferecida pelo vídeo, ao mesmo tempo em que necessita de um substrato que possa alimentar essas imagens, que é o imaginário. O imaginário aqui funciona como a lógica de organização mental das redes e da própria publicação de novos vídeos, na medida em que é através de categorias orgânicas (uma fenomenologia transcendental) que são indexados os vídeos (as imagens obsessivas representam mais do que um tema ou uma palavra-chave) e, quando se encontra um novo vídeo que era desconhecido (poética da navegação), nos apropriamos dele como se não houvesse sujeitos que tivessem visto ou produzido (como um estoque de imagens do próprio cérebro estivesse escondido e revelado por uma coincidência).

A presentificação pode ser identificada como uma noção de Jameson (2006), ou seja, como uma experiência que surge com a ruptura da temporalidade. De acordo com Jameson (2006), essa ruptura temporal acaba por permitir que o sujeito perceba o presente com uma

vivacidade indescritível que dramatiza de uma forma esmagadora restando apenas a materialidade do significante. Assim, nas palavras jamesonianas, essa misteriosa carga de afeto pode ser sentida na sua forma positiva como uma euforia de intensidade alucinógena e intoxicante.

Entretanto, como bem descreve Deleuze (2004), podemos precisar os termos para uma compreensão mais detalhada do devir. Ele descreve as possibilidades de compreensão de um devir-concreto e de um devir-imanente. Podemos entender o devir-concreto como as condições desenvolvidas para as transformações de um devir-imanente em uma substância que assume o lugar da produção. Portanto, a imagem técnica é premissa para a constituição do próprio devir-concreto, é onde se efetuam as mais diversas imagens do devir-imanente, é o espaço onde a superficialidade encontra a profundidade do projeto do devir.

Assim, a imagem técnica do vídeo, ao consagrar uma fórmula individual, presentificada, corporificada e flexível, dá alicerces a um projeto de devir-concreto que concebe às potencialidades, emoções e pensamentos do sujeito, sendo uniformizado por imagens em sua materialidade. Mas o que faz a rede? A rede não só agrega essa galáxia de devir-concreto, imaginários, imagens técnicas, como também propõe os modos pelos quais podemos nos constituir, ela é a grande promotora da poética, é da sua competência guiar os usuários em rede para uma produção global e, ao mesmo tempo, individual, ela normatiza os parâmetros pelos quais os usuários vão interpelar os demais usuários com o objetivo da produção de imagens técnicas. A rede propõe uma poética de banco de dados (onde tudo está acessível a todos a qualquer momento e a narrativa não serve à produção simbólica), uma poética de navegação (onde não há compromisso, a produção é solitária e intuitiva, e envolta numa estética do acaso, do encontrei por engano). Esse acaso é mediado por filtros de personalização que agencia certos vídeos em detrimento de outros a partir do seu histórico de visualização.

A rede concebe a imagem técnica vídeo como uma grande máquina motriz de devires-concretos, mas que não oferece os modos, o fazer, o exercício lúdico da produção, é aqui que a rede assume lugar como espaço simbólico onde a matéria-prima (vídeo) encontra o lugar de produção (indústria) para ser consumida globalmente em espaços de sociabilidade técnica. As redes sociais, assim, funcionam como espaço de consumo, interação e trocas dos produtos simbólicos ali feitos. É exatamente onde o produtor encontra o consumidor, mas onde essas lógicas de produção imaterial não são facilmente percebidas, mas que são envolvidas por uma lógica de entretenimento e de lazer. A lógica dos *likes* (*Facebook* e *YouTube*), dos *retweets* (do *Twitter*), são lógicas de feedback da produção e, quanto mais *likes* ou *retweets*, mais bem

posicionado está seu objeto simbólico que, na verdade, é o próprio devir-concreto. Por isso, acreditamos que a lógica de rede (web), de redes sociais digitais são modelos efetivos dessa identidade fluída e que se baseiam na relação entre os diversos interagentes.

Devir-concreto é concebido como a ideia, a representação, o código que ganha corpo, se materializa ao se desenvolver como uma abstração que se efetiva em um dado concreto. Neste sentido, podemos pensar nessa categoria como um dos mecanismos pelos quais a identidade em redes sociais é apresentada, uma ideia, uma formação imaginária, uma representação que se institui na imagem técnica, ao produzir as condições pelas quais o outro vai ter acesso à imagem simbólica. Enquanto devir-imanente refere-se à conjunção entre os estados mentais e técnicos, onde esses fluxos correm em direção do sentido do ser, ontológico, confirmam as possibilidades das naturezas simbólica e material, gerando um axioma de natureza desconhecida, ou seja, onde as possibilidades do significante (em termos semióticos) se conjugam às múltiplas possibilidades do significado, o que gera o sentido, o lugar onde o sujeito constrói suas possibilidades de existência.

A seguir, organizamos duas figuras (Figura 7 e Figura 8) com o propósito de esboçar um panorama da produção visual de vídeos em redes digitais, em nosso caso, o *YouTube*. A primeira imagem apresenta a dinâmica teórica/conceitual do processo da produção e do consumo de vídeos no *YouTube*. E a segunda imagem apresenta os mecanismos das práticas de produção e de consumo de vídeos no *YouTube*, isto é, quais são as ferramentas que a rede social digital utiliza para o agenciamento do usuário à lógica da rede¹.

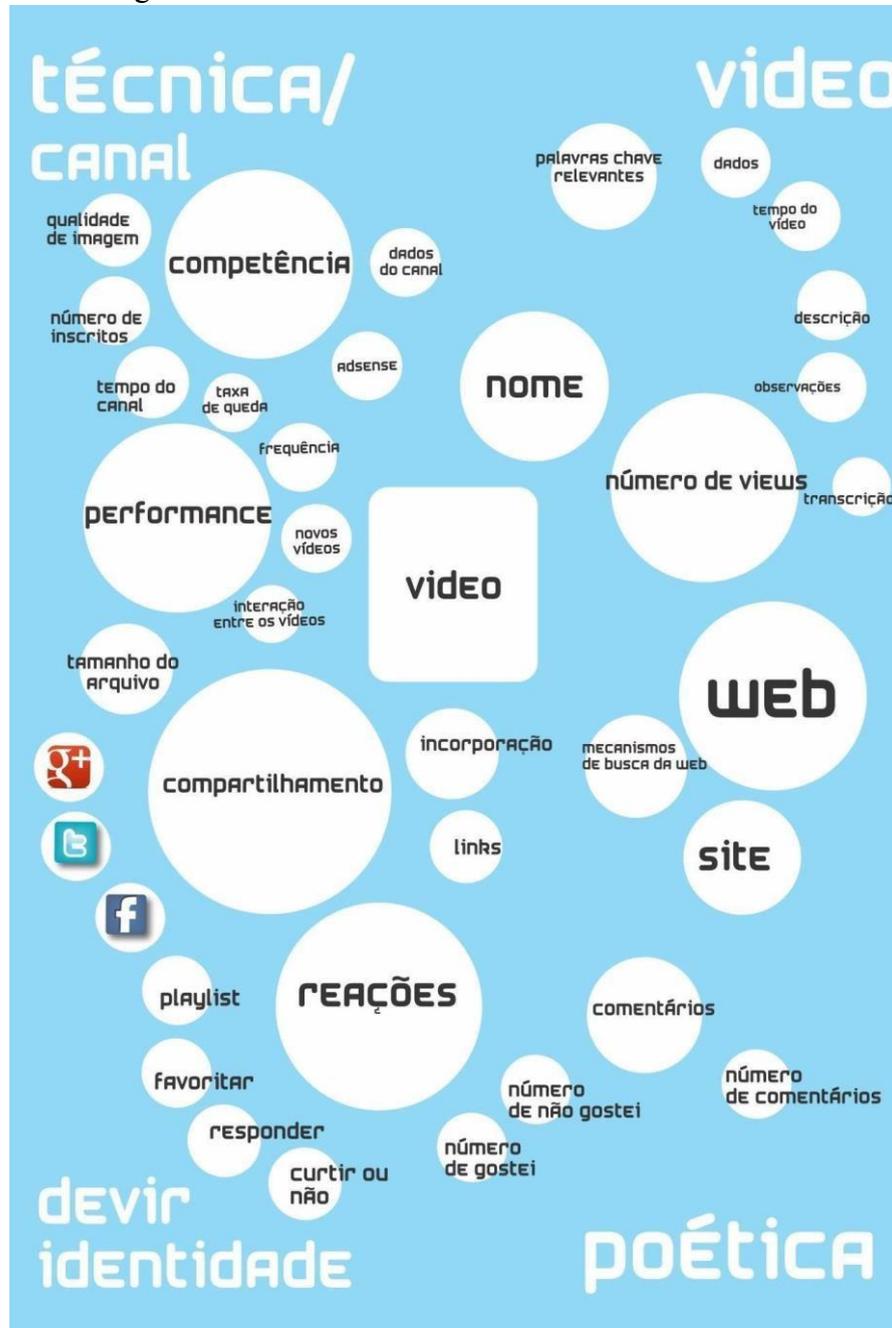
¹As Figuras 7 e 8 são elementos resultantes do processo de investigação ao longo do doutorado e que estão sintetizadas em esquemas. Elas buscam registrar o percurso de observação de elementos empíricos presentes nos vídeos do *YouTube*. Paralelamente a isso, houve um profundo envolvimento com o desenvolvimento da 'Plataforma Room', a qual compreende e posta em circulação de um aplicativo de geolocalização de livrarias, bibliotecas, museus e outros equipamentos culturais próximos ao usuário. Compreende também a inter-relação entre pesquisadores e professores e a troca de mensagens, estruturando uma comunidade de comunicação de pesquisadores. Avalia-se em que medida essa experiência em seus inícios poderá ser invocada como objeto empírico para o desenvolvimento da tese.

Figura 7 – Elementos teóricos do vídeo em redes digitais



Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa.

Figura 8 – Elementos da interface do vídeo no YouTube



Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa.

Priorizamos uma leitura integrada do fenômeno visual em redes digitais (poética, devir/identidade, vídeo e técnica), num sentido horário, sendo os elementos das duas figuras distribuídos conforme o equivalente da outra figura. As duas figuras tentam ser equivalentes, ou seja, quando falamos sobre os aportes teóricos dos conceitos que mediam o vídeo presente numa tabela (presentificação, visão do eu, corpo como mediador, fragmentação da imagem, sobreposição de imagens do cinema, fotografia e imagem virtual); na outra figura, estão

presentes os elementos básicos de identificação do vídeo (palavras-chave, nome do usuário que postou o vídeo, tempo de vídeo, descrição, observações).

Essas figuras são pensadas como mandalas, como define Mircea Eliade (2002, p. 49-50), “a mandala, ao mesmo tempo um microcosmo e um panteão [...] experiência pessoal [...] concentra: ela preserva da dispersão, da distração”. A metáfora da mandala serve para pensarmos numa estrutura labiríntica que é internalizada pelo sujeito dentro de uma experiência que se torna ritualística. Eliade (2002) destaca que na medida em que as figuras das mandalas desaparecem, os *yoges* internalizam essa estrutura em formas mentais, do mesmo modo que, aparentemente, uma estrutura midiática tradicional tende a desaparecer ela acaba sendo internalizada pelos sujeitos.

Dividimos em quatro eixos em que há uma circularidade em sentido horário do fenômeno da produção visual contemporânea de vídeos em redes sociais digitais. O primeiro eixo refere-se à produção da imagem-vídeo e suas diversas manifestações tanto teórica (na Figura 7) quanto das práticas na rede (na Figura 8). O segundo eixo constitui-se na poética, isto é, no modo como o *YouTube* propõe um agenciamento de sua rede com os usuários tanto na esfera da produção quanto de consumo. A poética considerada como estratégia de alargamento do eu através das imagens (técnicas e simbólicas), ou seja, a poética como processo se efetua por meio de um exercício, de um fazer, uma prática que, em nosso caso, é da expansão e consciência maravilhante do eu pelas imagens consumidas ou produzidas.

Tomamos o círculo devido à potência do simbolismo do centro como Eliade (2002) revela que o dinamismo do centro está na ideia de ser a região sagrada onde são suspensas as vicissitudes do plano material. Há, no sujeito, a pulsão pela busca do seu centro pessoal. Além da força centrípeta que os meios digitais exercem sobre os demais meios tradicionais.

O terceiro eixo de análise das figuras mostra a dinâmica do devir e da identidade; assumimos que há uma distinção entre esses dois aportes, principalmente quando observamos que a identidade como projeto/resultado de uma lógica pré-formatada pela rede digital, isto é, a identidade como produto de mecanismos algorítmicos pensados para o melhor aproveitamento comercial dos dados gerados pelo usuário nos níveis da produção quanto no de consumo. O devir se constituiria na dinâmica de autonomia do usuário perante os mecanismos planejados pela rede, torna-se resultado da própria ação do sujeito, são os traços de autonomia, liberdade de expressão que repercutem sobre sua consciência de si mesmo. Enquanto a poética se refere ao fazer, a uma prática, a um exercício; o devir/identidade são os resultados dessa poética, são os produtos que serão recolhidos (pela rede, pelo usuário, pelos

outros atores sociais envolvidos na rede) e que, de algum modo, vão constituir a base da técnica/canal.

A técnica/canal, nosso último eixo, concentra-se na capacidade da cultura (espaço entre a poética, objeto e o devir/identidade), exerceria sua força sobre a natureza (aqui compreendida como o espaço simbólico). A técnica compreendida em nossa análise é a sobreposição de resultados entre as lógicas anteriores de imagem-vídeo, poética (navegação, banco de dados e inteligência coletiva) e devir/identidade. A tecnologia seria a institucionalização desses processos anteriores que, ao longo do processo antropológico, vão se sedimentando no percurso histórico e ganham formatos bem definidos. Um exemplo disso é que posicionamos a indústria criativa Hartley (2005) e o holograma como processos que se seguem ao trajeto da produção imagética em redes sociais digitais, mas que, por tautologia, alimentarão o processo num contínuo. A domesticação, a institucionalização, o investimento sobre a natureza (simbólica) que se desenvolve aleatoriamente, a técnica aqui compreendida é a dimensão pela qual a imagem se torna objeto de comércio da indústria criativa, nas palavras de Benjamin (1987), onde a imagem é reificada e reduzida ao seu potencial do valor de troca.

Esses eixos se congregam numa lógica sem que haja início ou fim, isto é, onde quer que ela inicie, continua seu ciclo nos demais eixos.

O que destacamos que a imagem pode ser a metáfora de uma ontologia da rede, ou seja, compreender o fenômeno da imagem em redes digitais é atravessar a própria condição da rede (web) em sua relação com os sujeitos. Além disso, avaliamos que dividir em estágios ou eixos da imagem na rede revela a dinâmica pela qual os sujeitos se constituem, produzem para a indústria criativa, criam mecanismos de objetivação de sua subjetividade.

Assim como a mandala serve como metáfora da internalização psíquica de padrões externos, o vídeo em rede tende a reintegrar a identidade do sujeito ao todo de sua experiência de produção e consumo de vídeo sob a ótica de compensação da aceleração temporal.

Portanto, para as duas figuras apresentadas, pensamos a imagem (particularmente o vídeo) como eixo central da espiral que se desenvolvem os fenômenos culturais na web, é a força que amplia a capacidade de mediação simbólica das redes sociais digitais, em sua singularidade, o vídeo se constitui como o próprio movimento de produção e consumo em redes digitais ao permitir que o mesmo usuário seja o produtor e consumidor sem que nenhum dos polos seja destacado ou priorizado.

A Figura 8 foi produzida para compreender as relações entre o vídeo, a poética, devir/identidade e técnica em sua dinâmica no *YouTube*. Podemos, nessa segunda figura, pensar nos elementos apresentados pela rede social *YouTube* em sua dinâmica pelos quatro

eixos. No primeiro eixo do vídeo (concebido como imagem técnica), estão presentes: as palavras-chave que funcionam como elementos estruturantes de como a imagem vídeo será consumida pelo público, ao mesmo tempo em que guiará os usuários (poética de navegação) para descobrir esse vídeo em meio a uma quantidade cada vez maior de vídeos; o tempo do vídeo foi, ao longo de um período do *YouTube*, um dos mecanismos para a produção em escala global de vídeos de curta duração, já que limitava em quinze minutos o tempo de cada vídeo postado. Nesse eixo, o número de *views* (visualizações) é um dos parâmetros mais importantes do vídeo em si no *YouTube*, ou seja, ele que fornece o capital social (BOURDIEU, 1974) que o vídeo conquistou pelos demais itens (nome, palavras-chave, tempo de vídeo, descrição, observações e transcrição). Esses elementos reunidos são considerados pelos mecanismos de busca, representando, assim, um modo de o vídeo escapar a dinâmica interna do *YouTube* e circulando pelos demais sites da web.

Quando os vídeos do *YouTube* podem ser visualizados em outras redes ou sites, isto é, podem ser incorporados aos sites, é o caminho pelo qual o vídeo permite que a lógica da visualidade que propomos anteriormente seja experimentada por um público mais ainda mais diverso, percorre uma trajetória que cópias de um mesmo vídeo sejam geradas em outros sites, o que amplia os aspectos da poética. Um exemplo disso é quando um vídeo de um clip musical famoso é incorporado em outro site, de modo que ele possa ser visualizado no site sem a necessidade de ir ao *YouTube*, o usuário reproduz/replica o vídeo recriando em uma ambiência distinta daquela do site de vídeos. É um aspecto da poética da navegação que amplia os aspectos da experiência da visualidade (fragmentária, baseada no olhar individual, mistura gêneros, presentificada).

No eixo do devir e da identidade se encontram os aspectos das reações dos usuários em relação aos vídeos que foram vistos, ou seja, os aspectos de construção de si se mesclam ao objeto visto como Belting (2007) descreveu como o conceito primitivo de imagem que congregava o sujeito, a imagem mental e técnica. Nessa área, destacamos como podemos considerar os aspectos do devir nas reações de gostar, responder, favoritar e comentar, já que podem ser pensados como devir-imanente, isto é, refere-se à conjunção dos estados mentais e técnicos, onde esses fluxos se encontram gerando sentido, é uma proposta direta às condições de apropriação técnica da imagem. Enquanto, em relação ao compartilhamento, encontramos aspectos da identidade, como uma resposta ao uso do vídeo como estrutura das nossas preferências em nossas páginas pessoais em redes sociais, uma constituição identitária a partir daquilo que compartilhamos com nossos amigos ou seguidores das páginas pessoais, os

vídeos como sendo parte integrante de nosso eu, colaborando para a ideia primitiva de imagem.

Além disso, podemos pensar os links como fios em tecedura, conforme Durand (2002), os fios são símbolos do devir, do tornar-se, em diversas culturas, o fio (*link*) é atribuído à função de tecer o destino, há uma força no simbolismo de tecer o fio da vida.

Ao mesmo tempo em que essa estrutura de produzir nossa identidade através de uma hierarquia pensada, planejada e estruturada pela lógica dos sistemas informáticos binários, o que resulta dizer que verificamos na estrutura apresentada no *YouTube* para visualização do vídeo a garantia que seja visto individualmente, mas que possa, a qualquer momento, voltar ao conjunto de vídeos relacionados. A identidade do usuário é pensada como estrutura da própria rede, ou seja, os elementos nome do usuário, tela de visualização proporcional ao eixo do olhar de um indivíduo (sendo que, para ser visto em tela inteira, é necessário clicar sob um ícone no canto inferior direito do próprio vídeo). Enquanto o devir pode ser encontrado nas diversas formas que estão na identidade, mas que tem sua vida na fuga, no desvão que o vídeo pode oferecer ao usuário, isto é, ao conteúdo do vídeo (que muitas vezes pode ferir ao código da rede *YouTube*), aos comentários que muitas vezes se tornam mais interessantes ao debate que o próprio conteúdo do vídeo (exemplos: *ciberbullying*, a lógica dos *haters*), o curtir ou não o vídeo permeada por uma lógica dos fãs que escapam ao enquadramento proposto pelo *YouTube* (nota-se quando o *YouTube* desenvolve canais especiais de shows, de artistas e de músicos para conseguir canalizar a ação dos fãs).

Neste sentido, percebemos que as redes sociais são o resultado daquilo que escapa à lógica da identidade programada pelos primeiros sistemas informáticos, isto é, as redes sociais, como se configura atualmente o *YouTube*, é a abstração de um sofisticado resultado das lógicas individualizantes do mundo da vida, do banal, do trivial, do doméstico, do afetivo reembalados por uma poética da navegação (estar livre para passear e encontrar algo), de banco de dados (os objetos podem ser armazenados sem distinção ou hierarquia, sem lógica narrativa), no sentido de que a rede (web) possa ser vivenciada como uma experiência de lazer onde se apagam as fronteiras do que pode ser considerado digital ou não. O canal ou a técnica como resultado de uma longa trajetória na qual a imagem técnica vídeo tornou-se a base de função imaginária para o desenvolvimento de redes sociais. As fotografias, com o *Flickr*, já demonstravam esse processo de encaminhamento de uma rede pessoal como foram os primeiros resultados da web para uma que é vivida como vórtice da ação social contemporânea.

Destacamos que na Figura 7 encontram-se alguns aspectos teóricos levantados sobre o vídeo mediados pelos quatro eixos propostos (imagem/vídeo, poética, devir/identidade e canal/técnica) num sentido horário, isto é, a imagem e sua força psíquica como sendo uma promotora de uma lógica de produção, devires e canais/técnica que estão entremeados na lógica das redes sociais.

Verificamos, na segunda figura, quais são os elementos que estão presentes na apropriação, consumo e experiência que se constitui o vídeo no *YouTube*. Nelas, podemos verificar semelhanças entre essa experiência audiovisual que é o objetivo da rede como sendo similares às demais experiências de uso, consumo e apropriação de redes sociais, ou seja, é pela ação da imagem técnica baseada numa imagem simbólica arquetípica que se movimenta uma série de vetores que são fundamentais ao desenvolvimento de tecnologias de informação e comunicação. Sendo o vídeo uma experiência que se liga ao próprio objetivo das redes sociais, ou seja, o desenvolvimento de uma rede com a publicização de relações, interesses e afetos num ambiente de hiperconexão, onde a experiência individual está a todo tempo sendo reportada à rede, no sentido de Latour (2008), de fluxos, circulações, alianças, movimentos, que não se posicionam com fixidez num ponto, mas sendo fluído, inconstante e escorregadio.

Assim, desenvolvemos essas figuras como guias para compreender como o *YouTube*, enquanto plataforma, conseguiu abrigar os fenômenos visuais da contemporaneidade ao mesmo tempo em que apresenta aspectos dessa nova visualidade para as demais mídias. Não destacamos as rupturas, mas como o próprio pensamento durandiano sobre imaginário de como essas imagens são devedoras de imagens arquetípicas que estão presentes nos demais meios, mas que, embalados por novas práticas de produção e consumo de imagens técnicas, desenvolve novos rios de compreensão dentro de uma bacia semântica maior.

Combina elementos de produção individual de imagens (um modelo artesanal) junto a um sistema de produção em escala industrial de gêneros e formatos visuais. Uma lógica que atravessa toda a plataforma é de oferecer um sistema global de difusão e consumo de imagens com um nível de produção artesanal sem que eles se choquem, mas integrem uma modalidade diferente dos demais sistemas de produção imagética.

Acreditamos que persiste a indagação acerca da ambivalência ontológica do *YouTube* ao ser um sistema integrador da produção e do consumo de imagens, que abriga tanto o mundo da vida quanto o mundo sistêmico em medidas que possam preservar e garantir que os aspectos imaginários tornem sua força motriz.

Devir, identidade e redes

Devir e identidade são articulados dentro de uma noção de identidade pós-moderna numa perspectiva da noção de Jameson (2006), isto é, de que há uma nova articulação entre hábitos sociais e mentais orientados sobre uma perspectiva de um capitalismo em transformação. Particularmente, de um entrecruzamento entre o cultural e o econômico num desenvolvimento fragmentário

Não se trata de uma periodização de uma determinada noção de sociedade ou identidade, mas de identificar elementos que estão presentes na sociedade capitalista desde meados dos anos 1950 e 1960. O estudo sobre cultura pós-moderna define-se na necessidade de compreender uma dominante cultural e suas características a partir de uma integração entre os campos da cultura e da economia. Segundo Jameson (2006), a identidade do sujeito pós-moderno estaria baseada em algumas premissas, tais como: uma nova temporalidade privada cuja estrutura esquizofrênica vai dominar nossa relação com a cultura, um novo matiz emocional básico (intensidades), uma profunda relação com as novas tecnologias.

Em relação à nova temporalidade, já havíamos destacado a relação presentificada que o vídeo promove através da ideia do ‘eu vejo’, mas acreditamos que essa relação presentificada nasce, como bem observa Jameson (2006), de uma relação utópica de esvaziamento de sentido histórico, um ato de compensação que poderia ser traduzido por nossos *posts* incessantes em redes sociais ou nossa vigilância em poder abarcar o presente com um vasto repertório audiovisual sendo o vídeo, o modelo mais eficaz. Quanto ao segundo aspecto da identidade pós-moderna apontada por Jameson (2006), o novo matiz emocional chamado de intensidades. A intensidade sugere o deslocamento do nível dos sentimentos ego burguês em direção para uma espécie de uma cultura destituída de sentimentos ou baseados num tipo peculiar de euforia. Quanto a esse aspecto, identificamos uma padronização de sentimentos por redes sociais digitais traduzidos em *emoticons* (forma de comunicação paralinguística baseada em pictogramas), como o *like*, ou curtir, sintetizado com o símbolo de polegar para cima e outros pictogramas.

Figura 9 – Emoticons



Fonte: Facebook (2016).

Apoiados na ideia de que identidade é tudo aquilo que escapa ao devir, concebemos a identidade dos sujeitos em rede, em parte, como resultado de um forte planejamento estratégico de algoritmos, a face invisível que interpreta e registra todas as informações dos usuários, ao mesmo tempo em que gera informações sobre quem é esse usuário. A interpretação dos dados recolhidos em redes sociais digitais torna-se, assim, parte da ideia de identidade. No entanto, o que desejamos enfatizar é que o conceito de identidade, na contemporaneidade, está atravessado por mecanismos algorítmicos que são projetados para que programas de investigação de dados (PRISM) e projetos de marketing de multinacionais tirem proveito.

O que estamos descrevendo é a ideia de Eli Parisser (2012) de que os mecanismos de personalização que as grandes empresas da web desenvolveram através de algoritmos acabaram por criar uma massificação de dados que, disponível a grandes empresas, acabou por resultar em identidades dos usuários como uma ferramenta dos projetos de marketing e de investigação de órgãos públicos.

Como descreve Parisser (2012), a mídia tradicional exerce uma comunicação com desconhecidos e as mídias digitais transformam esses desconhecidos em desconhecidos conhecidos; isto é, através de múltiplos filtros, o anonimato na rede é mantido; em contrapartida, há um recolhimento de dados que transforma esses desconhecidos em dados estatísticos com um espectro de informações que está acessível a um conjunto bem definido de atores sociais (multinacionais, instituições públicas). A personalização persistente é a principal estratégia no processo de constituição de identidades na rede, ou seja, há um investimento crescente de redes digitais sociais, como *Facebook*, em determinar “quais são os elementos que representam adequadamente uma pessoa” (PARISSER, 2012, p. 101).

Entretanto, como esses filtros de personalização acabam por se constituir em identidades em redes digitais? Parisser (2012) avalia que esses mecanismos trabalham em três níveis. O primeiro é o recolhimento de dados pessoais e de gosto para entender esse usuário. O segundo são os serviços que são oferecidos a partir desses dados recolhidos. E a última etapa consiste em mecanismos de ajuste entre aquilo que foi descrito como gostos pessoais e os serviços oferecidos. Há uma customização da mídia a partir de quem somos na rede, mas a rede também propõe um conjunto de ideias, imagens e serviços.

Poética, devir e *YouTube*

Entre os principais dispositivos planejados para uma poética da navegação estão instrumentos cada vez mais sofisticados de mecanismos de busca, isto é, buscadores que, através de banco de dados das informações já acessadas ou *links* já visitados, têm um perfil (identidade) daquilo que o usuário estaria buscando. Assim, acreditamos que há um planejamento com vistas a inter-relacionar as poéticas de banco de dados com as da navegação, já que são os dois principais vetores pelos quais o usuário é agenciado na rede.

No *YouTube*, em especial, a poética de navegação se constitui como a própria experiência de consumo do vídeo:

- a) visualizaremos o vídeo em relação à sua capacidade de se apresentar na rede;
- b) sua relação com os demais vídeos, sua descrição, suas informações básicas (tempo, gênero, nome, autor), seus comentários, suas ferramentas de compartilhamento e quantidade de *likes* e *views*.

Podemos perceber o ponto de encontro entre essas duas poéticas de banco de dados (informações do vídeo, informações coletadas da navegação na rede, histórico) e da poética de navegação (da experiência do consumo, dos buscadores, das palavras-chave e das sugestões apresentadas a partir do consumo).

A poética de navegação constitui-se na própria experiência do usuário em rede, da estrutura de rede rizomática, arbórea, etc.; dos buscadores; da interface amigável; dos nós e *links*, do hipertexto que se apresenta ao usuário como um modelo distinto daquele que é da estrutura narrativa com início, meio e fim. Há uma colisão entre os elementos, eles perdem relativamente uma hierarquia para, em seu lugar, assumir a experiência do usuário como modo principal de guia dentro da web.

A poética de banco de dados se divide em dois níveis: o primeiro, dos dados puros inseridos na web (fotos, vídeos, texto, etc.), que nos é apresentada não através de códigos

binários, mas através de interfaces intuitivas; e, no segundo nível, ao recolhimento de dados da experiência na web para a posterior adequação em relação ao que se constitui em identidade desse usuário, ou seja, recolhemos informações de sua experiência de consumo na rede para depois melhor ajustar os mecanismos de busca e de dados apresentados, tendo como parâmetro o que ele já viu, leu, por quanto tempo, com que frequência e as rotas para se chegar até a página, no nosso caso, o *YouTube*.

O *YouTube* discute o embaralhamento entre essas noções de consumo (da poética da navegação), como da produção (poética de banco de dados), isto é, a poética de navegação configura-se no processo de consumo de bens simbólicos em rede digital apresentado pelos mecanismos de busca, estrutura da rede, *links*, hipertexto, interface, a poética de banco de dados constitui-se, assim, como o que fazer com esse consumo de modo a produzir ideias de quem seja esse usuário e apresentar dados mais próximos daquilo que foi seu consumo midiático digital. Desse modo, a poética de banco de dados é um fazer que se refere à própria rede digital, é o vetor que dinamiza os processos de construção de identidades padronizadas em conformidade à lógica do mercado, ao mesmo tempo, serve como meio de promover ainda mais a produção de bens simbólicos na rede digital.

O que descrevemos ao longo desse capítulo que as redes digitais acabam por fundir duas esferas, a da produção simbólica (poética de navegação, de banco de dados, inteligência coletiva) ao da construção de si (devir e identidade), baseada numa experiência do usuário fomentada num discurso fragmentário, presentificado, de lazer, da microprodutividade, de fusão do eixo do olhar subjetivo, de esfacelamento de gêneros visuais envolto numa escala global de produção visual que as redes sociais garantem.

Compreendemos, ao longo desses capítulos, que imagem, a poética e a técnica são indissociáveis para a compreensão dos fenômenos culturais, em especial os de comunicação, ainda mais realizados em redes digitais. Que a força da nossa pesquisa está em compreender as diversas ligações que estão presentes nesses processos e como, por conseguinte, atravessa a própria constituição dos sujeitos contemporâneos. Um exemplo disso é como o eixo do olhar no vídeo que se tornou referência para a constituição de dispositivos técnicos, como o *Google Glass*, cuja ideia principal é de que meu eixo de olhar torna-se referência para a experiência imediata do outro que observa a imagem. Ao mesmo tempo em que a experiência do vídeo em simular uma série de gêneros visuais permitiu a um vasto público se tornar produtor de imagens técnicas sem que haja restrições para seu consumo e apropriação.

Acima de tudo, o próprio *YouTube* e outras redes sociais usam a coleção de vídeos dos mais variados gêneros, épocas e objetivos como sendo metáfora de um museu de imagens

obsessivas que ligam a experiência humana ao seu desenvolvimento antropológico. Um museu, como define Belting (2006), que extrapola a documentalidade e acervo, mas que propõe que não há mais distinção entre o que é e o que não é arte, um museu que se relaciona com seu público pelo afeto; um museu que, antes de tudo, é mapa e não memória, isto é, que instiga os observadores a produzir suas próprias imagens e não reifica as imagens tradicionais.

Compreendemos que o devir, na perspectiva de Deleuze (2004) é devedora da noção bergsoniana sobre a noção de sujeito, desse modo, Bergson (2011) analisa a criação contínua, o imprevisível, a novidade como bases constitutivas do universo humano. O desafio de Bergson (2011) é como representar essa experiência vivida a cada instante que é a experiência do novo, pois, de acordo com Bergson (2011), essa representação torna-se pobre e esquemática em relação ao evento que se produz. Bergson (2011) utiliza a metáfora da reunião marcada, mesmo que possamos imaginar as pessoas, o que elas falarão e onde elas vão se dispor na sala; o conjunto do evento produz a impressão do novo único, inesperado e original. E essa mesma experiência de novidade que temos ao analisar a vida interior, isto é, através do desenrolar dos momentos de deliberação interior nos oferece uma consciência de sucessivas novidades do mundo.

Segundo Bergson (2011), o mundo físico regido por leis matemáticas duras não existe sem a experiência dos seres vivos, ou seja, todo o funcionamento do universo não passaria de uma mera abstração da consciência imaginante do homem.

A realidade concreta, segundo Bergson (2011), compreende os seres vivos conscientes, que estão enquadrados na matéria inorgânica. E tentar suprimir a consciência e a existência como elementos de fundação sobre o real é um esforço artificial de abstração, pois, mesmo a matéria implica a presença necessária da consciência e de vida.

Além disso, Bergson (2011) usa o termo inteligência para designar o ato de estar consciente, visto que ele não concorda com o termo pensamento (efeito de abstração) e/ou espírito (forma metafísica de reconhecer a consciência dos seres). A inteligência torna-se o sentimento que possuímos ao sermos os criadores de nossos atos, de nossas decisões e de nosso caráter. E a inteligência encontra-se ao lado da percepção imediata, que é o ato de reconhecer os atos como eles se exercem.

Portanto, a repetição é o ato primeiro para percepção, isto é, através de nossa faculdade de reconhecer regularidade e estabilidade nos eventos que podemos dar sentido ao fluxo do real.

Assim, a realidade é crescente, global e indivisível, uma invenção gradual, como um balão que se enche cada vez mais assumindo uma forma inesperada.

A inteligência é a capacidade de dar corpo e coerência a essa realidade crescente através da fórmula da duração, isto é, espaços temporais que portariam um conjunto de elementos estáveis. A imaginação torna-se a capacidade de preencher o terreno vazio que é o conjunto de partes superpostas da realidade. O tempo coordena e dá sentido ao excesso, que é o fenômeno da realidade.

Portanto, inteligência, duração temporal e imaginação são os métodos que os seres conscientes desenvolvem para desafiar a incoerência do pleno que é a realidade global, crescente e disforme. Neste sentido, a totalidade das presenças, simplesmente dispostas numa nova ordem, quando desejamos totalizar a experiência vivida.

Assim, nos perguntamos onde nasce a ordem neste caos ou nesta ideia de desordem, assim, o caos é a ordem que não encontramos em nossas experiências.

Dessa forma, de acordo com Bergson (2011), o sujeito é a solidificação das imagens virtuais das experiências vividas, do olhar-se no espelho, de se desenhar, da solidez da experiência do toque. Portanto, o criador se impõe a tarefa de trabalhar em três dimensões, isto é, assume um papel de dar coerência temporal ao real, de se constituir e de executar a própria obra.

Entretanto, observamos que a experiência de produção e consumo de vídeos em rede como fenômeno de repetição de intensidades afetivas e menos como ferramenta de liberação de sua criatividade. Um exemplo correlato desse aprisionamento de intensidades de imagens obsessivas é o GIF, que consiste numa imagem-movimento autoenclausurada de uma sensação repetida.

Neste sentido, a imagem virtual, ou simbólica, desenvolve o papel de elemento de execução nessas três tarefas, ou seja, um meio pelo qual o sujeito promove a noção de duração temporal, obtém uma noção de si e executa uma obra que reenvia um outro olhar sobre si e o real.

Assim, a noção de sujeito em Bergson (2011) assume uma perspectiva de indeterminação, das escolhas e de possibilidades múltiplas, Bergson (2011) admite a premissa da criação e sua contínua, imprevisível novidade. De tal modo, de acordo com Bergson (2011), o temporal seria uma fórmula confusa do real, perturbando e introduzindo uma sucessão de estados concebidos pela nossa natureza. O tempo organizado pela noção de duração fornece coerência à nossa experiência e permite o estabelecimento de uma ordem de criação, conseqüentemente, de produção de si.

5 ECONOMIA DA IMAGINAÇÃO

Neste capítulo, desenvolveremos a ideia de que a imaginação, para além de ser constitutiva da ação poética (Bachelard) e do devir (Deleuze), partimos do princípio de que seja processo no qual o capitalismo financeiro se orienta, particularmente, quando pensamos na inteligência coletiva como espelho de uma reorientação da inteligência humana direcionada para produção de bens simbólicos em escala industrial, mas que antes a imaginação, a poética e o devir eram suprimidos pelo processo de bens (capitalismo industrial como modelo do econômico da Modernidade), há uma exaltação ou uma pretensa reconciliação com os aspectos imaginativos, poéticos e do devir na produção de bens simbólicos baseado num capitalismo cognitivo. Essa reconciliação se dá através de um ambiente no qual as forças produtivas estão alocadas numa microprodutividade baseada na interconexão global dos sujeitos em rede. De uma cultura de hiperaceleração da noção temporal e uma revitalização dos espaços como fonte inesgotável de identidades (*commodities* da cultura do consumo). Desse modo, como alicerce dessa cultura do consumo, há uma estetização de todos os setores da vida, como reflete Lipovestky (2013).

O que destacamos em nosso trabalho, que o capitalismo financeiro inicia um processo de abstração do capital que vai ao encontro do aumento da participação da produção de bens simbólicos e do setor de serviços no mundo capitalista ocidental, de tal maneira que, encaminha para uma etapa mais profunda, o capitalismo cognitivo, isto é, a organização do capital em alguns princípios: constituição de redes (redes de signos, redes de seres, rede das coisas); a imagem (signo) como elemento fundador nas trocas econômicas; a inteligência coletiva como motor da produção; uma economia política da imagem (forma industrial de consumo e produção de imagem); digitalização dos serviços (inteligência algorítmica).

Assim, nossa ideia que guia este capítulo quanto à imagem, posteriormente, a imaginação, torna-se o verdadeiro capital que realiza a transição entre os modelos de capitalismo industrial e o financeiro, conseqüentemente, estaríamos experimentando um recrudescimento do último que chamaríamos de capitalismo cognitivo.

A economia da imaginação radical

Como define Lipovetsky (2013), passamos para uma fase de consumo transestético, isto é, passamos de uma cultura modernista, burguesa, por uma lógica subversiva para um universo no qual as vanguardas e elementos subversivos são agora integrados, aceitos e pesquisados para sustentar a ordem econômica. Assim, Lipovetsky (2013) compreende que esse capitalismo abarca fenômenos visuais periféricos e marginais dentro de um universo de produção, comercialização e comunicação de bens materiais. E para a constituição desse consumo transestético identificado por Lipovetsky (2013), acreditamos que a imaginação seja o principal recurso simbólico necessário para sua constituição. A estetização como recurso no qual identidades, espaços, experiências se tornam *commodities* e reconfiguram a ação de um capitalismo duro para um capitalismo flexível como aponta Bauman (2000).

A imaginação é o modo pelo qual os sujeitos são interpelados à produção de bens simbólicos, constitui-se não só como força, mas como modelo a ser internalizado pelos demais campos sociais (mídia), pelos sujeitos de modo a produzir redes de produção simbólica. Como destaca Wunenburger (1997), há três de redes que são reorganizadas nessa fase do capitalismo cognitivo, a rede de signos, a rede de seres e a rede das coisas. A primeira refere-se aos campos sociais, mas que atualmente são interligados e instituições são substituídas por formas rizomáticas de organização do poder, nele se encontram a ciência, as artes e demais campos sociais representativos. A segunda rede, a dos seres, constitui-se da ação de governança dos sujeitos, dos valores, dos direitos e obrigações; a segunda rede ainda é que preservar um modelo estruturalista junto a condições de rizoma, mas é aquela que a cidadania revela profundas alterações. E, quanto à terceira rede, é das competências, resoluções e da produção.

O que destacaríamos nessas redes são as transformações e a ampliação da participação da segunda e da terceira rede, enquanto na modernidade há um estabelecimento da rede de signos, que são os códigos, signos e símbolos que mediam a ação social através de um conjunto de instituições bem definidas, o que Foucault descreveu em sua obra, a institucionalização e uma microfísica do poder que se constitui através da produção de um código, um saber apropriado por um campo social, construindo uma forte rede de manutenção do poder. A segunda rede, na modernidade, é mediada pela ação da primeira rede, atualmente, a rede dos seres torna-se o modelo para a primeira, na medida em que as instituições sofrem um desgaste e os sujeitos, direitos e valores individuais tornam-se mais representativos do conjunto da ação social do que a ação de intermediação das instituições. A rede dos seres

consegue uma elevação no cenário social na medida em que há uma intermediação ‘invisível’ das redes digitais, ou da ação algorítmica, isto é, os sujeitos produzem identidade, produtos simbólicos, capital através de uma intermediação de uma estrutura de banco de dados organizado pela ação de cálculos matemáticos.

Enquanto a terceira rede refere-se aos objetos apresenta uma ascensão dos objetos, das competências, dos saberes que já não mais dependem da ação intermediadora da primeira rede, mas da ação da segunda rede em permitir que os sujeitos possam trocar informações entre si, mais detalhadamente, da troca de informações entre os próprios objetos, um exemplo é a ação de aplicativos de geolocalização em dispositivos móveis que produzem informação e alimentam a rede através de mecanismos algorítmicos de ação do indivíduo e transmitindo esses dados para demais dispositivos interligados, ou mecanismos de sincronização de dados como serviços de *cloudservice*, como *Dropbox*. Há, ainda, um ambiente nebuloso nessa terceira rede, visto que ainda está em exploração, um mercado em expansão como de aplicativos que usam os dados gerados pelos dispositivos móveis (dados como: geolocalização, preferências, comentários, etc.). A terceira rede é ampliada através da ideia de corporificação, isto é, dos dispositivos vestíveis, há entre os dispositivos móveis a ideia de se unir a própria noção do corpo do sujeito, tornando o corpo como mediador e produtor de dados que alimentarão os bancos de dados da rede. Um exemplo é o *GoogleGlass*, dispositivo que une a interface amigável da tela de computadores à possibilidade de acessar a web e seus serviços através da lente de óculos, unir a noção do corpo com as vantagens de uma interface cada vez mais intuitiva são as bases para a expansão da terceira rede.

A rede dos objetos amplia a segunda rede e desenvolve um mercado ao lado das redes sociais digitais, que é dos aplicativos que usam os dados produzidos pelo uso de dispositivos móveis para gerar padrões de informações que podem ser usadas pelo próprio usuário (aplicativos de saúde que geram informações sobre a qualidade do sono, perda ou ganho de massa, performance de atividades físicas, etc.), que podem ser usados pelo proprietário do aplicativo para vender a seus usuários, como audiência a um determinado anunciante e que podem ser usados pelas gigantes internacionais como *Google Play* ou *Apple Store* para gerar informações sobre usuários e desenvolver ações de comunicação mais efetivas.

A terceira rede converge o objeto ao usuário e permite uma produção de informações independente da ação voluntária dos usuários, como acontece na segunda rede como nas redes sociais digitais tradicionais (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, etc.). Uma rede dos objetos que ligue todos os dispositivos que aprofunda a segunda rede, a terceira rede para além de um complemento, aprofunda a relação entre software e hardware (cada vez mais confundido com

uma peça de roupa ou ligado diretamente ao corpo) que sejam capazes de controlar o compartilhamento das informações e apresentem recursos. Podemos incluir a vigilância permanente, numa articulação de ferramentas que criem uma disciplina de produção de informações, ao mesmo tempo em que monitora eventos que possam apontar uma anormalidade ou perturbação através do correlacionamento de informações de diversos dispositivos.

O que podemos descrever que as três redes estão interligadas e vivenciadas de modos distintos, havendo a preponderância de uma ou outra dependendo da situação social que se experimenta, o que talvez seja importante é destacar a explosão da segunda rede (rede dos seres) e o surgimento da terceira rede (rede dos objetos), mas que, nas duas últimas, há a imaginação como fonte de produção de capital, seja através da ação voluntária dos sujeitos em publicar conteúdos em redes sociais, seja em termos de construção de soluções algorítmicas que apreendam a complexidade da ação humana em situações sociais com múltiplas variáveis. Os aplicativos de dispositivos móveis são os mecanismos que desenvolvem, atualmente, uma interface entre a produção de dados e o seu uso para gerar capital (através de venda de dados para grandes empresas multinacionais), além de produção mecânica ou automática de dados (sem a participação voluntária dos usuários) ao enviar dados de geolocalização (em tempo real) para grandes servidores e desenvolver algoritmos que relacionem esses dados aos padrões de consumo.

Um exemplo é o mercado de aplicativos de educação que, a partir dos dados já coletados em redes sociais do perfil do usuário, constrói produtos direcionados às interações do usuário. Através de capacidade das parcerias entre empresas de *cloud service* (de poderosos bancos de dados) com microempresas e de médio porte que apresentem capacidade gerencial e de inovação. A facilidade de uso desses aplicativos ao convergirem tecnologias telemáticas multimídia, acessível a qualquer local instantaneamente, com apoio de redes, impulsiona uma rede de objetos que cresce se confundindo com a web, mas que é uma rede automatizada e funciona sem a necessária colaboração voluntária dos usuários. Assim, há um mercado crescente de sujeitos que pensam a integração da competência de calcular e produzir ferramentas que leiam a ação social em termos lógico-matemáticos, desse modo, desenvolver algoritmos adaptados a cada tipo de atividade e que, assim, recolha esses dados para empresas que poderão usar essa *big data* em termos comerciais. Existem muitos recursos telemáticos e audiovisuais que, integrados, potencializarão a infraestrutura tecnológica necessária para atender a tão diversificada demanda.

Neste sentido, Castoriadis cunha o termo imaginárioradical, isto é, a capacidade que estaria na base de toda a construção humana. Assim, o imaginárioradical refere-se a um meio primordial pela qual se desenvolve todas as racionalidades e não é reduzido ao esquema de funcionamento simbólico das sociedades. “O homem é um ser que procura sentido. E para satisfazer essa necessidade de sentido, *cria* o sentido”. (CASTORIADIS, 1982, p. 93).

Há, portanto, uma distinção entre imaginação radical e imaginação especular, ou seja, um seria apenas mero reflexo da representação enquanto outro constitui-se como magma fundante de todas as instituições. Neste sentido, podemos atribuir que houve um direcionamento para a produção imaginária em redes digitais, isto é, há um processo de entrelaçamento entre os dois tipos de imaginação (radical e especular) para um aproveitamento e produção do capital, na medida em que há uma articulação individual e social-histórica, ambas são modalidades que convergem para um processo de criação de imagens técnicas. Enquanto a imaginação radical alinha-se às imagens simbólicas obsessivas que repercutem sobre o indivíduo, mas que de algum modo estão presentes em sua sociedade, a imaginação especular alinha-se aos símbolos, às representações que fundam a organização social e as instituições. Assim, verificamos que se a produção artística era uma das poucas esferas da produção humana que conseguia articular essas duas noções de imaginação, atualmente, as redes digitais em sistemas algorítmicos complexos desenvolvem uma ação próxima àquela do fazer artístico ao articular aquilo que é de mais particular e fundante do psiquismo de cada sujeito com uma oferta de imagens técnicas mediadas por ferramentas matemáticas daquilo que é produzido globalmente.

Percebemos a emergência de uma nova etapa da produção de capital que, diferentemente do capitalismo financeiro e do capitalismo informacional, está baseado na articulação da imaginação radical, seja do indivíduo ou de um grupo social com a imaginação especular das representações sociais e institucionais. Desenvolvemos a ideia de que a imaginação se torna um ativo importante à produção, já que ele se constitui como ferramenta primordial para a produção de bens simbólicos, esta etapa de produção do capital chamamos de capitalismo cognitivo, isto é, um capitalismo que assume as contradições da identidade do sujeito e a articula essas alterações identitárias a uma produção simbólica em escala industrial. Aqui, o sujeito é interpelado a produzir a si mesmo em redes digitais de modo construir rastros, traços e imagens técnicas capazes de serem úteis aos mais diversos dispositivos midiáticos.

Assim concebemos o capitalismo financeiro como uma etapa na qual os mercados de capitais, em particular, desenvolvem um conjunto de ações e uma estrutura capazes de

negociar os principais títulos de empresas como um empréstimo que permitem a circulação de capital para custear o crescimento dessas empresas, isto é, será a primeira etapa de redução da participação econômica das empresas de bens materiais e um aumento exponencial de produtos financeiros que não requerem mais um acordo entre os donos de capital e os detentores de mão de obra.

O capitalismo informacional destina-se a um aprofundamento do capitalismo financeiro, porém, com a ação de redes digitais que interligam esses mercados de capitais, mas há uma etapa de efetivação dessas redes ao torná-las acessíveis aos cidadãos comuns apostando no argumento da cidadania digital e na ampliação de fonte de conhecimento e informações (FLICHY, 2007).

O capitalismo cognitivo refere-se a uma fase de subjetivação e virtualização do capitalismo informacional, isto é, uma etapa na qual as condições identitárias, simbólicas e de representação dos mais diversos sujeitos são aproveitadas e coordenadas por uma presença cada vez mais profunda do campo midiático como palco de encenação do capital. O capitalismo cognitivo pode ser descrito como a emergência de uma economia do conhecimento que afetaria a maneira como o capital ganha valor. As características são a virtualização, desmaterialização dos bens de consumo, vigor dos parques tecnológicos, incorporação da comunicação global em rede e aproveitamento da imaginação e da construção identitária como valor de troca.

A característica essencial da segunda vida de redes - que o define - é mais profundo. Ele reside na total imersão do usuário no mundo das telecomunicações, a onipresença e ubiquidade das redes e, finalmente, em estabelecer um relacionamento real entre homens e essas redes [...]. A multiplicidade de características das novas tecnologias não só faz uso frequente de suas capacidades, mas é principalmente a chave para a imersão total de usuários na rede. É também porque eles podem se encontrar de forma rápida, simples e sem esforço a praticamente todas as necessidades da vida diária como profissionais. (LOMBARD, 2008, p. 80).

Assim, afirmamos que o capitalismo financeiro virtualizou e expandiu as condições de produção de bens sem a necessidade de bens materiais, o informacional garantiu as condições de aproveitamento de redes digitais e parques tecnológicos e comunicacionais, e o cognitivo utiliza a imaginação e a identidade como formas de expansão do capital. O financeiro, o principal produto de comercialização, encontra-se em debêntures, derivativos, ações; o informacional, a informação e a inovação produzida por centros de comunicação, são os principais produtos; no cognitivo, a imaginação, a identidade, acarretando um pluralismo e uma fragmentação que aumentam em todas as esferas da sociedade.

Desse modo, o capitalismo cognitivo deve ser analisado através dos critérios de constituição de redes (redes de signos, redes de seres, rede das coisas); a imagem (signo) como elemento fundador nas trocas econômicas; a inteligência coletiva como motor da produção; uma economia política da imagem (forma industrial de consumo e produção de imagem); digitalização dos serviços (inteligência algorítmica), uma cultura microprodutiva e de uma democracia semiótica.

Lipovetsky (2013) define esse capitalismo cognitivo como capitalismo artista ou capitalismo transestético que compreende a multiplicação de estilos, de tendências, de espetáculos, de espaços de arte. Essa fase pode ser definida por Lipovetsky (2013) como sendo o contínuo lançamento de modas e de um ambiente estético em todos os setores da economia, ele estetiza o domínio da vida cotidiana ao mesmo momento que produz o que é compreendido como arte contemporânea.

Assim, ao pensarmos na lógica do *GoogleAdSense*, o produtor de um vídeo recebe um valor x calculado a partir da quantidade de acessos que seu vídeo ou canal recebe num período x , na qual a matéria-prima para esses vídeos são impressões sobre a realidade, opiniões superficiais, experiências cotidianas e momentos de lazer ou tudo isso junto. Há uma estrutura técnica que promove a produção imagética de bens e fornece as bases para sua exploração em termos de valor de troca, no qual os critérios para seu valor no mercado de bens simbólicos estejam depositados em como esse sujeito obtém um capital social (*likes*, seguidores ou fãs, comentários, etc.). A imaginação instaura-se como ativo para a diferenciação desse material em relação aos demais vídeos ou bens simbólicos presentes nesse mercado global de vídeos (*YouTube*).

As condições para a efetivação dessa produção estão numa mediatização latente da sociedade a partir dos anos 1960 nas sociedades ocidentais, quando a imagem técnica deixa de ser um produto exclusivo dos grandes meios de comunicação e grupos artísticos experimentais usam a imagem do vídeo como vórtice de experimentação as possibilidades do corpo emancipado, da cidadania mediada e expansão de uma rede digital integradora e um fortalecimento de uma rede digital cada vez mais direcionada aos aspectos afetivos e de subjetividade dos sujeitos.

São essas características que permitem que o sujeito se reintegre aos procedimentos de produção simbólica sem que haja uma fratura de sua noção de si, integrando a própria produção, ou seja, ao constituir sua identidade nas redes sociais digitais, o sujeito produz um excedente que será reaproveitado pela estrutura algorítmica, pelo banco de dados para uma ampliação do espaço publicitário, encaminhamento dessa produção simbólica (vídeo, fotos,

textos, hipertexto, etc.) como produto da própria rede social (o *Instagram* possui os direitos sobre cada foto carregada em sua rede social).

Assim, concebemos uma noção de uma emergência de uma estrutura simbólica direcionada a um aproveitamento da imaginação como função produtora de devir, de produtos simbólicos, de um novo estatuto de compreensão do real e de um conjunto de saberes que foram desprezados pela epistemologia modernista.

Capitalismo cognitivo

Uma das condições para emergência dessa instituição simbólica do capitalismo cognitivo é a reapresentação de um conhecimento que não é mais epistêmico, mas gnóstico, isto é, um conhecimento que se baseia nas condições de reintegração de múltiplos saberes num patamar de conciliação entre o sujeito, objeto e natureza. A ciência gnóstica pretende entender o absoluto, admitindo a existência de uma realidade não material.

A ciência gnóstica é diferente da epistème, significa o próprio conhecimento, enquanto a epistème revela-se pela despersonalização. Neste sentido, os estudos do imaginário são influenciados por duas correntes filosóficas concomitantes: a fenomenologia e a hermenêutica. A fenomenologia reintroduz nas ciências humanas a ideia de experiência, a memória, a consciência que se engaja num determinado conhecimento. Enquanto a hermenêutica surge da tradição de leitura de textos bíblicos protestantes, surge da quebra do monopólio da interpretação do texto, surge da tradição da tradução dos textos.

Então, como Castoriadis (1982) apresenta a ideia de que a criação é a capacidade de fazer emergir aquilo que não é dado, nem pode se derivar, nem por combinações, a partir daquilo que é dado. Assim, ao organizar poieticamente, o homem dá forma ao Caos e dar forma ao Caos é uma boa noção de cultura. O capitalismo cognitivo apresenta uma escala em que une o nível individual e a escala macrossociológica da cultura e das instituições, ao permitir que o sujeito doe parte de si e de sua noção de identidade para a produção de bens simbólicos. Como afirma Castoriadis (1982), a imaginação torna-se uma potência para a construção de novas instituições. O imaginário radical implica uma nova ontologia, uma percepção nova sobre como entender o ser, como o vir a ser e, respectivamente, da criação, uma compreensão do sujeito a partir das condições imaginárias e de uma reorganização dos saberes.

Neste sentido, Castoriadis (1982) esclarece que devemos compreender profundamente o papel do imaginário, e não pensá-lo apenas como forma residual ou como elemento especular da representação, mas pensarmos numa inversão do papel do imaginário, isto é, um

projeto ontológico e epistêmico no qual o conceito de imaginário radical seja a raiz de todo pensamento.

Assim, a imaginação e o imaginário estão na base de toda a construção humana e centro de seu projeto teórico-metodológico de um novo patamar ontológico, ou seja, a imaginação e o imaginário são constitutivos do ser humano, é onde nasce tanto o sujeito quanto o mundo social-histórico. Além disso, essa condição constitutiva da imaginação permite compreender o sujeito não de modo fixo e determinado, mas como um fluxo, em constante transformação, como um rio.

Portanto, do mesmo modo, as instituições resultam de forças imaginárias em se perpetuar no tempo e espaço na solução de problemáticas sociais, como descreve Castoriadis (1982), toda instituição tem duas faces, uma face imaginária pela qual se funda e se legitima socialmente, e um componente funcional que visa atender às necessidades de grupos sociais específicos. Há, nas redes sociais digitais, tanto o aspecto imaginário no qual se encontra o devaneio, a possibilidade de construção de si, mas um aspecto funcional, que é o da comunicação em vários modelos de um para muitos, de muitos para um, de muitos para muitos, quanto um aspecto funcional de produção de informações, dados, produtos simbólicos e padrões a partir dessas informações. Como apresentamos nos capítulos anteriores, a identidade pensada em termos matemáticos seria o resultado de modelos algorítmicos desenvolvidos pelos servidores das redes sociais digitais que produziriam versões do devir dos usuários. O que destaca essa nova forma institucional das tradicionais seja o caráter imaginativo que está sempre presente em seu discurso, e a forma como essa imaginação é convocada como instrumento de produção quando o *Facebook*, *Twitter* sugerem aos usuários para uma produção envolta numa cultura do lazer, falar sobre seu cotidiano, seu lazer. Como descreve Hartley (2005), uma democracia semiótica e uma cultura do lazer são as ferramentas principais para essa produção, isto é, a democracia semiótica é a característica do usuário em acreditar que sua produção (vídeo, foto, texto, etc.) pode ser tão importante e relevante quanto a de um profissional (jornalista, escritores, publicitários, etc.). A cultura do lazer é a bússola que norteia todas as atividades de produção simbólica em rede.

Uma etapa que experienciamos é da institucionalização da segunda rede e o começo da terceira rede, é do uso da imaginação não como forma instrumental, como foi vivenciada pela primeira rede, isto é, uma imaginação como devedora de uma ação castradora funcional que prevalecia, essa imaginação na segunda e terceira rede reside na potência dos sujeitos apresentarem novas informações, dados, que sejam capazes de ampliar a informação em tempo integral e de forma orgânica. Essa institucionalização é atravessada por condições

técnicas (avanço de redes 3G e 4G ao redor do mundo, da velocidade de processamento de computadores e outros dispositivos, universalização do acesso aos dispositivos digitais, etc.), condições sociais (democracia semiótica, cultura de microprodutividade, cultura do lazer, etc.), condições políticas (uso da Internet como escudo da liberdade de expressão e de imprensa, uso da Internet como serviço de guerra digital contra outros estados e grupos políticos, etc.).Essas condições se sobrepõem às condições econômicas que tentamos apresentar alguns aspectos que podem ser resumidos no quadro abaixo, ou seja, acreditamos que vivemos em fases distintas de um capitalismo que reconstitui desde os anos 1970, com a crise do petróleo, e apresenta configurações que, ao invés de substituírem uma a outra, elas se sobrepõem em camadas que aumentam gradativamente as condições de acúmulo de capital e ampliam as zonas de produção de capital, isto é, ao incorporar o lazer como fase produtiva (não apenas como de consumo como era pensada no capitalismo industrial), os objetos em rede e a imaginação como força produtiva, há um aprofundamento do horizonte ainda, há uma série de regulamentações, códigos, forças que se contrapõem.

Quadro 1 – Capitalismo financeiro X capitalismo informacional X capitalismo cognitivo

	Capitalismo financeiro	Capitalismo informacional	Capitalismo cognitivo
Geração de capital	Transação de capital especulativo entre bolsas	Produção voluntária de material em redes digitais	Produção automática de dados e informações a partir de algoritmos
Principais Produtos	Ações e derivativos	Fotos, vídeos, hipertexto	Big data
Instituições	Mercado financeiro	Redes sociais digitais	Empresas de <i>cloud service</i>
Atores	Bolsas e mercados ligados em rede	Cidadãos comuns ligados em rede	Dispositivos móveis ligados em rede
Força produtiva	Imaginação	Imaginação	Imaginação radical

Fonte: Elaboração do autor a partir das leituras realizadas.

Assim, concebemos uma institucionalização de duas redes baseada numa força da imaginação, isto é, para além dos problemas considerados reais, a segunda e a terceira rede concebem uma institucionalização que vem resolver os problemas da primeira rede, é a capacidade de imaginar cenários, possibilidades, programar, em termos lógico-matemáticos, a ação social no mundo sensível, transportando em fórmulas algorítmicas para o mundo virtual. Como descreve Castoriadis (1982), os problemas são apenas problemas em função da capacidade imaginária.

Economia afetiva

De acordo com Benkler (2006), as amizades e as relações afetivas que se estabelecem nas redes digitais se constituem em medidas que são absorvidas pelo mercado. Segundo Benkler (2006), na economia formal, as relações afetivas foram relegadas para fora do sistema de produção econômica. Entretanto, a economia da informação desenvolve estratégias de integração dessas relações sociais e afetivas para o centro das atividades de produção.

A diferença de que o ambiente em rede digital torna é a sua capacidade para aumentar a eficácia, e, portanto, a importância de muitos, os produtores não mercantis caindo na categoria geral de Joe Einstein. Faz-estratégias de não-mercado amadores individuais para formais, bem financiadas organizações sem fins lucrativos-vastamente mais eficazes do que poderiam ser no ambiente de mídia de massa. (BENKLER, 2006, p. 54).

De acordo com Benkler (2006), no centro das economias avançadas está o fenômeno do desenvolvimento de uma produção descentralizada. Um projeto econômico que convoca milhares de voluntários a se reunir em plataformas. Entretanto, esses voluntários não serão os maiores beneficiários. Esse projeto vem se desenhando desde o final do século XX, principalmente nos Estados Unidos, que é precisamente o mundo do software.

Segundo Benkler (2006), a produção em rede baseia-se na noção de ‘produção entre pares’, isto é, caracteriza uma produção que depende da ação voluntária entre indivíduos, uma ação voluntária e descentralizada. A descentralização, de acordo com o autor, surge como uma condição sócio-histórica na qual muitos agentes desenvolvem ações coerentes e eficazes para a produção de um resultado. Assim, conforme Benkler (2006), surge um ambiente de rede que proporciona uma ação sem fins lucrativos que convive de maneira coordenada com ações de empresas e amadores.

De acordo com Benkler (2006), a produção de informação por agentes que trabalham de forma descentralizada baseia-se num modelo científico no qual muitas pessoas contribuem

de forma incremental, não havendo sinais de negociação financeira, em contribuições voluntárias, partilha recursiva onipresente; em pequenas melhorias de um projeto.

Os elementos fundamentais da diferença entre a economia da informação em rede e a economia dos meios de comunicação são arquitetura de rede e o custo de se tornar um emissor. O primeiro elemento é a mudança a partir de uma arquitetura de emissão-recepção com links unidirecionais aos pontos finais nos meios de comunicação de massa, a arquitetura distribuída com conexões multidirecionais entre todos os nós na informação em rede. A segunda é a eliminação do custo das comunicações como uma barreira para falar através de fronteiras. Juntas, essas características alteraram fundamentalmente a capacidade dos indivíduos, atuando sozinho ou com outros, para ser participantes ativos, em oposição aos leitores, ouvintes ou telespectadores. (BENKLER, 2006, p. 167).

Entretanto, essa forma descentralizada de produção de informação, distinta da massificada, deve se basear numa relação mais horizontal de hierarquia de poder. Além disso, como define Benkler (2006), a possibilidade de que as mais diversas narrativas possam, a priori, alcançar o espaço midiático joga com duas dificuldades: a qualidade e a cacofonia.

A qualidade refere-se à capacidade da produção amadora que não é questionada em rede, mas que se torna uma vantagem para as narrativas visuais produzidas em rede, isto é, há um valor positivo do amador na produção em rede. Esse valor do amadorismo pode se desenvolver como estratégia do cômico, ou seja, narrativas que jogam com a comicidade de não apresentar as pretensas qualidades do vídeo massificado. Esse efeito de comicidade alia-se ao efeito de identidade que os produtores de vídeos fazem com seu público através de temas do cotidiano ou observações sobre o real. Quanto à cacofonia, refere-se à produção do mesmo, mas com outro tom ou foco. Há milhares de vídeos que respondem a outros vídeos produzidos criando uma espécie de zumbido (*buzz*).

Desse modo, desenha-se um circuito de produção de informação e de comunicação que se orienta pela lógica dos pares, horizontalidade de poder e identidade entre produtores e consumidores em que a tônica do afeto se torna o meio pelo qual esse circuito se integra. O afeto planejado através de ligações entre usuários que já possuam alguma relação (de família, de amizade ou de trabalho) são prontamente identificadas pelas redes sociais de modo a criar novas possibilidades de interação e de produção de conteúdo entre os usuários. Identificamos essa estratégia quando acabamos de entrar numa rede social e são apresentados uma lista de possíveis amigos que já mantemos contato através do *e-mail* e que podem ser adicionados à nova rede social. De acordo com Benkler (2006), a economia da informação em rede permitiu que as relações sociais constitutivas das comunicações fossem abrigadas ao novo modelo, isto é, as tradicionais formas de comunicação de massa haviam realizado uma dissociação entre as

relações sociais e as plataformas de comunicação. Entretanto, na medida em que as emoções humanas, os afetos, os modos de fala foram codificados pelos meios digitais através de tecnologias que imitam a comunicação face a face, houve uma multiplicação de modelos de produção de comunicação e de informação.

Além disso, as diversas modalidades de comunicação e de informação permitiram uma convergência entre as áreas afetivas e de produção num só projeto, no qual as fronteiras entre trabalho, lazer, atividades cotidianas são reembaçadas de modo a gerar produção de informação e circularidade entre produção e consumo de informação.

A economia do afeto torna-se o substrato de coordenação de uma economia global em rede, no qual o valor dos sujeitos é medido por emoções codificadas por sistemas digitais. O afeto como ferramenta de incremento às rotinas produtivas, ou seja, as emoções e as sensações devem ser traduzidas para, assim, se tornarem ferramentas de produção de capital. A explosão de aplicativos de relacionamentos que desejam traduzir as necessidades afetivas em termos de demanda e oferta num balcão de possibilidades é um exemplo da economia do afeto, base do capitalismo cognitivo. Os afetos e os relacionamentos que estavam fora da atenção primordial da ação do capital torna-se um dos principais vetores. A sociabilidade cotidiana entre colegas de trabalhos, alunos de uma mesma sala, vizinhos, acaba por ser traduzida em aplicativos de geolocalização, de afinidade cultural e outros sistemas digitais de modo a produzir uma maior integração dos sujeitos e dados para esses sistemas que identificam padrões sociais para uso comercial.

6 ESTÉTICA CONTEMPORÂNEA DO VÍDEO

Neste capítulo, propomos a ideia de que os vídeos em redes digitais reproduzem uma estética particular, isto é, de sedimentação de um fluxo de imagens obsessivas no qual o sujeito produziria um devir a partir de um mergulho neste oceano de imagens. O vetor que sugerimos é o da água, isto é, a água com suas propriedades como: viscosidade, imersão, da descida, da profundidade, do refúgio, da transformação e da intimidade.

Partimos do princípio que a estética de imersão se configura a partir de uma sedimentação de uma série de outras estéticas que se desenvolvem ao longo da trajetória humana, consideramos, por motivos de investigação, a metade final da Idade Média. Assumimos a noção de imersão como princípio metafórico da água, na qual a solidez das formas se diluem dentro de um oceano de referências estéticas, sociais e políticas. A metáfora da água serve também para pensar na ideia de não centralidade, na qual a centralidade e as hierarquias do pensamento moderno dão lugar a uma descentralização dos polos de emissão de comunicação diluindo as forças de produção estética.

A estética como disciplina nasce ainda na metade final do século XVIII, possuía como objeto o belo através de uma crítica do gosto, assim, ainda em termos filosóficos, a estética surge com a publicação da obra *Ästhetica*, de Baumgarten. Entretanto, apenas com Kant que a estética ganha sua autonomia dentro do quadro de disciplinas filosóficas ao formular como conhecimento sensível em oposição ao conhecimento lógico cartesiano.

Não podemos conceber uma estética contemporânea dos vídeos a partir de uma visão de uma criação da modernidade, ou até mesmo do desenvolvimento das vanguardas. Uma estética de imersão é compreender uma dinâmica mais complexa na qual há uma sobreposição de resíduos de estéticas anteriores, o estabelecimento de uma dinâmica de sentidos e significações, a constituição de uma rede de conceitos que produzem essa nova consciência visual sobre a realidade. E, portanto, o final da Idade Média torna-se importante devido a uma lógica ainda não cartesiana que possui semelhanças na ambiência contemporânea: uma visão holística sobre a natureza, o cotidiano como modelo estético, reconfiguração do universo místico e simbólico, uma sensibilidade estética orgânica, hipersensibilidade ao tempo presente no caso medieval devido à curta expectativa de vida e, no caso contemporâneo, a uma hiperaceleração das atividades produtivas.

Ao longo do século XX e início do XXI, há um profundo debate sobre a noção de imersão nas artes visuais, principalmente, quando aplicada aos meios digitais como videogame até a realidade virtual. Portanto, acreditamos que a estética de imersão invade

outros campos e sugere uma poética na qual o exercício do se constituir por imagens. A estética de imersão sugere uma poética na qual os recursos de busca, download, upload, copiar, colar, pausar e selecionar são os principais meios pelos quais os usuários dialogam com a consciência de si. Uma estética que se apoia, profundamente, na construção de uma ambiência digital capaz de oferecer o espaço de negociação simbólica. Através da poética de banco de dados e de navegação que se desenvolve a estética de imersão.

Como verificamos nos capítulos anteriores, o vídeo, em suas mais variadas formas em relação ao meio digital, converge para um imaginário marítimo, das águas, das profundezas, do mergulho, do navegar, da imersão. Neste capítulo, analisaremos como essa formação imaginária do mítico místico ligado ao universo feminino está presente na classificação e na produção de vídeos em redes digitais. Os vídeos em rede correspondem ao *imago mundi* contemporâneo, à cosmografia das imagens obsessivas, tornam-se vetores para uma comunicação em rede.

A estética da imersão

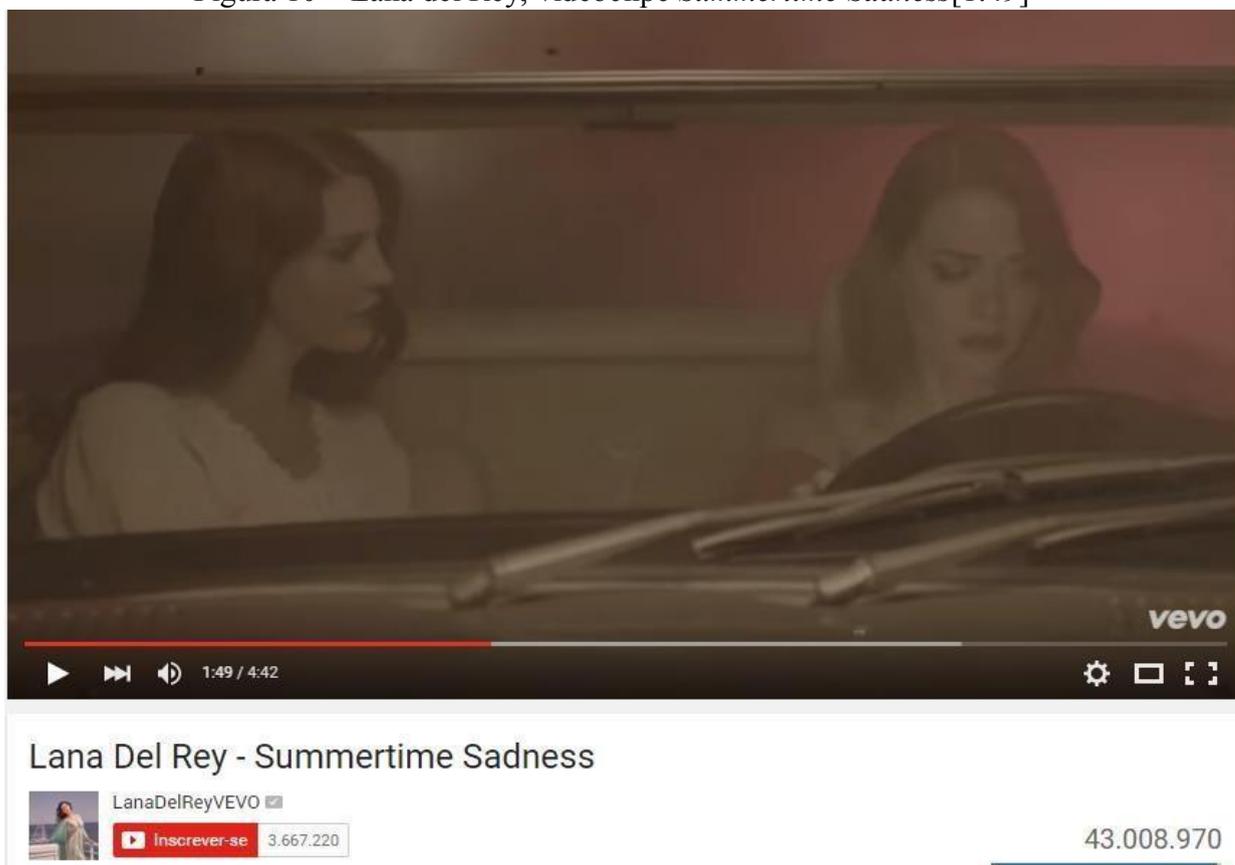
Por estética da imersão concebemos a ideia de um conjunto de obras visuais que produzem o sentido do mergulho, do nado, das águas em suas profundezas, do obscuro, da internalização e do navegar. Essas noções podem ser encontradas nas expressões usadas como navegador (*browser*), navegar, surfar (estar em ambiente online), vasculhar (do latim *vasculeare*, de *vasculum*, um diminutivo de *vasum*, ‘vaso’), rede ou web (nas duas acepções, ideia de tecido, ou mesmo, do conjunto produzido), net ou Internet (configura-se na ideia marítima do conjunto como metáfora de oceano).

A estética de imersão configura-se numa estética na qual o sujeito, ao apreender essas imagens técnicas, desenvolve estratégias de produção de si, de aspectos desconhecidos sob sua identidade, ou seja, ele reconhece na imagem técnica como produtora fundamental de como vai se representar socialmente, como um Narciso que deseja retomar para si sua imagem refletida no espelho d’água e, para isso, mergulha (entra em rede) para que, assim, possa que sua identidade realmente venha à tona. Mergulhar para se apresentar, navegar, surfar, nadar nas águas de algoritmos para que esse eu seja realmente alcançado, visto, reconhecido pelos demais usuários.

Uma estética de imersão também se configura parte da formação imaginária mítica mística é revelada na contemporaneidade, isto é, os valores do feminino, os vetores das profundezas, dos movimentos das águas, das grutas, do grotesco emergem numa sociedade

demasiadamente povoada pelas imagens aéreas, masculinas, de imagens solares. A estética da imersão refere-se aos valores, símbolos, representações e discursos que concernem à ideia de um mergulho numa ambiência digital baseada na experiência individual e presentificada, isto é, podemos conceber que a web como um oceano no qual poderíamos desenvolver uma experiência de mergulho, de navegação ou de surf. Verificamos, em videoclipes postados no *YouTube*, alguns valores associados à noção de um imaginário mítico místico. A cantora norte-americana Lana del Rey apresenta um repertório de música pop mesclada com tom intimista. No videoclipe *Summertime Sadness* (Tristeza em Tempo de Verão), são destacados os vetores como: imersão quando uma personagem simula sua queda de uma ponte, o efeito granulado da fotografia, os efeitos de fumaça, a contraluz sobre a cantora. Há uma série de efeitos que são usados para sugerir um mergulho existencial (uso de banco de arquivos de vídeos que são entrecortados ao longo do videoclipe) sobre a vida da personagem, e esse efeito é sugerido por recursos visuais que extrapolam o formato videoclipe, mas que acabam por se tornar ferramentas frequentes na edição de outros tipos de vídeos.

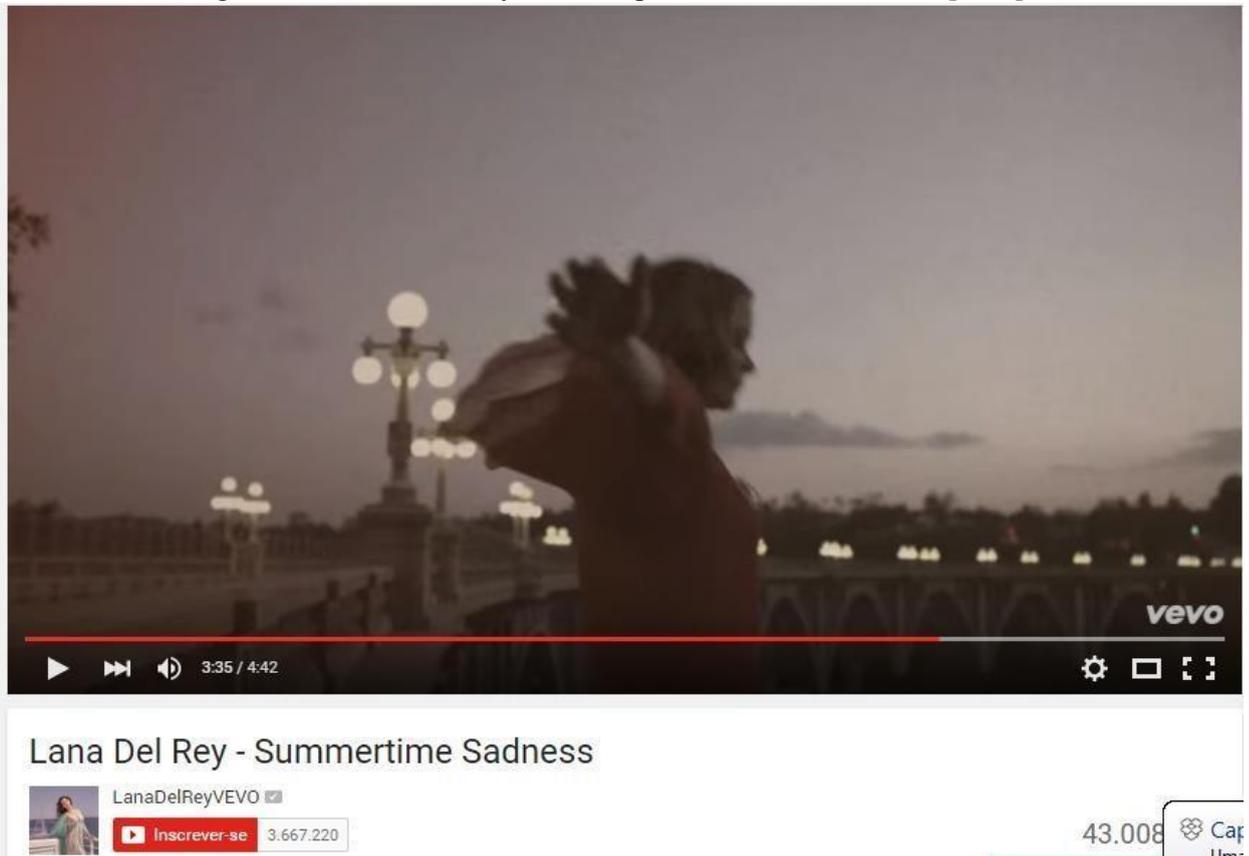
Figura 10 – Lana del Rey, videoclipe *Summertime Sadness*[1:49]



Fonte: YouTube (2016).

Uma das marcas do imaginário da descida, ou imersão, é a tomada da consciência do corpo, isto é, a aceitação do corpo em suas mais diversas expressões. Segundo Durand (2002), toda a imaginação de descida sugere uma fantasia de encaixamento, ou seja, uma prioridade ontológica de reintegrar-se. Portanto, a imersão, ou queda, sugerida pela cena do videoclipe *Summertime Sadness* representa imageticamente essa reintegração do corpo ao todo.

Figura 11 – Lana del Rey, videoclipe *Summertime Sadness*[3:35]



Fonte: YouTube (2016).

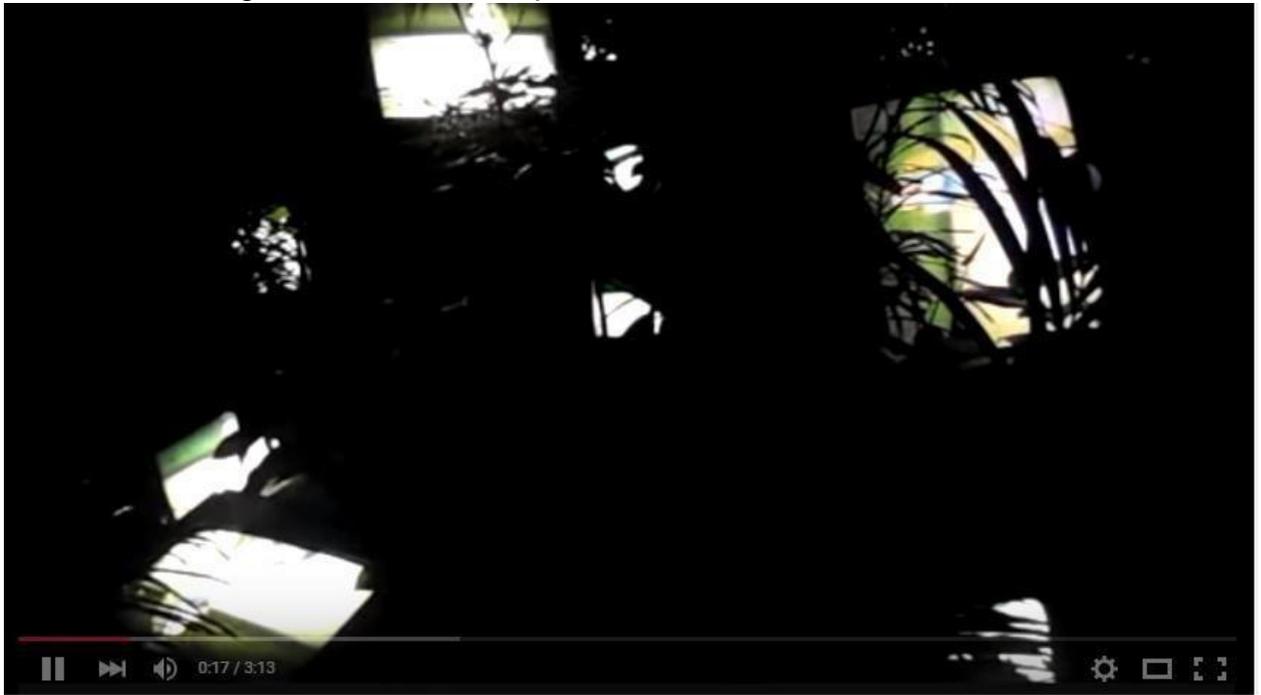
A estética da imersão pode ser observada no videoclipe *Summertime Sadness* como um momento de mergulho existencial da cantora através de uso de filtros de imagens que simulam outra temporalidade que vem se apresentar na temporalidade da narrativa. Além de uso do recurso da névoa como uma metáfora de como o presente vem ser difuso em relação ao passado que se acumula na memória. Como destaca Deleuze (2004), o tempo é sentido através de duas ações complementares, uma do presente que passa e se esvazia e outro do passado que se acumula. Assim, a estética da imersão é uma proposta que vem a contrabalancear o peso existencial desse passado que se acumula e que é necessário uma organização psíquica sobre ele. Uma estética que embaralha referências sem uma centralidade e liquefeitas.

Desse modo, acreditamos que a estética da imersão vem a ser um recurso imagético que se propõe de modo difuso e em larga escala em diversas situações de produção imagética contemporânea. O presente que se esvazia é um modo pelo qual o tempo é vivenciado, de acordo com Deleuze (2004), assim o presente é gerenciado através de um banco de dados de imagens que se contrapõem para criar o efeito de um presente que é incoerente e múltiplo, por assim dizer, incapaz de dar um sentido prioritário a essa temporalidade. Esse presente que se confunde com o instante que é sobreposto a diversos outros instantes criando um falso efeito de duração da experiência vivida. A duração bergsoniana é convocada em sua versão mais superficial quase transparente fluxo e criação incessantes da mente humana.

Outro elemento para compreensão da estética da imersão está ligado ao depósito, sedimentação e dinâmica das mídias tradicionais sob as mídias digitais, isto é, a noção de que as estéticas dos meios anteriores são sedimentos que se sobrepõem em camadas e que esses resíduos permanecerão na estética dos vídeos em rede, numa espécie de grande jardim no qual podem ser vistas as mais diversas espécies de mídias e suas relações, criando uma ecologia própria. Recorrer às metáforas biológicas pode nos servir para compreender que as mídias tradicionais não são mortas ou esquecidas, como se estivéssemos em etapas de um desenvolvimento intelectual, não acreditamos nessa ideia mecânica e dualista de progresso. Entretanto, concebemos a estética de imersão como um espaço onde a sobrevivência das mídias tradicionais se dá pelos resíduos que fornecem matéria para as mídias digitais. Uma ambiência que cria uma vasta paisagem na qual o usuário de mídias digitais pode se deslocar com a facilidade com que transitamos por um jardim.

Um exemplo dessa nova concepção das mídias como uma paisagem natural, uma ecologia onde diversas espécies conviveriam e na qual o sujeito estaria inserido é a instalação do criador da videoinstalação Num June Paik.

Figura 12 – Videoinstalação Num June Paik



Fonte: YouTube (2016).

Neste sentido, a estética da imersão é devedora da noção de ecologia da mídia, isto é, ela nasce dessa preocupação epistemológica de compreender os fenômenos midiáticos como formas orgânicas, internalizadas à lógica dos mais diversos campos sociais, como um espaço simbólico natural no qual o homem contemporâneo se mobilizaria para viver.

Portanto, pensar em termos de ecologia da mídia é pensar num sistema homeostático que equilibra a tradição oral/auditiva e visual, sendo devedor das mais diversas mudanças, mas no patamar da produção artesanal.

A noção de ecologia da mídia é pensada como um novo estado de consciência, um sistema aberto. O meio é o que a mensagem significa em termos de era eletrônica que um ambiente totalmente novo foi criado a partir das condições culturais favorecidas pela mídia anterior. Assim, podemos compreender a noção de McLuhan (1996) de que o conteúdo de uma determinada mídia anterior se torna premissa, a base, a fonte pela qual uma mídia atual se desenvolve, não há um pensamento evolucionista que privilegia a substituição de um meio pelo outro, mas o contrário, um pensamento complexo no qual as diversas ligações podem ser analisadas e percorridas sem que haja exclusão de meios ou conteúdos. Um exemplo considerado por McLuhan (1996) é que os meios eletrônicos de comunicação resultam dos processos de industrialização, de eletrificação e, mais profundamente, da cultura oral e visual. O conteúdo dessa era eletrônica é o resultado do velho ambiente mecanizado da era industrial. Assim, a máquina virou natureza em forma de arte. E, assim, também podemos descrever as

condições pelas quais a cultura do vídeo está presente em nossos dias, onde a cultura *hacker*, de videoartistas, televisiva e visual, dão forma a este novo meio.

Dessa forma, podemos compreender que a ecologia da mídia é um ecossistema complexo no qual diversos sistemas midiáticos possuem formas de pensamento, de técnicas, tecnologias que convivem e florescem tais quais biomas, e permitem que a cultura dê conta dos mais diversos sistemas sociais. A estética de imersão, portanto, corresponde a uma ecologia da mídia oceânica, onde diversos seres e ambientes compõem um sistema complexo.

Ecologia da mídia é uma rede de ideias, de indivíduos e de publicações na qual é possível seguir as ligações da rede em diferentes direções. Alguns *links* podem nos levar mais perto das ideias centrais de cada mídia, mas não há nenhuma linha de fronteira definitiva ou fronteira para atravessar, assim, como não há um único ponto de origem. Podemos compreender essa noção de uma cultura audiovisual interligada sem fronteiras, mesmo que caótica e cacofônica, através da videoinstalação de *Nam June Paik* intitulada *Electronic Superhighway*, no qual existe uma estrutura de televisores que formam o mapa dos Estados Unidos com uma série de aparelhos televisivos acesos que, caoticamente, reproduzem trechos de vídeos.

Figura 13 – *Electronic Superhighway*, videoinstalação de *Nam June Paik*



"Electronic Superhighway," by Nam June Paik



Scotthawki

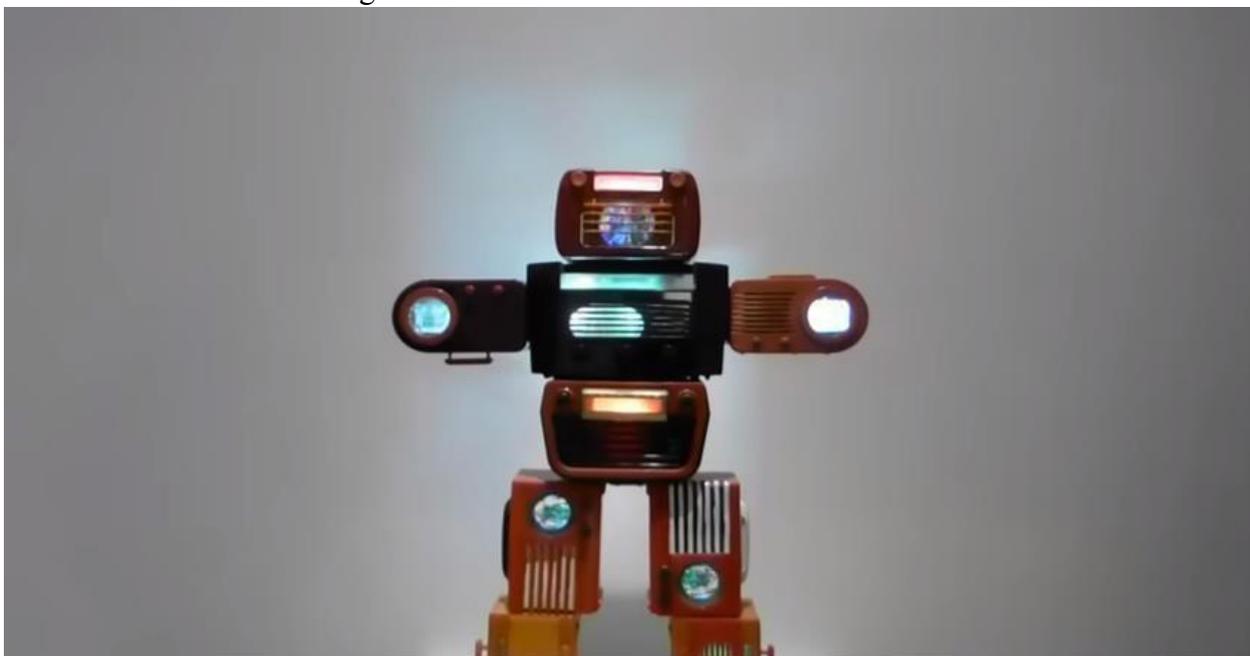


Fonte: YouTube (2016).

Neste sentido, a prática videográfica acaba por constituir uma linguagem ou estética particular, mas de modo algum exclusiva, pois vem das mais variadas tradições ou sistemas que, de algum modo, foram responsáveis pela constituição do ecossistema midiático visual contemporâneo.

O que desejamos ressaltar é a capacidade do vídeo em equilibrar os mais diversos sistemas criando um espiral capaz de atualmente ser o suporte para o desenvolvimento de sistemas digitais como as redes sociais e ser um ambiente propício para o desenvolvimento de uma série de outras possibilidades de comunicação digital.

Assim, o vídeo em redes digitais pode ser compreendido como um ambiente propício ao desenvolvimento de um arrecife sofisticado que congrega técnica, aspectos de identidade/devir e estética. Podemos perceber essa sedimentação que o vídeo em rede é resultado através da análise de Ong que desenvolveu um quadro sofisticado na linha de McLuhan (1996), que estabelece a primazia do som e da fala na vida humana, introduz as noções de oralidade primária (antes da invenção da escrita) e oralidade secundária (associada à mídia eletrônica). De tal modo que vemos representado por *Nam June Paik* o corpo humano como ressignificado pelo vídeo através da videoinstalação com *radios bakelites* empilhados ou quando usou uma estrutura de TVs para compor um violoncelo numa performance com Charlotte Moorman em 1966. Os dois são exemplos de algumas ideias que estão presentes na estética de imersão que é o destaque do corpo humano como meio para produção de imagens, a sobreposição de meios e técnicas.

Figura 14 – Nam June Paik- *Bakelite Robot*

Nam June Paik - Bakelite Robot - Tate Modern London - Listasafn



Hellen Linda Drake

Inscorever-se 208

16 visualiza



Fonte: YouTube (2016).

Figura 15 – Charlotte Moorman, *Paik's TV cello*

Charlotte Moorman performs with Paik's 'TV cello'



Art Gallery of NSW

Inscorever-se 4.238

25.045

Fonte: YouTube (2016).

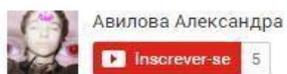
Além disso, a estética da imersão pode ser verificada na valorização do corpo como parâmetro fundamental de compreensão das imagens, isto é, o aumento de experiências 3D, técnicas holográficas e objetos vestíveis. Também identificamos como o corpo pode produzir informação, isto é, dispositivos que, unidos ao corpo do usuário, enviam informações à rede e transmitem esses dados em tempo real, como GPS, aplicativos, medidas biométricas que podem nos esclarecer essa noção de estética de imersão ao passo em que representam em medidas diferentes uma experiência na qual o corpo sofreria uma experiência de aprofundamento do real, de um mergulho, de introversão num ambiente digital.

De acordo com Mathilde Roman (2007), as criações coletivas entre artistas, *happenings* e performances deram o tom ao uso do corpo como aspecto fundamental para a produção de vídeos na contemporaneidade. A partir dos anos 1960, uma série de videoartistas investe não apenas no aspecto musical, mas, sobretudo, no coreográfico e teatral dos vídeos. Segundo Roman (2007), nos anos 1970, Bruce Neuman, Sanja Ikekovic e Vito Acconci realizam performances diante das câmeras para interrogar sua relação com sua autoimagem.

Neste sentido, Roman (2007) destaca que o vídeo constitui um lugar central onde um projeto de si, um campo do egocentrismo e da autofilmagem tornam-se uma prática de interrogar a si mesmo para melhor compreender a exterioridade. Um exemplo identificado por Roman (2007) desse espaço do corpo como parâmetro analítico de compreensão do real foram as performances dos anos 1970, em particular, a performance intitulada *Imponderabilia* 1977, desenvolvida por Marina Abramovic, onde dois artistas nus (Abramovic e Ulay) recebem seus visitantes da exposição se colocando cada um de um lado da entrada, obrigando cada visitante a deslizar entre eles e entrar em contato físico e visual com seus corpos.

Figura 16 – *Imponderabilia*, 1977

IMPONDERABILIA, 1977



3.702

Fonte: YouTube (2016).

Figura 17 – *Imponderabilia*, 1977

IMPONDERABILIA, 1977



3.702

Fonte: YouTube (2016).

Ainda de acordo com Roman (2007), a videoinstalação é concebida para ser consumida através de um monitor ou de uma projeção tipo *blackbox* (na qual há um isolamento do espaço de exposição e que há um forte planejamento do espaço arquitetônico e da presença desse corpo que vai consumir a imagem). Portanto, de acordo com Roman (2007), na videoinstalação, o corpo do espectador é posto na centralidade da experiência que tenta ser imersiva e englobadora. Neste sentido, compreendemos que a experiência dos vídeos em redes sociais é devedora dessa tradição na qual o corpo não é apenas tema recorrente e parte constitutiva da produção de vídeos, mas é pensado como meio pelo qual serão consumidas imagens técnicas.

Além disso, identificamos em vídeos em redes a ideia da autoidentificação como um elemento central para compreensão da estética de imersão. A autoidentificação sendo apresentada através de efeitos como a câmera na mão, sonora de sons ambientes e, por fim, a estratégia mais recorrente, o *selfie*. O *selfie* como estratégia de enunciação de um modo de perceber o mundo centrado na minha autofilmagem torna-se emblemático dessa cultura do vídeo à medida que o *selfie* correlaciona a autoimagem, o campo no qual se produz essa autoimagem (geralmente de paisagens turísticas, de momentos de lazer e de cenas do cotidiano) e sua publicação em redes sociais digitais. O *selfie* orienta os usuários a reconhecer sua autoimagem em multiplicidades de cenários de modo a que esse olhar do outro que vai consumir sua autoimagem possa revelar signos de sua própria identidade através de comentários, *likes* e outras manifestações emocionais.

Neste sentido, concebemos a *selfie*, seja fotografia ou vídeo, como manifestação na qual o eu pressupõe um estado passageiro do seu eu em múltiplas espacialidades e ancorado no pressuposto do tempo presente acelerado quase uma temporalidade do ao vivo no qual uma série de espectadores, em sua maioria, amigos e colegas de trabalho, possam identificar e manifestar suas leituras sob essa autoimagem, seja aceitando (curtindo), comentando (narrando e dando sentido social à imagem), seja rejeitando (com manifestações de ódio, repulsa ou descontentamento). O corpo torna-se tema frequente nessas *selfies*, sendo, em muitos casos, o corpo no sentido de vitalidade (em academias de ginástica), performático (em coreografias, danças e esforço físico), ou no sentido de corpo sensualizado (com destaque a cenários sensuais ou de cunho sexual). Como se tivéssemos que deslizar entre corpos nus para entrar na relação com essa imagem, como para ser consumido essas imagens exigissem nossa atenção redobrada.

O frenesi lúdico e espetacular é encontrado tanto no mundo do show business através do videoclipe, que antes da crise do disco, apareceu como a forma dos

álbuns lançarem, o instrumento privilegiado para a promoção da música. A ascensão do videoclipe ilustra o crescente poder da lógica do marketing na indústria da música na era do hiper-capitalismo. [...] A imagem em movimento não tem a única função de dar visibilidade a uma cantora, ela tem que ser original em si mesma para construir uma imagem de personalidade, uma figura de forma singular: agora não é mais suficiente apenas a voz de um cantor, mas sua maneira de ser e aparecer, sua aparência, seu universo estético. (LIPOVETSKY, 2013, p. 303, tradução nossa).

Devemos alertar que o sentido já identificado de monitor como espaço de controle visual é assumido na contemporaneidade como sinônimo de tela, ou seja, retirando da palavra sua carga simbólica sociopolítica e levando para a da técnica.

Concebemos a estética imersiva como um conjunto de atributos que levam ao consumo de imagens técnicas orientadas pela estratégia *blackbox* no qual o usuário teria acesso a uma experiência plurisensorial e no qual seu corpo estivesse envolto por uma experiência que pudesse oferecer um corte à experiência do real imediato. Um momento no qual a experiência de consumo midiática supera e domina as demais experiências da vida cotidiana sendo aquela que guiaria as demais experiências sociais.

A estética da imersão pode ser também identificada no caráter de vigilância do meio, isto é, o vídeo é compreendido como um dispositivo técnico capaz de registrar, arquivar e manter uma cópia do real vivido. O usuário, ao consumir e produzir vídeos, reconhece o status documental do *medium* e vê na imagem técnica um conjunto de imagens abstratas, digitalizadas e arquivadas para que um dia possa servir a algum propósito. Assim, a estética de imersão consagra o vídeo e as demais imagens técnicas devedoras de um modelo de vigilância que desenvolve no sujeito o papel de produtor de uma imagem codificada como informação que pode ser negociada em termos institucionais dentro de um mercado de bens simbólicos. As câmaras de segurança ou usuários que registram fatos do cotidiano que escapam à normalidade e que negociam imagens com a mídia tradicional. Compreender a estética de imersão é entender o investimento que o eixo de olhar individual possui sobre os fenômenos do cotidiano a partir de seu caráter documental e potencial de seu uso em outras mídias como uma estratégia de mercantilização da imagem banal.

Esse papel vigilante do usuário do vídeo pode ser analisado sob duas noções, uma de abstração e digitalização da imagem e outra da imagem como arquivo. Na abstração da imagem, o usuário reconhece que todo momento é passível de ser registrado, visto que a imagem técnica apenas é reconhecida sob o caráter de informação digital a ser convertida para ganhar vida no campo midiático. Na imagem, na sua dimensão de arquivo, ela é inserida como um bem a receber seu valor de troca dentro do campo de bens simbólicos numa lógica de consumo e desejo que essa imagem registrada possa despertar nos demais usuários.

Esse sistema de controle e vigilância que o dispositivo vídeo consagra nasce dentro de uma perspectiva de uma cultura midiática e de uma ecologia das mídias, isto é, o sujeito compreende que a imagem simbólica só pode ser negociada a partir de uma dessacralização a partir de seu registro e digitalização e que deve ser levada a um ambiente na qual os demais usuários e mídias possam gerar seu valor de troca, um bioma em que essa imagem ganha vida plena.

Os sistemas de controle e vigilância são encenados sob a ótica da familiaridade e de relações de amizade entre usuários, ou seja, uns registrando aos outros com fins de mero entretenimento, sendo o consumo e a negociação dessas imagens ainda bem controlada para um deleite de um grupo restrito de sujeitos. Entretanto, essa imagem testemunhal e documental das atividades cotidianas de familiares e amigos estão envoltas em técnicas de sonorização, *slogans* publicitários e de edição de imagens para que essas imagens cada vez mais se aproximem das imagens estrategicamente negociadas no mercado de bens simbólicos global. Alguns usuários reorganizam seu cotidiano imagetivamente para uma audiência com fins profissionais, *youtubers*, como estratégia para alcançar a audiência de meios tradicionais. Assim, a ação de vigiar dentro de um caráter meramente de entretenimento familiar recebe suas primeiras lições de que a vigilância deve ser permanente, indiscriminada e obedecer ao abecedário da lógica midiática com enquadramentos e uma série de regras para que essa imagem um dia possa vir a ser encenada no plano midiático tradicional.

Esse ecossistema de vigilância torna-se vital às mídias tradicionais, visto que podem gerar imagens quase simultâneas de eventos sem a necessidade de uma cobertura global de um sistema técnico próprio, isto é, as mídias tradicionais convertem sua ineficiência técnica de saber sobre tudo ao mesmo tempo em vantagem ao direcionar seu olhar à produção de imagens feitas por usuários em suas mais diversas relações sociais e cooptar para que continuem produzindo e negociar um capital social a esse usuário.

O vídeo como dispositivo de vigilância e controle social pode ser identificado através da diversificação de usos do vídeo que foram instalados como instrumentos técnicos que poderiam evitar a criminalidade com o argumento de que potenciais criminosos estariam menos dispostos ao crime quando registrados; e o argumento do registro de nossas ações cotidianas para o compartilhamento com amigos e familiares consagrou um espaço de registro incessante de vida privada. Os dois argumentos se depositam na ideia do registro e no caráter documental do vídeo como estratégia para que mais usuários passassem à sua produção e consumo.

Sob o aspecto da vigilância, compreendemos, a partir da perspectiva de Giddens (1998), da vigilância como arquivamento de informações para administração social, um processo coordenado de supervisão de sujeitos com vistas à administração de um determinado grupo social. Assim, compreendemos a vigilância como um sistema coordenado pelo cruzamento de informações entre grandes empresas de armazenamento de dados e outras instituições públicas e/ou privadas no sentido de garantir uma integração entre os diversos campos sociais.

A estética da imersão pode ser concebida como a do aprofundamento das noções de vigilância, controle, proeminência do corpo como modelo de compreensão das imagens, presentificação e uma ação coordenada de sujeitos através de dispositivos técnicos para uma produção global de imagens técnicas. Compreendemos essa vigilância social que é proposta pela estética de imersão através do mito de Lady Godiva. O mito fala sobre uma aristocrata anglo-saxã que teria andado nua pela cidade de Coventry cumprindo um acordo com seu marido. O acordo proposto de Lady Godiva era que ela deveria andar nua pelas ruas de Coventry para que seu marido, Leofrico, reduzisse os altos impostos sobre os cidadãos da cidade. Desse modo, todos os cidadãos da cidade foram avisados pelo passeio de Lady Godiva de modo a fecharem suas janelas e portas para que não a olhassem nua, mas um cidadão chamado Peeping Tom a teria observado e, por isso, foi cegado. A vigilância se constitui como uma ferramenta gerenciada por instituições públicas ou privadas, isto é, daquilo que é permitido ser visto e o proibido, de modo a gerar coesão social. Além disso, o mito de Lady Godiva nos propõe como a vigilância é uma ferramenta proposta para os cidadãos como modo adequado de viver socialmente, aqueles que desobedecem à ordem podem ser cegos (não ver mais). A metáfora sobre o olhar no aspecto da vigilância está intimamente ligado à ideia de segurança. Vigiar encontra-se nos dispositivos de como observamos o mundo. Assim, atualmente, realizamos a vigilância diária de nosso cotidiano e dos campos sociais que atuamos com dezenas de *posts* em redes digitais, sendo a fotografia e o vídeo como principais elementos de consolidação dessa vigilância social.

A estética da imersão pode ser identificada também na ideia de que os usuários reunidos em grandes redes sociais digitais se tornam os grandes produtores de imagens técnicas. Eles se constituem também como produtores das principais pautas a serem desenvolvidas e guiadas posteriormente por meios tradicionais de comunicação. O usuário é o vetor básico, mas espera-se dele a correlação com os demais usuários para que essa produção seja potencializada e ganha, assim, um aspecto de lúdico, de lazer e tempo de ócio no qual pretensamente o usuário não trabalharia.

Compreendemos a estética de imersão como uma parte integrante do consumo transtético proposto por Lipovetsky(2013),isto é, refere-se a uma relação hedonista orientada para o consumidor, às emoções e às experiências que procura no campo da arte, mas também fora da arte, novas percepções, divertimento, descobertas hedonistas e sensações.

A produção é orientada para o trabalho coletivo e no tempo estendido, não há mais horas ociosas, pois todo momento é identificado como momento para singularização de uma determinada imagem. O sujeito que produz conduz sua produção imagética para uma relação entre pares, como sendo a própria experiência do jogo online de videogames no qual cada sujeito apresenta um ou mais personagens que desejam alcançar seus objetivos, mas que, para isso, deverá contar com a experiência e a performance dos demais usuários.

A estética de imersão que estamos identificando não tem o compromisso com um aprofundamento com o eu como pretensamente o título pode sugerir, mas tem o compromisso com experiência de imersão que a web pode oferecer e, assim, a identidade do usuário surge como mais um produto em meio à produção em escala global de imagens técnicas.

Com o triunfo do capitalismo artista, fenômenos estéticos de pequenos mundos periféricos e marginais são integrados na produção mundial, de marketing e materiais de comunicação, eles são enormes mercados moldados por gigantes económicos internacionais. O capitalismo artista multiplica estilos, tendências, espetáculos, locais de arte; continuamente introduz novos modos em todos os setores e cria sonhos em grande escala, ele confere um efeito artístico ao domínio da vida cotidiana assim como a arte contemporânea. É um universo superabundante ou estética inflação que agencia diante de nossos olhos, um mundo transtético, uma espécie de hyperart, onde a arte é infiltrada nas indústrias de todos os interstícios do comércio e vida cotidiana. (LIPOVETSKY, 2013, p. 24, tradução nossa).

Essa produção de imagens numa perspectiva que descentraliza o sujeito como modelo de produção e reinsere o sujeito em sua relação dinâmica e efêmera com demais sujeitos e a mídia como modelo dessa produção. Na verdade, a noção de identidade permanece como um efeito de sentido para que garanta ao sujeito sua participação, e o devir surge como substrato que permanece fora do alcance dos dispositivos técnicos e como elemento primordial de pertencimento do usuário à sua rede, mas a identidade é reorientada para uma ação coletiva global na qual a rede assume o lugar. Um exemplo dessa produção em larga escala de vídeos são programas televisivos que orientam os espectadores para gravarem, supostamente por diversão, para enviarem esses vídeos para serem vistos ainda durante o programa.

O corpo ganha uma nova ênfase na estética de imersão, deixa de ser um elemento metafísico e ganha uma nova relação, como destaca Françoise Parfait (2001), há no vídeo uma estética que privilegia a noção corporal por uma articulação das ações, uma

permeabilidade das telas (cinema, TV, vídeo e outras telas), o corpo superdimensionado (caído, abandonado, de pé, etc.) face ao valor do momento que solicita ao espectador um humanismo compassivo de reabsorver o lugar do outro face ao momento corpóreo no qual o corpo registrado atravessa.

Como destaca Parfait (2001), o corpo sempre teve um valor grandioso na representação visual, um valor alegórico que dividia o mundo profano e divino. Entretanto, na modernidade, o corpo deixa de ser representado para, literalmente, estar presente com um forte valor indicial. Exemplo é o conjunto artístico antropométrico de Yves Klein (representado na foto abaixo).

Figura 18 – Yves Klein, conjunto *Anthopométrie de l'Époque Bleue*



Yves Klein. Anthopométrie de l'époque bleue (1960) colour



channel391



Inscrever-se

369

37.210

Fonte: YouTube (2016).

Segundo Parfait (2001), o corpo deixa de ser uma representação para se tornar uma mídia, uma ferramenta, um suporte de expressão artística como nos movimentos dos anos 1960, *bodyart* inglesa. A partir desses movimentos, o corpo ganha um caráter cênico, de performance, na qual a ação ganha um caráter quase ritualístico.

Parfait (2001) destaca o exemplo videográfico de *Nam June Paik* em seu *TV Cello*, na qual a violoncelista Charlotte Moorman toca uma espécie de violoncelo baseado em TVs dispostas e, em outras performances, as TVs foram substituídas por corpos humanos. A ideia de que a TV poderia ser organizada e orientada para uma expressão artística e, posteriormente, o próprio corpo se tornaria o meio de produção de arte. Além disso, pelos aparelhos de TVs foram produzidas uma série de sons eletrônicos, transformando a televisão em um instrumento musical.

O que destacamos é que, a partir dessas vanguardas artísticas, o vídeo assume um papel decisivo para expressão artística aliando as noções de corpo, performance corporal, produção musical que se mantivesse ao lado da carga imagética e, sobretudo, as diversas possibilidades de sentido que o corpo poderia produzir em contraponto ao uso documental do cinema.

Como observa Parfait (2001), o vídeo deveria reencontrar a carga expressiva da imagem, reposicionar a dimensão emotiva e afetiva face à elaboração técnica e estratégias de filmagem do cinema e da TV. Neste sentido, a performance videográfica emprega a visibilidade corpórea como estratégia para liberação e compreensão do real. Mas essa visibilidade não estaria mais ligada aos modos de produção em massa na qual o corpo seria apenas um motivo e sairia desencantado, em seu lugar se desenvolveria performances mais ou menos elaboradas registrando situações de subjetividade, o vídeo funcionaria como um espelho no qual teríamos o pleno controle sob as imagens produzidas. A imagem videográfica retornaria a um nível de introspecção e reflexão sob as imagens técnicas. Um retorno à noção de si não mais por uma imagem destacada e estrategicamente articulada, mas a uma imagem integradora e ritualística de si. Destacamos alguns exemplos como o vídeo de Marina Abramovic *AAA/AAA* (1978) ou *Studies in Myself* (1973) de Douglas Davis. No vídeo de Abramovic, um casal (a própria Marina Abramovic) grita um frente ao outro até o momento que suas vozes estejam exauridas; no vídeo, é a expressão do perfil de cada um que encena o jogo de violência simbólica das ações face a face. No vídeo de Douglas Davis, é um vídeo do próprio artista sentado frente ao seu computador escrevendo de maneira tão rápida quanto ele pode quase que um gesto automático, o autor explora a intimidade da escrita e como o sujeito se desenvolve a partir dela.

Figura 19 – Marina Abramovic, AAA/AAA (1978)



Ulay & Abramović "AAA AAA" [1978]



unraropersonaje



Inscrever-se

1.097

1.392.967

Fonte: YouTube (2016).

Nessas condições, vamos indicar algumas categorias de vídeos presentes no *YouTube* que seguem uma lógica de uma estética de imersão.

Vídeos de passado imersivo

Os vídeos de passado imersivo seguem uma lógica de produção de registro de imagens antigas, uma ênfase documental de imagens, filmes, músicas, notícias que não podem ser mais acessadas nos canais tradicionais de registro como site de emissoras de TV e rádio, sites oficiais de artistas. Os vídeos dessa categoria podem ser identificados como sendo vídeo vintage (que muitas vezes é copiado com o uso de filtros de coloração que se aproximam a uma estética de décadas passadas). Quanto à noção do vintage, está ligada à ideia de um produto autêntico, que afirma um estilo ou um modo de vida que se distingue ao massificado. O vídeo vintage está situado numa celebração dos anos 1960, 1970 e 1980, no qual se valorizam as características como o culto ao corpo, hedonismo, um princípio antiguerra e libertário, dos movimentos feministas e LGBT.

Nesse sentido, Christine Van Assche (1992) destaca que o vídeo também se desenvolveu dentro dos corredores da TV como experiência estética durante os anos 1960 e 1970. A BBC tem experiências com o vídeo dirigido pelo escritor e teatrólogo Samuel Beckett *Eh Joe* (1965-1966), *Quand* (1981) e *Was Wo* (1985). Na França, Jean-Luc Godard usa o vídeo como instrumento político. E, nos Estados Unidos, diversos canais de TV convidam artistas conhecidos atualmente, como *Nam June Paik*, Douglas Davis e William Wegman, a desenvolver novos modelos de produtos para a TV.

O vídeo surge como ferramenta crítica de produção audiovisual que a TV tenta incorporar ao convidar artistas da videoarte como estratégia criativa de suas produções ao mesmo tempo em que os artistas veem na TV como um elemento para alcançar um grande público visto que a arte deveria ser acessível a todos e não apenas aos visitantes de museus e galerias.

O vídeo satisfaz às necessidades de canais de TV bem como aos grupos de artistas que desejavam através do vídeo romper os limites acadêmicos do consumo da arte como também exercer uma forte crítica sobre a sociedade de consumo que se desenhava nos anos 1960.

Como destaca Assche (1992), grupos de artistas usam o vídeo como meio crítico para desenvolver uma estética capaz de alcançar um vasto público e romper com as fórmulas convencionais desenvolvidas pela TV e pelo cinema. Os vídeos dessa categoria são representados por imagens que servem como banco de dados, a possibilidade de resgatar a memória dos meios tradicionais.

Um bom exemplo de vídeos do passado imersivo é o projeto Inatheque, que trabalha conjuntamente com emissoras de TV francesas e a Biblioteca Nacional da França para manter a memória guardada dos principais programas de TV, rádio e web.

Figura 20 – Canal da Ina.fr, onde podemos encontrar pequenos trechos de importantes programas de TV e pesquisar sobre conteúdos antigos da TV francesa

The image shows the YouTube channel page for 'Ina.fr Officiel'. At the top, there's a banner with the Ina.fr logo and the text 'ina.fr Officiel'. Below the banner is a row of video thumbnails. The channel name 'Ina.fr Officiel' is displayed, along with a subscriber count of 6,307. Navigation tabs include 'Inicio', 'Videos', 'Playlists', 'Canais', 'Discussão', and 'Sobre'. The main content area features a video titled 'Zapping INA (10 mars 2016) | 10 vidéos à voir absolument' with a duration of 30:05. Below this, there's a section 'Les Tops de l'INA cette semaine' with a video '19/20 FR3 du 14 mars 1992 - mort de Jean Poiret | Archive INA' (17:58). A sidebar on the right shows recommended videos like 'Ina Voyages', 'Ina Talk Shows', 'Ina Actu', 'Ina Culte', 'Ina Animaux', and 'Ina Clash TV'.

Fonte: L'Institut National de L'Audiovisuel (2016).

Vídeo da profundidade do cotidiano

Nesta categoria, vemos os vídeos produzidos por pessoas comuns sobre seu cotidiano, seus afazeres, suas rotinas de trabalho e de lazer, em geral, geram efeitos de sentido de identificação com demais usuários que possam ter passado por situações idênticas. Neste quesito, há registros de cenas cotidianas que, por muitas vezes, criam o efeito de sentido de comicidade, de espanto/choque (cenas de agressões ou de violência urbana),

Como bem descreve Vito Acconci (um dos precursores da videoarte), o que interessa no vídeo é a possibilidade de utilizar o vídeo como uma espécie de companheiro doméstico, no qual ele pode estar face a face com o espectador, no qual poderia estar num ponto do espaço que incluiria o espectador. Nessa afirmação de Acconci, podemos elencar três argumentos básicos pelos quais o vídeo tornou-se um objeto fetiche no mundo contemporâneo. O primeiro é a domesticação do meio, isto é, o vídeo permitiu que um grupo extenso de sujeitos pudesse criar suas próprias narrativas, domesticar algo que era puramente da técnica dos grandes estúdios e TVs. A domesticação do meio foi fundamental para esse caráter singular do vídeo, ele apresenta essa noção da intimidade e subjetividade do meio.

O segundo argumento é o encontro do espectador frente aos produtores. Os produtores poderiam, a priori, identificar melhor as necessidades imagéticas de seu público, estar face a face é poder saber como esse público consome imagens, reconhecer o caráter artificial do produtor e destacar a posição do espectador, do público e do consumo como primordiais à produção de imagens.

E o terceiro argumento relaciona ao papel e à abertura de espaço que esse público conquista à medida que a produção do amador, do doméstico pode estar presente dentro do espaço de produção midiático tradicional, ou seja, o ponto no qual o público assume o papel de produtor e reconhece para si um espaço no território midiático oficial das grandes produtoras.

Além disso, percebemos que o cotidiano se consagra como fórmula de produção de audiovisual na medida em que o cômico entra em cena, isto é, o cômico como espaço de produção de coesão social e de identificação entre os usuários. Segundo Bergson, o risível não existe fora da experiência humana, outras situações e condições podem existir para além da condição humana, mas o riso é um atributo humano, por excelência. Poderemos rir de um animal ou um objeto quando ele assume o aspecto humano. O segundo aspecto do cômico, em Bergson (2007), é a condição social compartilhada do riso; o riso sempre é o riso de um grupo, existe uma cumplicidade no efeito do riso; um aspecto de compartilhamento de um dado momento ou situação de um determinado grupo seja um evento real ou imaginário. O fenômeno do riso encontra-se em duas esferas, isto é, uma relação entre uma situação percebida intelectualmente e o aspecto de absurdo que essa situação evoca. Esse contraste entre o intelectualmente percebido e o absurdo que a situação produz que consagra o risível em nossas sociedades. Assim, Bergson (2007) destaca que o riso é a condição da sensibilidade sobre o inteligível, isto é, um dos momentos nos quais permitimos que a inteligência seja dirigida pelo sensível. A sensibilidade contemporânea é direcionada pelo cômico, o risível, mas como efeito de uma ansiedade da experiência de esvaziamento temporal do que condição para sua autonomia.

Além disso, Bergson (2007) avalia que o risível se produz socialmente por aquilo que se consagra como deformidade, ou seja, aumentar os aspectos singulares, sejam físicos ou simbólicos. O riso surge também de nossa relação com o repetitivo, mecanismos de similitude, aquilo que produz o clichê; uma relação que os organismos vivos fazem entre si, reconhecer semelhanças e diferenças. De acordo com Bergson (2007), outro mecanismo para compreender uma teoria do cômico encontra-se no fundamento do mecanicismo das relações

sociais, isto é, relações fechadas, hierárquicas e sólidas que, por vezes, se desfazem e acabam vivendo a experiência contrária.

O cômico de situação ou o cômico de palavras surge, de modo geral, numa simplificação ou ampliação de um evento ou característica particular. O cômico de situação surge do jogo moral, no qual uma das partes é traída, o que caracteriza um jogo particular de elementos morais. No cômico de situação há também o efeito bola de neve, ou seja, a combinação de uma série de eventos em desordem ou, geralmente, o que gera um resultado inesperado.

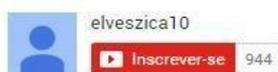
Outro elemento para compreender o cômico em Bergson (2007), trata-se das formas, dos gestos e dos movimentos. As atitudes e os gestos humanos são risíveis na medida em que nos fazem pensar o corpo humano como um elemento mecânico, no qual compreenderíamos em detalhe as formas, aplicações e ciclos. Portanto, o aspecto mímico resulta do automatismo ao pensarmos sobre os corpos, ou seja, instala o sentido cômico, a vida imitando a vida. O aspecto cômico assume, em Bergson (2007), uma noção de não adaptação do indivíduo em sociedade.

O efeito de cômico, em Bergson (2007), surge dessas coincidências, circularidades e repetições que a vida social por vezes assume. A continuidade das ações humanas que sugere a imperfeição e a distração do ato individual ou coletivo numa espécie de ruído. Efeito de ser intruso ao meio e ao tempo, e estar fora da regularidade.

Figura 21 – Trenzinho Carreta Furação



Trenzinho Carreta Furacão



2.234.381

Fonte: YouTube (2016).

O vídeo de um grupo de pessoas vestidas com personagens consagrados pela mídia tradicional: Mickey Mouse, Popeye e Fofão dentro de uma perspectiva musical de ritmos como: axé e samba tornam elemento para construção de uma comicidade que é ampliada pela performance da coreografia que escapa à ordem do esperado por personagens de desenhos infantis. Carrera furacão torna-se um vídeo com mais de 2 milhões de visualizações devido à possibilidade que o risível é um dos vetores do consumo de imagens em rede. A comicidade entra como vetor dos ditos *memes* nas redes sociais digitais, ou seja, o *meme* evoca o caráter mimético da informação ao ser aplicada em múltiplas outras situações. *Meme* possui essa transparência que as informações contemporâneas necessitam, de servir a uma multiplicidade de ocasiões que extravasam à lógica da sua produção.

Figura 22 – Ione Lao e o carnaval de Itapetininga



Fonte: YouTube (2016).

Ione Lao e o Carnaval de Itapetininga revela uma comicidade através da desconstrução da experiência midiática de entrevistas de ruas que geralmente são consagradas de clichês e frases vazias. Entretanto, neste vídeo, apresenta uma inversão das relações sociais, isto é, relações fechadas, hierárquicas e sólidas que são apresentadas sobre o carnaval brasileiro, o que é desfeito através de uma narrativa irônica da entrevistada que se enuncia

como louca, o que acaba vivendo a experiência contrária.

Vídeo de produção do saber

Referem-se aos vídeos que se configuram como tutoriais, ensinamentos e às formas de produção de saber direcionados a um público heterogêneo que possa ter alguma dúvida sobre formatação de equipamentos, dicas culinárias, modos de se vestir e comer bem, etc. Neste sentido, Muniz Sodré (2002) nos alerta que a relativização do paradigma e as novas formas de organização social alteram as relações pedagógicas em todos os níveis de escolaridade, mais exatamente, uma crise dos fundamentos humanistas sobre os quais se apoiam os empenhos de agregação de valor ao indivíduo.

Assim, de acordo com Sodré (2002), o desenvolvimento técnico do saber cria as condições para que o conhecimento seja encarado como mercadoria e, portanto, avança num processo privatista que orienta a educação numa direção empresarial. O educando torna-se um cliente a ser atendido principalmente em seus anseios profissionais.

Segundo Sodré (2002), neste cenário, a competitividade e a exclusão social aliam-se, aos meramente ‘empregáveis’, o capitalismo flexível destina o treinamento fragmentário ou episódico, enquanto que parte da elite possui o privilégio da completa educação formal.

De acordo com Sodré (2002), desenvolvem-se novas técnicas pedagógicas que se baseiam na bricolagem, que é fortemente propiciada na cultura de simulação. A bricolagem dá condições ao aparecimento de novas técnicas de aprendizagem e de resolução de problemas com ênfase em situações concretas. Num ambiente virtual, o estudante poderá testar problemas e soluções. E, num ambiente virtual, potencializam-se as possibilidades humanas de brincadeira e de jogo, fundamentais no empenho de aprendizagem.

Figura 23 – O original pão caseiro: tutorial sobre massa de pão e pizza original italiana

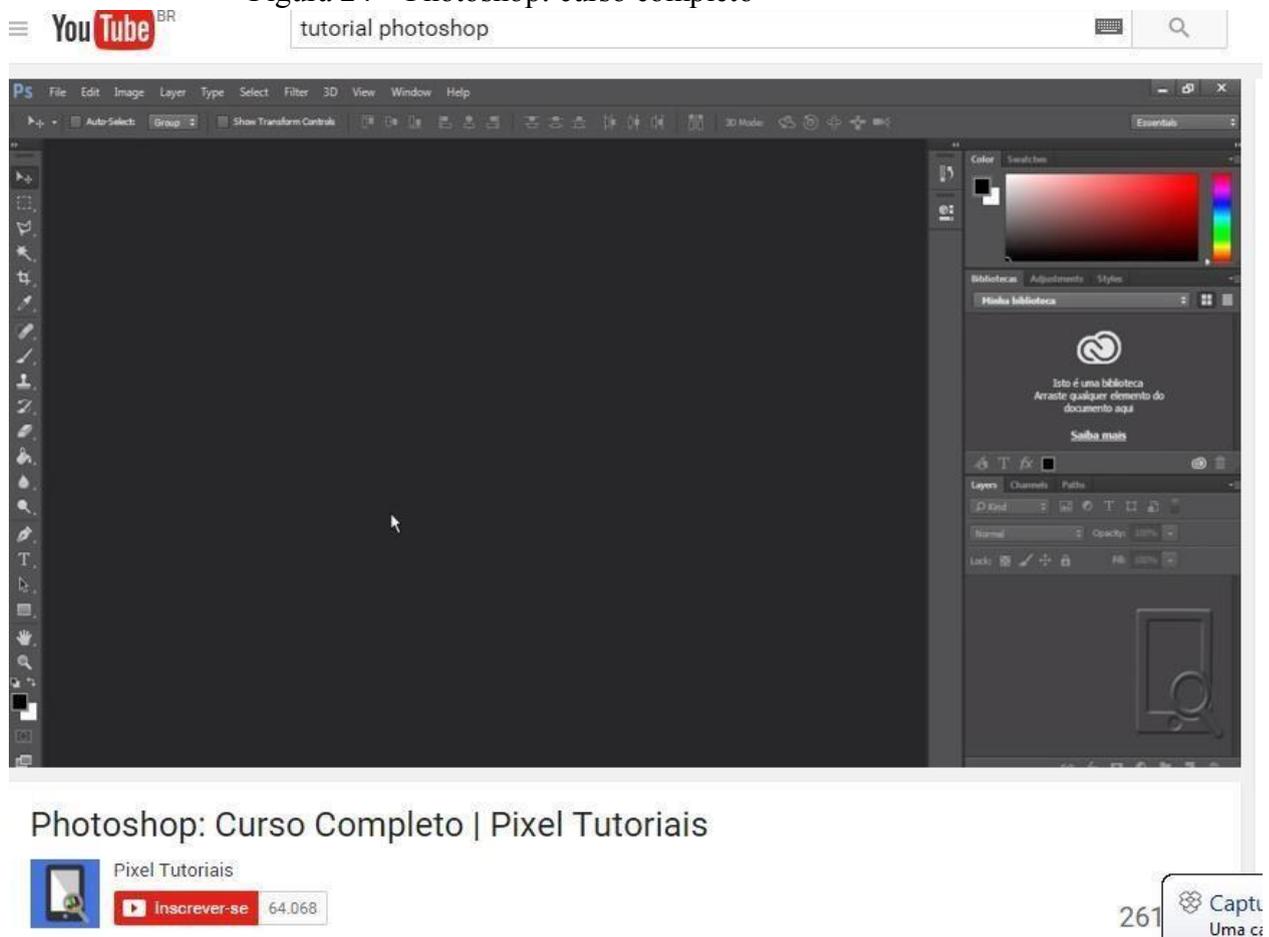


Fonte: YouTube (2016).

Os vídeos da produção do saber integram uma variedade de performances do saber. Não há mais saberes maiores ou menores, o aprendizado se exerce nos mais diversos campos sociais, desde vídeos de como cozinhar, treinar, aprender uma língua, ou cursos profissionais e semiprofissionais.

De acordo com Edgar Morin (2001), a cibernética põe em destaque um saber sistêmico no qual o todo não é reduzido às suas partes, possui uma relação ambígua ou fantástica com o real e situa-se numa fronteira transdisciplinar. Além disso, o saber dentro de sistemas cibernéticos numa lógica auto-organizacional e organicista.

Figura 24 – Photoshop: curso completo



Fonte: YouTube (2016).

Vídeos da cultura da performance midiática

Referem-se aos vídeos produzidos por grandes emissoras, produtoras, gravadoras e artistas célebres em geral. São reportagens, filmes, documentários e, principalmente, videoclipes que mesclam dois eixos principais, um imagético (coreográfico, cenários produzidos, edições profissionais) e um sonoro (captação e edição sonora profissional). Nessa categoria, podemos encontrar programas disponibilizados por emissoras de TV, shows ao vivo transmitidos via *YouTube*.

Nós estamos num mundo onde os consumidores se nutrem diariamente de músicas, filmes, séries, modas e viagens. O que está no centro da vida dos adolescentes de hoje, seus looks, seus passeios, suas marcas de jeans, seus videogames [...] com a mercantilização crescente da vida, o ethos frívolo não cessam de ganhar contornos na superfície social. (LIPOVETSKY, 2013, p. 48, tradução nossa).

Figura 25 – Canal VEVO Britney Spears

BritneySpearsVEVO

Inscrito 3.459.464

Início Vídeos Playlists Canais Discussão Sobre

O que assistir a seguir

Britney Spears - Do Somethin'
de BritneySpearsVEVO 2.111.896 visualizações 7 meses atrás

Giorgio Moroder - Tom's Diner (Audio) ft. Britney Spears
de BritneySpearsVEVO 1.525.793 visualizações 8 meses atrás

Britney Spears, Iggy Azalea - Pretty Girls
de BritneySpearsVEVO 134.178.085 visualizações 9 meses atrás

Britney Spears, Iggy Azalea - Pretty Girls (Audio)
de BritneySpearsVEVO 12.381.838 visualizações 9 meses atrás

Featured Channels

- Vevo Inscrever-se
- VevoCertified Inscrever-se
- Britney Spears Inscrever-se

Canais relacionados

- LadyGagaVEVO Inscrito

Fonte: YouTube (2016).

As cantoras do estilo *pop music* são vórtices que congregam em torno de suas personalidades um conjunto estrategicamente coordenado de ideias de moda, valores sociais, coreografias, estilo de vida fluído para visualizações em rede de seus videoclipes. A mensuração de visualizações é parte integrante de uma tecnoeconomia da sedução, da frivolidade e da fluidez do objeto.

Figura 26 – Canal do SBT no YouTube

SBT. MAIS MODERNO A CADA ANO.

SBT Online

Inscrever-se 2.108.032

Início Vídeos Playlists Canais Sobre

BBQ Brasil - Churrasco na Brasa
SAB | 21h30

BBQ Brasil (13/02/16) - Episódio 1 - Parte 1
22:35
38.931 visualizações
• 2 semanas atrás

BBQ Brasil (13/02/16) - Episódio 1 - Parte 2
21:34
30.561 visualizações
• 2 semanas atrás

BBQ Brasil (13/02/16) - Episódio 1 - Parte 3
17:36
24.032 visualizações
• 2 semanas atrás

BBQ Brasil: Churrasqueiros contam quais são as suas de BBQ Brasil - Churrasco na Brasa
4.716 visualizações • 4 semanas atrás

Canais SBT

- Carrossel Inscrever-se
- A Praça É Nossa Inscrever-se
- BBQ Brasil - Churra... Inscrever-se
- Okay Pessoa!!!! Inscrever-se
- Hell's Kitchen Inscrever-se

Fonte: YouTube (2016).

Vídeos de encenação do eu

Referem-se aos vídeos que o usuário (comum ou célebre) ou instituição se identifica com situações políticas, culturais, econômicas, etc., criando o efeito de sentido do real à medida que se direciona como a um espelho (exemplo de artistas se direcionam as câmeras apoiando uma determinada causa). Há, nessa categoria, vídeos quando um anônimo parodia outro vídeo (clip) e situações que esses vídeos são resposta a outros vídeos. O critério que define esses vídeos que o eu produtor de vídeo torna-se o sujeito e objeto de encenação com vistas a uma determinada ação midiática.

Figura 27 – PC no PC # 2, zica vírus e gansos



Fonte: YouTube (2016).

Nessa categoria de encenação do eu podemos, observar a emergência de uma categoria chamada *youtubers*, pessoas dedicadas a encenar seu cotidiano e seus interesses de modo a despertar uma grande audiência. Percebemos, nesta categoria, resíduos arqueológicos dos

blogues que possuíam um caráter confessional e dos antigos diários que serviam para descrever o eu numa lógica das pequenas transformações cotidianas.

Assim, os *youtubers* tentam transitar entre esferas da pura intimidade para a esfera pública por meio de seu carisma, originalidade no tratamento dos temas, reembalando o real sob a ótica personalística.

Podemos encontrar, nessas categorias apresentadas, um eixo da introversão. Desse modo, vamos apresentar algumas características da estética da imersão para, assim, melhor compreendermos as condições de emergência dessa visualidade:

- a) uma busca de uma identidade, de um eu através de uma imagem técnica produzida pelo próprio usuário;
- b) busca de um passado midiático recente;
- c) uma cultura do pastiche, da caricatura, do risível;
- d) uma relação profunda com as noções de aprendizado contínuo;
- e) uma relação de tríade entre imagem técnica, imagem mental/simbólica e devir/sujeito;
- f) o grotesco na concepção daquilo que vem das profundezas e não como contraposto ao concepção solar;
- g) o trivial, cotidiano como base de constituição de compreensão do real através de alegorização desse cotidiano como apresentado na Idade Média;
- h) reintegração do corpo e sua expressividade como coreografia, dança, habilidades esportivas, como formulado por *Nam June Paik*;
- i) as possibilidades de aprendizado pela cultura colaborativa, bem como o trabalho como conjunto estendido da rotina diária, como descrito por Benkler (2006);
- j) uma relação profunda com a cultura do lazer, do entretenimento que preenche todas as demais relações sociais (BENKLER, 2006).
- k) uma poética da rede que se configura através da ação *hacking*, do custo zero, do *creative commons*;
- l) uma interdependência entre os aspectos da técnica e do desenvolvimento da identidade/devir;
- m) de uma dialética entre decomposição/desconstrução vs harmonização/conciliamento de elementos visuais.

6.2 Arqueologia visual do vídeo

Um das características mais presentes nos vídeos analisados são as marcas de uma reificação do cotidiano, o singular, o banal e as circunstâncias triviais que ganham força nas redes sociais, a vida mundana ganha força na medida em que ela é forma e conteúdo de uma estética visual do cotidiano. Esse cotidiano é investido de valor simbólico ao ser embalado por fórmulas visuais do extravagante, do *kitsch*, do midiático, do coreográfico e do artístico. Um horizonte no qual o mais importante não são os fatos importantes de relevância histórica ou política, mas uma política visual do banal, do cotidiano, daquilo que é vivenciado, mas que ganha um aspecto aurificado. Esses temas da vida cotidiana dos reis, dos nobres e de personagens importantes são os principais temas da estética medieval, uma narrativa da vida trivial dos feudos, suas festas, suas celebrações, em diversas tapeçarias medievais os temas mais recorrentes são o da vida cotidiana, da caça, da pesca.

Uma ideia que orienta essa noção do trivial e do cotidiano no medievo é do *cognitointuitiva*, isto é, conhecimento de uma coisa presente no ato em que ela é presente. Podemos observar esse modelo nas tapeçarias murais que tinham uma função de adornar as paredes, proteger contra o frio, emblema do poder das famílias nobres e ser um painel didático da vida dos nobres e como no exemplo ‘Caçadas de Maximiliano’, ‘Tapeçaria de Torneio’. Além dos recorrentes tapetes com fundo ‘mil flores’, povoadas por um fundo de pássaros, pequenas flores e frutos trabalhados em lã evocando a vida no campo, os nobres de entretenimento e senhores feudais.

Podemos também elencar uma correlação entre a estética dos grafos e fractais e a composição e ordem dos vitrais medievos. Nos fractais, encontramos uma ordem do numérico, do organizado por sistemas matemáticos e que produzem padrões que, combinados apresentam formas estéticas bem arranjadas e condensam simetria e dinamismo aos padrões matemáticos. Como define Carlo Ossola (2014), a ideia de progresso contemporânea é desenvolvida no século XIX relacionada à ideia de produção material de bens e à industrialização, enquanto que o progresso no século XVIII refere-se aos padrões harmônicos desenvolvidos por organismos vivos, o progresso se constituiria como o desenvolvimento das espécies por leis matemáticas (lei de Fibonacci), e o que destacamos que os fractais e grafos desenvolvidos por esquemas e códigos digitais extremamente sofisticados tentam imitar essa noção do progresso do século XVIII, ou seja, permitir que modelos matemáticos se desenvolvam a partir de padrões observados na natureza. Os vitrais medievos também conciliam a ideia de uma estética que pudesse iluminar o interior das catedrais à uma função

educativa e que, ao mesmo tempo, respeitasse a ordem cosmológica do universo com elementos distribuídos a criar esse sentido de universalidade e simetria que o mundo possuiria, derivado de uma lógica aristotélica na qual os padrões matemáticos combinados produziram o efeito do belo, assim, podemos perceber que durante a produção de vitrais e a produção de fractais estão ligados intimamente por duas ideias fundamentais, o belo como um conjunto organizado de leis universais de herança aristotélica e uma ideia de progresso ligada à ordem dos organismos vivos. Como destacamos anteriormente, que a escola filosófica escolástica tenta conciliar os aspectos racionais e religiosos no qual podemos observar essa tentativa de conciliação em tapeçarias que reproduzem a vida dos senhores feudais com elementos da vida dos santos cristãos ou com elementos da abóbada celeste evocando uma lei de progresso das espécies animais e vegetais e a ação divina.

A etimologia da palavra gótico vem da palavra godo, isto é, de sua origem dos povos bárbaros como os godos, possuía um caráter pejorativo na medida em que significa uma nova percepção do mundo distinta da tradicional do Império Romano. Portanto, a estética gótica atravessa os séculos e pode ser percebida também na estética do universo digital ou cibernético.

Durante o século XX, os aspectos do gótico podem ser percebidos na estética digital como a emergência de um sentido de comunitarismo, a multiplicação de objetos de celebração, revalorização de práticas espirituais, combinação de uma arquitetura de elevação, da leveza e uma qualidade do etéreo das formas, iconografia que valoriza os aspectos da natureza como rosáceas. No desenvolvimento da arquitetura das igrejas góticas, estão presentes a verticalidade e a intenção de tocar os céus dos edifícios, uma leveza na construção em contraponto ao efeito pesado das formas das igrejas do período românico, predominância da luz com efeito de iluminar o interior e produzir a sensação de transcendência e torres altas decoradas por rosáceas.

A transcendência gótica tem seu contraponto contemporâneo na ideia de descartabilidade da imagem técnica, enquanto a estética gótica produz imagens técnicas que buscam enaltecer os aspectos da vida humana cotidiana e religiosa sob a ótica da metafísica, do transcendente e do eterno, a estética do vídeo contemporâneo em rede constrói para si um espaço de obsolescência programada que só pode ser contraposta quando o cotidiano, o caseiro revela traços de imanência. Isto é, em contraponto ao consumo e à produção de imagens técnicas pelas mídias tradicionais, o sujeito contemporâneo vê no vídeo seu espaço de transcendência e percebe que aquele momento único registrado não será mais repetido ou pelo menos sentido da mesma forma e intensidade criando o efeito de singularidade do momento do registro do

vídeo. Identificamos aspectos que ligam a estética gótica do século XIII e a estética digital do fractal e dos grafos século XX e XXI que está na composição das formas como metáforas dos organismos vivos (estrutura arbórea, etc.) a autopoiese identificada por Maturana e Varela (1997) como sendo a auto-organização de sistemas não vivos.

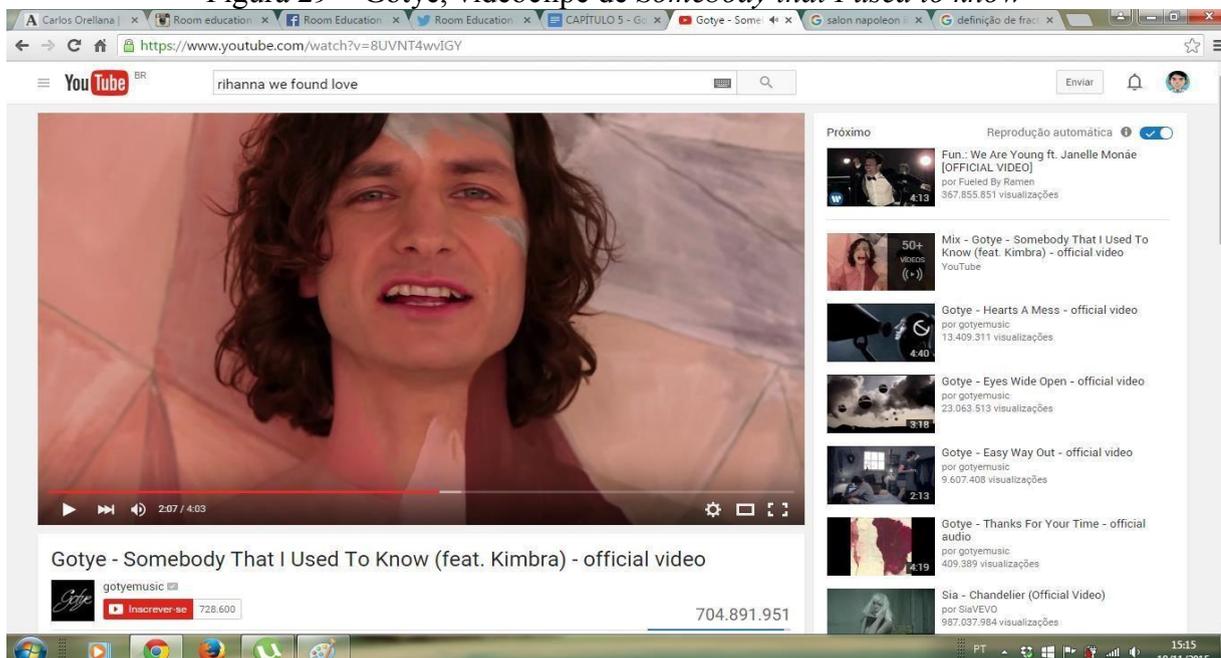
Verificamos essa estética do fractal em videoclipes postados no *YouTube* como em *Born this way* de Lady Gaga, que começa seu videoclipe com imagens de estruturas geométricas complexas que acabam por se repetir em escalas distintas.

Figura 28 – Lady Gaga, videoclipe de *Born this way*



Fonte: YouTube (2016).

Figura 29 – Gotye, videoclipe de *Somebody that I used to know*



Fonte: YouTube (2016).

Verificamos que as organicidades das formas complexas acabaram por invadir a própria noção de corpo ao enfatizar a mescla entre as estruturas geométricas e o corpo do cantor.

Concebemos o fractal como a partir da noção de Mandelbrot (1997), que compreende um objeto geométrico dividido em partes autossimilares e independentes de escala que mantém um padrão que se repete. O termo surge da noção da quebra do latim *fractus*, portanto, ao observamos os vitrais góticos, particularmente, as rosáceas e os fractais contemporâneos, observamos essas características como partes autossimilares, a quebra como noção primordial, a repetição e o conjunto que liga aos organismos vivos através de fórmulas matemáticas complexas. As rosáceas presentes nas formas dos vitrais das catedrais da Idade Média corresponderiam a essa forma de progresso orgânico que imita o desenvolvimento dos organismos vivos, a de uma rosa que carrega também um dos símbolos do cristianismo medieval, a rosa.

Figura 30 – Gwen Stefani, videoclipe de *Baby don't lie*



Fonte: YouTube (2016).

Os vitrais assumem essa noção da decomposição da luz e do espaço para harmonização dos aspectos divinos e humanos, a luz que entra sob os vitrais ilumina o pensamento humano, ao mesmo tempo em que enaltece os aspectos do divino. Assim, os grafos fractais conciliam aspectos do conhecimento preciso e matemático (quase divino ou metafísico, ao menos) com os aspectos do randômicos e do aleatório que seriam da ação humana. O efeito de decomposição da luz e do espaço que o vitral obtém podemos observar na produção de fractais na contemporaneidade. Essa decomposição do espaço e da luz repercute sob a noção do homem que não se vê mais num espaço unificado e indivisível que ainda reina nas tapeçarias, que abre caminho para um novo olhar decomposto, irregular e assimétrico que compõe a estética gótica e que continua a repercutir sob a estética contemporânea de vídeos e de vídeos na rede digital.

Nos vídeos, o fractal, além de recurso estético de decomposição espacial, torna-se um elemento primordial para acompanhar a repetição do refrão das músicas ou mesmo conciliar os cortes da edição como elemento que integra a parte sonora e visual.

Atualmente, a falta de profundidade dos elementos simbólicos em vídeos é, estrategicamente, compensado por uma revitalização das tecnologias de espacialização do mundo, como a realidade aumentada e o alto investimento em imagens em três dimensões. Um dos aspectos fundamentais da visualidade contemporânea é o alto investimento ou uma revitalização das tecnologias de espacialização do mundo como a realidade aumentada

(*Pokémon Go*, *Google Glass*) e o alto investimento em imagens em três dimensões (3D). Se as imagens da modernidade tendem à domesticação do tempo dos indivíduos (os cinemas como fenômeno da ocupação das temporalidades de lazer, a TV marcando o tempo doméstico), as imagens pós-modernas tendem à domesticação do espaço com ferramentas de geolocalização de serviços (Uber), de realidade aumentada e de imagens em três dimensões, como manifestação do esvaziamento das políticas públicas sobre o espaço público ou como uma nova fronteira de geração de capital.

Além disso, as cores primárias são o espectro de cores que marca a Idade Média, cores com poucas variações que contêm padrões muito definidos de produção de sentido. As cores, ou os aspectos cromáticos nos vídeos, assumem um alto teor simbólico. Podemos elencar algumas hipóteses para isso: a cor funciona como um valor em si, isto é, a cor fornece a ambiência que será experimentada/consumida no vídeo; a cor compõe um elemento simbólico tanto na estética cinematográfica quanto na de vídeos na medida em que atua como outro ator que carrega em si a responsabilidade de contar os elementos narrativos. A relação que destacamos da estética medieval e a produção de vídeos é que neles a cor desempenha uma função psicológica como na Idade Média as cores dos retábulos desempenhavam a função de oratórios (expressão psicológica medieval), de um ornamento cristão e de fórmulas miniaturizadas da expressão religiosa cristã de junto com outras obras, como as tapeçarias e as iluminuras formam um conjunto bem coeso da expressão artística gótica. Nesses produtos simbólicos, cumpriam a função de dar visibilidade, narrar, condensar e explicar aos fiéis a fé cristã sem que fosse necessária uma leitura formal das palavras, as imagens com seus padrões hierarquizados, estilizado, chapado, dava conta de uma realidade onde poucos ainda conheciam as letras.

Uma imagem sem profundidade de campo, onde os elementos são superpostos ou reduzidos em escalas que codificam sua importância para a compreensão da obra. Os objetos representados não possuem uma tridimensionalidade capaz de dar o peso da singularidade que vamos identificar no Renascimento como o surgimento dessa identidade que expõe.

Outro motivo comentado por Eco (1997) são os motivos religiosos que definem a estética medieval. Na contemporaneidade, podemos identificar uma estética do leve, da leveza, quase transcendente, uma aparência metafísica que pode ser identificada nos mais diversos filtros usados em programas de edição de vídeo e fotografia, uma alternativa para recuperar esse caráter místico que o passado traz na contemporaneidade sem os compromissos políticos, nacionais ou de caráter de classe.

O caráter distintivo do artista que surge no Renascimento através do desenvolvimento da noção do gênio, do criativo, daquele que produz sua obra a partir de condições exclusivas e únicas de sua experiência intelectual é um modelo similar ao do artista da Modernidade, enquanto o artista do período medieval apresenta-se em escolas no qual sua cidade é a mais profunda representação da qualidade das obras, é uma produção coletiva, pragmática, decorativa.

Percebemos que a produção de vídeos em rede surge de forma aproximada àquela desenvolvida na Idade Média, apresenta um caráter coletivo de recortes de imagens vindas de outras fontes, pragmática de revelar a experiência singular do cotidiano, como pode ser identificada nos vitrais de igrejas da Idade Média, no qual o vitral compõe uma miscelânea no qual o sujeito poderia ver representada as alegorias da bíblia cumprindo uma função educativa. A igreja torna-se o elo pelo qual os moradores da cidade encontram-se e definem as divisões do dia com seu sino.

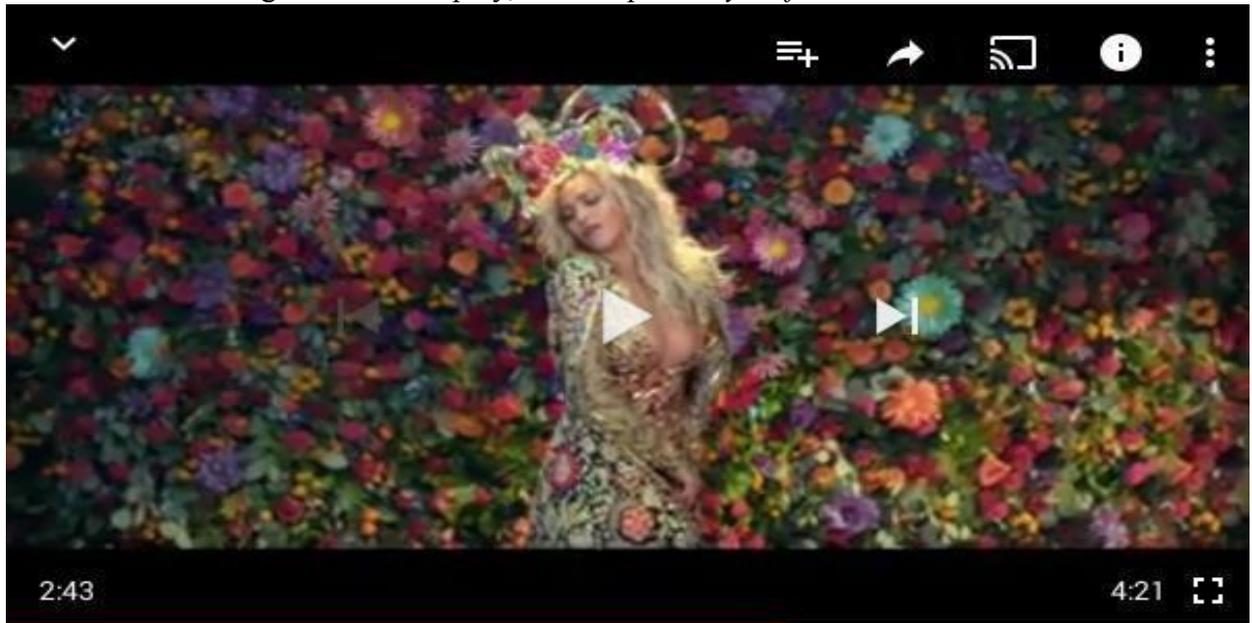
Neste sentido, pensamos que os vitrais hoje ganham a forma de interfaces que nos apresentam formas definidas e também cumprindo uma função educativa de como podemos acessar e produzir informação (visto que a maioria dos usuários não sabe programar) e que nos revelam imagens técnicas. A web, como dimensão socioafetiva que organiza as rotinas diárias, compõe rotinas e hábitos.

O termo seguidores remete à capacidade de o sujeito cooptar uma determinada audiência à produção simbólica em redes sociais, entretanto, verificamos também o caráter afetivo entrelaçado ao termo, bem como o usado no medievo de peregrinos ou fiéis, uma pulsão catártica de extroversão de sua singularidade através do ritual de acompanhamento do seu ídolo ou celebridade.

Uma das obras mais importantes da Idade Média é a Donzela e o Unicórnio. O unicórnio compreende a santificação da imagem feminina pela sua pureza virginal, há uma espécie de entrecruzamento entre as categorias místicas/religiosas com o desejo/pulsão sexual. Podemos encontrar alguns elementos dessa mesma fusão do místico com desejo sexual em vídeos produzidos em rede, particularmente, os desenvolvidos para serem uma coprodução de clipes musicais. As cantoras nesses clipes substituem o caráter angelical por doses de sensualidade, mas que ainda carregam um caráter místico ao possuírem elementos extra-humanos que conferem um sentido de estar acima dos demais humanos. Concebemos que os vídeos em redes digitais são mediados por uma pulsão sexual, principalmente, identificada na performance da dança e do corpo como objeto de atenção da narrativa. Um exemplo são os

videoclipes da cantora norte-americana Beyonce, nos qual a música serve de substrato para uma complexa coreografia que, muitas vezes, recebe inúmeras paródias.

Figura 31 – Coldplay, videoclipe de *Hymn for the weekend*



Coldplay - Hymn For The Weekend (Official video)

485.152.856 visualizações

👍 2 mi 💬 86 mil ➡



Coldplay Oficial

[INSCREVER-SE](#)

Fonte: YouTube (2016).

A tapeçaria seria uma das metáforas para compreender a produção de vídeos em redes, diversos fios, tramas e cores que compõem um quadro imagético distinto da linha que a produziu, mas que só ganha força em seu entrelaçamento, em sua possibilidade de estar intimamente ligado aos demais fios, mas o quadro geral será resultado do exercício coletivo de mestres tecelões que, contemporaneamente, são diversos usuários ligados através de uma cultura de lazer e espetáculo que torna a vida cotidiana o principal modelo pelo qual os fios da visualidade são tramados.

Além disso, de acordo com Eliade (2002), o nó e o simbolismo do tecer está intimamente ligado às funções da vida.

7 VIDEO, INTERNET E YOUTUBE

O *YouTube* nasceu em fevereiro de 2005 e abriu espaço a um mercado que estava restrito a um conjunto de pessoas ligadas às artes, à videoinstalação, ao cinema, à indústria fonográfica, isto é, permitiu o acesso a uma quantidade enorme de imagens que apenas circulava num mercado restrito de colecionadores de vídeos em VHS e outros formatos. Os vídeos, antes da era *YouTube*, constituíam duas redes organizadas bem distintas: a primeira fazia parte de grandes coleções de museus de arte contemporânea ao redor do mundo, particularmente, o Guggheim de Nova Iorque, o Pompidou, em Paris; e a segunda, de colecionadores particulares que trocavam entre si imagens gravadas de TV, filmes, documentários, videoclipes e imagens de registro da vida cotidiana.

O *YouTube* congregou esses dois mercados e abriu o caminho à produção imagética em escala global para os usuários comuns ao criar o slogan *Broadcast Yourself* (transmita-se você mesmo), oferece a possibilidade de o usuário pensar que seu vídeo caseiro possui a capacidade de alcançar uma grande audiência como os vídeos. O *YouTube* torna a experiência cotidiana, do fugaz, do presente imediato como temas fundamentais para convocar aos usuários a se desenvolverem com estratégias midiáticas.

O *YouTube* é devedor desse arcabouço museológico dos arquivos dos grandes museus contemporâneos à medida que iconoclastia, videoinstalação, uso do corpo presentes nos primeiros grandes produtores de vídeos artísticos, como Bill Viola, Vitto Acconci e Num June Paik.

O *YouTube* torna-se cenário fundamental do fenômeno da individualização das mídias, da desprofissionalização ou entrada de agentes amadores na produção midiática, a proliferação de serviços, técnicas e dispositivos de produção de imagens por amadores. Assim, há um embaralhamento no campo midiático de produção audiovisual que antes era dominado pelas duas grandes telas (cinema e TV), com a entrada de mídias de produção, compartilhamento e consumo de imagens por amadores vai redefinir o campo midiático. Enquanto na TV há uma economia centrada num sistema de produção comercial definido como a indústria cultural. A força da TV encontra-se na organização da grade de programas que estrutura o tempo social e orienta os gostos. Segundo Nicolas Thély, o *YouTube* redistribui o campo do visual na esfera do audiovisual e, acima de tudo, milhões de vídeos caseiros ou confinados ao espaço doméstico ganham o espaço midiático através de efeitos de paródias, fotomontagem, citação, *ready made*, efeitos de pós-produção tornando o meio, como definiu Johan Grimonprez uma *you-tube-o-teca*.

Outro aspecto artístico identificado na produção de vídeos em redes digitais como, acontece no *YouTube*, pode ser analisados através da evolução da videoarte, como descreve Christine Van Assche (1992).

Nos anos 1970, a videoinstalação desviou-se da instalação minimalista e conceitual, conjugando elementos próprios do equipamento vídeo (câmera de vigilância e monitores). Dan Graham e Bruce Nauman foram os pioneiros. A performance também deu lugar a uma certa forma de instalação: dos artistas do Fluxus, como Nam June Paik e Wolf Vosteil investiram primeiro nesse território. A instalação tornou-se um lugar crítico que carrega em si a relação espaço e tempo, mas também as modalidades de recepção pelo espectador.

Assim, identificamos alguns elementos que são constitutivos para a produção de imagens em redes digitais, que é a relação com a tradição artística da videoinstalação no qual eram analisados os dispositivos de vigilância da sociedade midiática tradicional no qual o duo câmera/monitor das videoinstalações dos anos 1970 será o duo que guia a relação produção/consumo em ambientes digitais, a câmera que estava sendo investigada por esses artistas na sua dimensão de vigilância dos espaços e nas décadas de 1990 na dimensão narrativa, de produção de efeito do real. E o monitor como sendo o espaço dedicado ao consumo subjetivo, da montagem espacial das imagens técnicas, da produção de sentido pelo público, um espaço mediado pela tela ou pelas múltiplas telas de forma distinta que ocorria na TV e no cinema, onde o monitor servia apenas o monitoramento da produção de programas e filmes, ou seja, servia ao diretor como medida de controle de produção de captação da imagem. O termo monitor, largamente usado no início do desenvolvimento da produção de computadores pessoais como dispositivo que se encontra a tela, esconde o seu significado original de controle, vigilância, monitoramento da imagem que é captada, isto é, o público instaura-se como agente produtor de imagens à medida que se supõe que o monitor registra imagens em tempo real no qual ele poderia ter algum papel interventor ou mediador a partir de sua produção de sentido da imagem consumida, segue a mesma lógica dos *realities shows* em TV aberta que no Brasil surgiu no início dos anos 2000.

Assim como identifica Stéphanie Moisdon (2002), o vídeo instaura-se durante os anos 1970 e 1980 como um fenômeno de transição entre a arte conceitual e a cultura popular, integrando os processos cinematográficos em coexistência com outras formas plásticas para gerar novas formulas narrativas e mexer com as regras e princípios cinematográficos, principalmente com o fora de campo, a noção do espectador, a noção de autor. O cinema, a partir dos anos 1960, segundo Moidson (2002), enfrenta uma crise como uma narrativa totalizante, ela se descontrói frente a novas possibilidades de produção de sentidos, a

banalização e inflação da imagem, as experiências filmicas e a sua própria identidade, assim, o vídeo torna-se um dispositivo de cartografia aos novos diretores para a construção de novas estruturas temporais e processos de montagem.

Essas experiências filmicas com o vídeo tendem a apresentar a gênese da imagem, seu modo de produção, o espaço cego, recriando novas narrativas para a compreensão da obra, ou seja, consiste em reenviar ao indivíduo a imagem revelando temporalidades e espacialidades antes não reveladas ao público. O que garante ao público o efeito de organizador da narrativa e ampliando os limites do modo de consumo das imagens filmicas.

Experiências como o filme *Janela Indiscreta* (1954), de Alfred Hitchcock, antecipam a ideia da multiplicidade da câmera e do olhar subjetivo sob o jogo de luz e sombra, a vigilância que é a base constitutiva do vídeo e, acima de tudo, a presença do corpo como meio de observação do mundo. O personagem principal, após ter quebrado a perna, fica durante dias em casa para se recuperar e, através de uma câmera fotográfica pessoal, observa a vizinhança (o tema do ócio e do lazer como fundamentais para a produção de narrativas em redes sociais digitais) e desconfia do homicídio cometido por um vizinho. Os temas fundamentais do vídeo aqui representado pela câmera fotográfica (visto que atualmente as câmeras fotográficas e os aparelhos celulares apresentam a função de registrar vídeo) são elencados num clima de tensão e suspense que produzem no espectador um efeito de suspeita sob seu olhar já que, muitas vezes, o diretor brinca com a perspectiva em primeira pessoa do personagem principal e, em outras, apresenta o plano em terceira pessoa, nesse jogo de planos e olhares que o espectador constrói sua perspectiva de narrativa. Muitas vezes, o personagem principal recorre à câmera como recurso de registro para comprovar que seu olhar subjetivo não o está enganando, isto é, o dispositivo como recurso último e legítimo de adequação entre esses planos de imagens.

Mitocrítica e crítica de vídeos

Durand (1996) propõe uma mitocrítica que leve o imaginário como um saber entre saberes, isto é, um conjunto de saberes que estaria entre as disciplinas. O autor propõe que o estudo sobre o imaginário deve ser compreendido como um museu de imagens ou reserva de museu, ou seja, como um conjunto de imagens produzidas pelo homo sapiens até o atual estado temporal.

Assim, Durand (1996) analisa que a imagem invade todos os campos do saber a partir do final do século XIX, como a química dos suportes, física das comunicações. Neste sentido,

como enfatiza Durand (1996), é o imaginário que emerge em todas as disciplinas e as reforça. A emergência dos estudos sobre imaginário surge, num primeiro momento, nas letras e artes no sentido de compreender os sentidos históricos atribuídos às imagens no Ocidente, particularmente, nos períodos como Renascimento, Barroco, Romantismo, etc.

Durand (1996) aponta Bachelard como um dos pioneiros neste estudo hermenêutico interdisciplinar das imagens. Assim, de acordo com Durand (1996), esses estudos literários e artísticos sobre os sentidos das imagens foram as bases pelas quais se desenvolveu a mitocrítica praticada pela Escola de Grenoble. Desse modo, propomos, ao longo de nosso trabalho, um exercício hermenêutico interdisciplinar que leva em conta os aspectos da imagem em seu contexto simbólico como no aspecto social de produção de sentido. Contamos com os aspectos sociológicos como ferramentas para aprofundamento do sentido social das imagens técnicas, ou seja, contamos com o instrumental teórico de autores como Jameson (2006), Benkler (2006) e Castells (2005) para elucidar as condições sociais de produção da imagem técnica.

Partimos da premissa de trabalhos de Dumézil (1973) como fórmula para um estudo interdisciplinar dos aspectos simbólicos das imagens contemporâneas, ou seja, consideramos as condições sócio-históricas como elementos fundamentais para integração da imagem simbólica dentro de uma pesquisa em Comunicação.

Ainda de acordo com Durand (1996), foi através da etologia, ciência do comportamento humano e animal, junto aos estudos do poder simbólico e suas diversas manifestações, que permitiu a emergência dos estudos do imaginário. Portanto, como avalia Durand (2002), há a necessidade dessa transdisciplinaridade na busca dos confins dos sentidos das imagens.

Segundo Durand (1996), o imaginário não se constitui como disciplina no sentido de um saber petrificado, mas como um lugar entre-saberes que vem revitalizar as condições de compreensão da imagem e como esses sentidos imagéticos produzem uma compreensão do real.

Assim, Durand (1996) aponta da necessidade da transdisciplinaridade das ‘disciplinas’ modernas para conseguir resgatar os símbolos como constitutivo do funcionamento específico do pensamento humano.

O presente trabalho, dentro de uma perspectiva interdisciplinar dos estudos do imaginário e sociológico sobre o fenômeno do vídeo em redes digitais, justifica-se, como defende Durand (1996), por dois pontos: a oportunidade histórica de compreender um fenômeno contemporâneo de comunicação que interliga diversos atores sociais: sujeitos, redes

digitais de comunicação global, grupos sociais e o próprio vídeo visto como um agente não-humano. O fenômeno do vídeo em redes digitais invade as pautas de jornais, programas de entretenimento e torna-se o motor de interações entre sujeitos dentro de redes digitais. Compreendemos que há uma grande oportunidade de verificarmos quais elementos que são constitutivos dessa comunicação imagética e como essa comunicação oferece meios para o desenvolvimento estratégico do capitalismo e de desenvolvimento de devires e identidades.

O segundo aspecto de justificativa desta tese refere-se à pertinência do objeto, o vídeo em redes digitais constitui-se como agente de produção contemporânea de saberes sobre o modo de produção imagética, isto é, como produzimos imagens na contemporaneidade? A resposta, certamente, atravessará a imagem do vídeo como elemento estruturante para compreendermos tanto a lógica de produção (micro e macro) quanto à lógica de consumo de bens culturais. O vídeo como elemento de coesão das comunicações em redes digitais. O exemplo mais evidente que dispomos são os videoclipes como fórmula estratégica de comunicação de um determinado músico para seu público, ou seja, ao se desenvolver no plano do marketing (número de visualizações, comentários e de inscritos no canal do artista), no plano de comunicação (como meio de expressar o seu repertório para os mais diversos públicos), no plano de desenvolvimento da rede social (ao disponibilizar uma plataforma para a publicação de vídeos e a sua monetização) e no plano político de desenvolver uma cultura de vigilância visual no qual o vídeo é o meio mais eficaz de saber o que acontece no mundo.

Durand (1996) aponta quatro fases históricas pelas quais os estudos do imaginário vão tentar superar para se estabelecer dentro de um marco gnóstico-hermenêutico. O primeiro momento é monoteísmo racionalista do Iluminismo como sistema epistemológico baseado nos princípios lógicos de Aristóteles e Descartes. O segundo momento é do historicismo positivista de Auguste Comte baseado no mito messiânico do Ocidente. O terceiro momento histórico que vai marcar o desafio dos estudos do imaginário é o da constituição da intelectualidade psiquiátrica vienense da *Belle Époque*, no qual se desconhece o comportamento antropológico e tenta-se impor um modelo que possa ser aplicado a diversos povos. E o quarto momento, de acordo com Durand (1996), é da linguística saussuriana baseada num estruturalismo que esvazia o sentido antropológico, restando muito pouco do sentido, deixando a estrutura como modelo de compreensão de si mesma.

Portanto, de acordo com Durand (1996), os estudos do imaginário vêm a indicar um método entre saberes face a um objeto que está na inter-relação de toda comunicação humana, o sentido. Assim, de acordo com Durand (1996), os estudos do imaginário vêm a ser uma possibilidade de centralizar pesquisas tão afastadas uma das outras. Ela permite congregar a

base da comunicação humana e funda-se no arquétipo como a categoria matriz pela qual se criam todas as imagens. E que o primeiro discurso, de acordo com Durand (1996), é do mito.

Assim, é preciso, nos estudos do imaginário, compreender as derivações do arquétipo nas mais diversas situações geoclimáticas ou etno-sociológicas, isto é, compreender essas relações que o arquétipo produz nos mais diversos contextos que permite que se investigue a perenidade do arquétipo e do mito como matrizes da condição humana.

Desse modo, de acordo com Lévi-Strauss (2008), o mito é o discurso que cada vez se traduz melhor e que, portanto, cada vez trai menos em sua tradução. Assim, é empreendido um esforço de leitura mais compreensivo sobre esse discurso mítico no qual devemos identificar o arquétipo como a matriz pela qual poderemos desenvolver qualquer estudo sobre o sentido das imagens.

O mito, de acordo com Durand (1996), decompõe-se em alguns mitemas que conferem sentido arquetípico, isto é, são elementos essenciais para compreensão do mito em sua forma plena. O que garante sincronicidade e permite sua leitura dentro de um espaço sociocultural determinado.

Segundo Durand (1996), a análise do mito é fundamental para a compreensão do trajeto antropológico devido ao seu caráter de pensamento indireto, ou seja, o pensamento simbólico se efetua sempre onde há um espaço, um desvão entre significante e significado, um pensamento que se concretiza pelas múltiplas derivações entre a rigidez do significante e as variações de significado.

Neste sentido, em nossa análise vamos manipulando (ato de mexer com as mãos) o arcabouço sociológico para entender as condições de emergência do fenômeno vídeo e sua relação com os demais campos sociais e, assim, conseguir chegar aos arquétipos e mitos que se fundam os mais diversos tipos de vídeos. Um caminho que percorre as condições de produção social para chegar nas matrizes de produção de sentido das imagens obsessivas de nosso tempo. Assim, nos primeiros capítulos, investigamos as condições filosóficas de produção de imagem

Desse modo, em nossa tese, trouxemos um estudo interdisciplinar sobre a imagem contemporânea do vídeo em redes digitais através de uma investigação sociológica da imagem e da imaginação dentro de uma perspectiva da produção material de bens, uma análise filosófica da imagem em Bachelard, Durand e Belting e uma abordagem sobre as condições de produção de devir e identidade.

Desenvolvemos alguns aportes de uma estética de imersão que nos servirá como premissa para a leitura dos vídeos. Acreditamos na singularidade das imagens técnicas do

vídeo em redes digitais devido ao seu aspecto de emergência numa sociedade pós-industrial e individualizada. E, desse modo, propomos nos primeiros capítulos uma investigação teórica sobre imagem, devir, identidade e, subsequentemente, na materialidade da imagem técnica do vídeo em sua arqueologia visual.

Assim, elencamos sete vídeos que, no seu conjunto, tentam apresentar as principais marcas do imaginário em redes sociais digitais. O primeiro vídeo elencado apresenta a catástrofe do rompimento da barragem da Samarco em Mariana gravado por funcionários da empresa e depois utilizado pelo Jornal Nacional da Rede Globo como forma de vídeo do momento do desastre. Elencamos esse vídeo ao seu caráter representativo sobre as condições imaginárias que fundam seu discurso e por estar envolvido por um discurso ambiental que é um dos traços imaginários mais representativos de nossa sociedade contemporânea, isto é, o resgate do lugar da natureza em nosso debate social. Neste vídeo, analisamos sob a perspectiva do mito de Jonas, do engolimento, da voracidade da natureza em relação ao humano.

O segundo vídeo escolhido para este trabalho é do videoclipe *Sugar*, da banda Maroon 5, elencamos esse vídeo, pois ele apresenta outro traço desse imaginário de vídeo em rede digitais, o caráter celebratório da sociedade, uma eterna celebração no qual o capital invade todas as esferas de produção humana, aqui surge a derivação do mito de Baco, isto é, do excesso, da ebriedade, dos ritos e cultos que vão organizar o espaço temporal das sociedades. É através dos ritos de Baco que a vida social (como o casamento, no caso do vídeo analisado) ganha a dinâmica de mesclar elementos divinos como temporais de ordenar a vida em sociedade.

O terceiro vídeo analisado trata-se do vídeo *Animals*, de Martin Garrix e sua noção de zoolatria, acreditamos que, dentro dessa renovação da natureza dentro do discurso social na contemporaneidade, surge também uma zoolatria disfarçada em uma atenção maior aos animais domésticos, uso de animais como metáforas ao desenvolvimento humano e o animal como lugar de alteridade, o lugar do outro. Portanto, vamos elencar alguns mitos como o de Zeus que, muitas vezes, surge em sua forma zoomórfica para atender às suas necessidades ou mesmo, como destaca Durand (2002), que a zoolatria é ensinada desde a mais tenra idade como método de compreensão das possibilidades humanas.

O quarto vídeo analisado *Safe and Sound*, é um videoclipe que vamos analisar sob a perspectiva sociológica e mítica. Acreditamos que um dos elementos de nossa cultura visual contemporânea é o aspecto espectral no qual obras e temporalidades são desmaterializadas dentro de uma mesma proposta discursiva. Assim, o vídeo torna-se uma metáfora dos

aspectos inconscientes sobre nossa experiência do tempo e revitaliza a discussão dos aspectos conceituais da teoria da pós-modernidade.

O quinto vídeo trata-se dos mitos e derivações do princípio ascensional. A nossa análise trata sobre como a queda de um avião pode ser índice de uma lógica que privilegia o vetor de estar de pé e das construções socioculturais que privilegiam um eixo vertical do olhar. A queda como fenômeno crítico de uma realidade que organiza seus símbolos a partir de vetores ascensionais.

O sexto vídeo refere-se aos vídeos de manifestações políticas organizadas ao redor do mundo que pretendem se contrapor à ordem estabelecida e orientada a uma ação midiática. Selecionamos o vídeo *Radical Youth* como uma síntese de outros vídeos produzidos por grupos como *Black Blocs*.

Os vídeos na estética de imersão

Estudamos o vídeo da destruição ocorrida na noite de 5 de novembro de 2015 do tecido urbano do distrito de Bento Rodrigues, na cidade de Mariana, Estado de Minas Gerais em razão do rompimento de uma barragem de rejeitos minerais, apontando aspectos visuais da tragédia humana e, inicialmente, destacamos que há uma tradição dedicada a inscrever os mitos nacionais brasileiros como derivados de mitemas telúricos, tais como: o gigante adormecido, o Brasil profundo, “nesta terra, em se plantando, tudo dá”, terra “abençoada por deus”, e outras derivações de imagens obsessivas sobre um esquema de repouso, acolhimento e reprodução. O texto fundador da Carta de Pero Vaz de Caminha inaugurou a existência discursiva do país.

Brasil, a partir da visão da Enseada de Santa Cruz, em termos de paraíso-purgatório, evidenciando a ingenuidade e a inocência dos gentios (CASTRO, 1985). E se atribuirmos aos mitos a condição de fontes fundadoras dos discursos sociais, onde o real não é apenas estudado, mas sentido e vivenciado, é importante reconhecer que os mitos não são resíduos de uma longa trajetória antropológica, mas vetor de inserção do homem no campo simbólico e na experiência social. Assim, através do mito como uma ‘imagem narradora’ que compõe um quadro de compreensão do real é que se pode relacioná-lo à experiência cotidiana. Tomamos em consideração um vídeo amador inserido em reportagem realizada pelo Jornal Nacional da Rede Globo de TV exibida em 7 de novembro de 2015 (Figura 32). Analisamos como suas imagens possibilitam que o discurso jornalístico convoque elementos míticos para a formação

de um quadro sobre a tragédia do rompimento da barragem de rejeitos da mineradora Samarco.

Figura 32 – Imagem do vídeo de destruição da barragem em Mariana (Jornal Nacional)



Fonte: YouTube (2016).

Na análise que realizamos, perfilam-se duas hermenêuticas acerca da narrativa sobre o Profeta Jonas com vistas a produzir uma aproximação com a significação plasmada na narratividade midiática, centrados na cobertura jornalística do acontecimento. Assim, o texto possui duas seções principais. Abordamos a inscrição do mito como facilitador da abordagem da cobertura midiática à luz dos mitemas telúricos no Brasil, ocupados do simbolismo da lama e da poética da terra na deglutição de Jonas pela baleia. A continuação, abordamos a crítica da obra fotográfica de Sebastião Salgado, centrados nas questões da morte e de como observa Bachelard (1989), o mito bíblico de Jonas exerce um fascínio sobre o aspecto do devaneio interior, da intimidade da gruta. Podemos observar essa intimidade que o elemento terra sugere, pois há, no discurso midiático, um reiteramento dos aspectos bucólicos da vila de Bento Rodrigues, da cena pacata, de uma localidade que presenciou uma tragédia.

Isso pode ser exemplificado em relação aos termos distrito e vilarejo que identificam aquele espaço na região central de Minas Gerais como determinado por uma relação social coesa entre seus habitantes, como familiares ou amigos de seiscentos moradores. Uma hipótese que levantamos consiste em que essa mesma característica bucólica e provinciana teria feito com que a grande mídia apostasse na possibilidade de negligenciamento dos efeitos do evento.

Não se tratou tão somente de um vilarejo encoberto, de vidas ceifadas, mas ainda do deslocamento da lama em direção ao mar na região turística de Abrolhos, ademais, de seu impacto sobre o fornecimento de água no transcurso por cidades dos Estados de Minas Gerais.

O vetor de deglutição da lama foi o principal vetor da discursividade midiática, em particular, o aspecto de devoramento, da morbidez deglutiva, das imagens cósmicas da terra devoradora aliada ao impulso da fluidez aquática capaz de submergir vilarejos inteiros, como foi o caso de Bento Ribeiro.

Como Bachelard (1989) destaca com os mitos dos monstros marinhos que devoram barcos ou de peixes grandes engolindo os peixes menores, a fluidez e viscosidade da lama está presente na discursividade midiática quando são destacados os termos como: rio de lama, correnteza de lama. Sua figuração aparece também nas imagens trepidantes da lama escoando quando houve o rompimento da barragem e que foram produzidas por funcionários da empresa mineradora Samarco.

Destacamos o mito de Jonas, uma matéria capaz de revelar as condições pelas quais o discurso televisivo produziu sobre o acontecimento. As imagens de Jonas no ventre de uma baleia são elementos que nos auxiliam a compreender o desastre de Mariana, pois evocam imagens de acomodação, de nadificação digestiva, de acolhimento. Entretanto, a lama, principal mitema presente no discurso sobre a tragédia de Mariana, se articula com uma nadificação digestiva de caráter negativo, no qual a lama envolve o vilarejo, as ruas, os moradores, como a fome de um glutão. A proteção do ventre que a terra exerce sobre os esquemas simbólicos dá lugar à voracidade digestiva numa síntese entre imagens de integração e destruição. De tal modo, que os moradores desaparecidos não são nomeados ou mesmo apresentadas suas imagens, como se a lama tivesse engolido até sua identidade e os reintegrasse numa só entidade coletiva: os moradores, vítimas ou desaparecidos de Bento Rodrigues, em Mariana.

Consideramos, assim, que a lama se faz num mitema importante para compreensão do evento; a lama alia as propriedades da terra e da água, um elemento intermediário que apresenta a fluidez e instabilidade da água com a força e estabilidade da terra. A lama torna-se uma intersecção entre as propriedades da terra (dureza, aspereza, densidade, força telúrica e solidez) com as propriedades de água (transbordamento, corredeira, deslize, evasão, fluidez e escoamento). Tais propriedades, ao interseccionar-se pelo rompimento da represa, criam o efeito misto de fluidez sólida, rio de material sedimentar que devasta o que encontra pela frente, tanto por seu aspecto de corrimento quanto pelo de sua solidez.

Em Bachelard (1989), a terra é vivida como um esquema biomorfológico do repouso. Com o advento da catástrofe, a lama torna-se o polo inverso do esquema de repouso e ganha as características de água. A lama ‘invade’, ‘destrói’, ‘corre’, ‘desliza’ como a água e inverte-

se em direção ao polo negativo, visto que ela corporifica a terra e ganha volume e densidade que a água não apresenta.

Analisando por outro aspecto, o devaneio da terra exerce duas funções: uma de ventre sexual e outra de ventre digestivo. Quanto ao aspecto digestivo, podemos considerar a avidez da deglutição que pode ser verificada nas imagens de soterramento, de invasão, cobertura da terra onde antes havia casas, ruas e escolas. O autor aponta que uma das imagens obsessivas desse aspecto digestivo da terra é da vítima engolida, da ofensividade e violência das imagens derivadas desse esquema de engolimento de um vilarejo. Verificamos, nas imagens produzidas, que também é possível reconhecer o esquema do engolimento nos corpos de quatro desaparecidos. Trata-se, portanto, não apenas do desaparecimento da vida biológica de seres vegetais e animais, dentre os quais 15 vítimas humanas, como também dos corpos.

Verificamos o mitema presente nos discursos jornalísticos na medida em que não conseguem definir as propriedades da lama e apelam a expressões como: resíduos de minério, resíduos de ferro, lama e água. Nele, a água que ganha as funções de limpeza e higiene nos esquemas simbólicos ocidentais, é invertida quando ela se mistura à terra, a lama torna-se uma metáfora da sujeira, de iniquidade, de toxidade.

A lama torna-se símbolo de escoamento e erosão de energias simbólicas, pois a terra, de acordo com Bachelard (1989) libera aspectos de impulso sexual e da vida, a lama funciona a partir de esquemas duplo de pulsão sexual e de acolhimento que é traído quando a terra assume aspectos aquáticos. A água assume em contextos simbólicos a propriedade das profundezas e da morte e acaba sendo ressignificada pelo elemento terra que possui o sentido de leito da vida e da reprodução, assim, a lama é uma terra com as propriedades negativas da água, uma terra que não produz, mas que destrói, invade e torna o ambiente inóspito. Além disso, os termos barragem e represa, usados frequentemente no discurso jornalístico, ocorrem num contexto simbólico que se confunde com a ideia de contenção da água, o que acaba por mesclar a duplicidade dos elementos.

Dentre as propriedades da lama, convém apontar que, ao mesmo tempo em que destrói a capa superficial do solo, ela seca, enrijece, impregna e cria uma crosta que solidifica o desastre. Figura-se uma espécie de aprisionamento por obra da atemporalidade. Assim, percebemos, nas imagens do desastre de Mariana, conforme tem sido enquadrado no campo midiático, uma poética da terra invertida, isto é, ao invés de servir como espaço de proteção e cultivo, a terra torna-se vilã, inimiga que esconde seus mortos, que soterra, tal qual a erupção vulcânica do Vesúvio que converteu uma cidade em mausoléu.

Nas imagens aéreas do distrito de Bento Rodrigues, torna-se um elemento imagético importante de análise a foto de um carro sobre o teto de uma casa destruída, isto é, a partir do momento que os elementos estão embaralhados e não mais cumprem suas funções e espaços que a tragédia pode ser compreendida. Um carro que foi encontrado sobre um telhado é a marca da violência da força da lama em direção ao vilarejo. O carro é signo desse embaralhamento de sentidos entre as propriedades da água e da terra, o carro foi erguido pela solidez e pelo volume da terra combinada à avalanche do tsunami de lama tóxica.

Figura 33 – Tsunami de lama em Mariana deixa um carro sobre um telhado



Fonte: YouTube (2016).

As derivações que a lama de rejeitos minerais ganha num contexto simbólico como portadora de um enigma como enfrentar algo que não é exclusivamente terra ou água. O processo dialético instaura-se, o que agrava ainda mais o percurso do discurso midiático a partir do que as mídias tradicionais se articulam por esquemas tipificadores e redutores, ou seja, como avaliar um fenômeno social complexo que se instaura num contexto ambiental determinado aliado aos mitemas telúricos que fundam nossa identidade nacional.

Como descreve Gaston Bachelard (1989, p.115): “O complexo de Jonas irá marcar todas as figuras do refúgio com este signo primitivo de bem-estar suave, cálido, jamais atacado. E um verdadeiro absoluto de intimidade, um absoluto do inconsciente feliz”. Assim, o desastre foi dificilmente assimilado pelas mídias tradicionais do país devido a esse fator que a terra evoca, da calidez e de proteção, a lama inverteu essas representações de acolhimento e ressignificou nos termos de afogamento aquático e soterramento. Analisamos que a lama

surge em raras ocasiões nos discursos midiáticos, surgindo como elemento de erosão e desmoronamento de encostas de ocupação irregular urbana de regiões periféricas metropolitanas. A lama, como símbolo de pobreza e de favelas brasileiras, entra no debate nacional como elemento do maior desastre ambiental, isto é, a lama deixa seu contexto delimitado de pobreza para a discussão ambiental e econômica de atividades como mineração de ferro, uma das principais commodities brasileiras.

Entretanto, percebemos que essa duplicidade da lama, pelo seu caráter aquático, mineral e terreno, assume suas contradições quando invade os vilarejos e o foco de atenção para ser a preocupação pelo abastecimento de água de cidades de Minas Gerais, denominadas Águas Claras, Ponte do Gama, Paracatu e Pedras, além das cidades de Barra Longa e Rio Doce no Espírito Santo. A lama, por suas propriedades como densidade, sujeira e turbidez, nega os atributos requeridos pela água potável e faz com que os discursos midiáticos passem a anunciar a morte do Rio Doce e sua bacia hidrográfica, apresentando peixes mortos ao longo do rio e revelando o contraste cromático entre as águas contaminadas pela lama adentrado o espaço das águas do Oceano Atlântico. O efeito bicolor produzido sugere recordar o logo da empresa Vale do Rio Doce, uma das controladoras da empresa Samarco, junto à empresa anglo-australiana BHP Billiton, e exploradora original das jazidas (Figura 34).

Figura 34 – Comparação entre o efeito do desastre no meio ambiente e o logo da Vale



Fonte: Portal G1 (2015).

Bachelard (1989), apoiado na leitura de Carl Gustav Jung, compreende que o mito de Jonas se configura como narrativa alquímica, expressa numa ordem decrescente entre a

matéria uterina e a água primitiva. Uma escala de valor para a qual o princípio de vida desce em direção ao mercúrio considerado como princípio feminino e de escoamento.

Entendemos que esses princípios alquímicos são reativados mesmo que inconscientemente no discurso jornalístico na medida em que os resíduos de ferro presentes no rejeito resultante da exploração mineradora são ativados como elemento predominante na lama que vazou da barragem. O ferro, nos princípios alquímicos, liga-se ao planeta Marte e às qualidades do seu regente como força, resistência, representado pelo escudo de Marte ♂, símbolo identificado como vetor masculino de dominação. A fúria do elemento ferro, por identificação mitológica com o deus Marte, é ressignificado pelos usos midiáticos de expressões como ‘enxurrada’, ‘força’ e ‘violência’ da lama.

Neste sentido, o mito de Jonas, investido por uma lógica alquímica, sugere pistas para a compreensão de elementos míticos presentes nos discursos midiáticos. O elemento ferro simbolizaria o vetor masculino. Seu princípio vinculado à lama detentora de qualidades transicionais do mercúrio afiançam forças virtualmente produtoras de imagens obsessivas. O conjunto de vetores masculinos que são negociados conta, assim, com o princípio alquímico do ferro com um outro, passivo, que é o do mercúrio. Ademais da passividade, mercúrio é úmido e promove um retorno ao estado primordial, sendo representado pelo caduceu, um objeto de insígnia dos arautos. O mercúrio, ainda de acordo com princípios alquímicos, seria um elemento de transição entre estados físicos sólido e líquido, entre vida e morte, popularizado no termômetro que por ele indicializa a temperatura corporal. Já na imaginária do mundo das notícias, é um elemento metálico que, em condições normais, se apresenta sob forma líquida. Na mitologia grega, sua denominação é de Hermes, o mensageiro, sendo comum a denominação de mercúrio a muitos jornais, como o grupo de diários do Chile, onde se destaca o quase bicentenário ‘El Mercurio de Valparaíso’, bem como um extinto diário da Espanha e circulantes no presente em países diversos como o mito de Jonas convoca ainda um aspecto sexual, do novo e do nascimento, de abandono do princípio de proteção uterina. No entanto, no evento de Mariana, esse aspecto é convocado em seu aspecto da morbidez. A lama não apenas engole, mas também aniquila.

Recordando a Bachelard (1989), o herói no mito de Jonas é engolido e preservado no interior da baleia, de onde recorre a estratégias de fuga; um processo de gestação que se afirma nesse aspecto de nascimento e proteção uterina é convocado na cobertura jornalística quando são mostradas as imagens do ‘ginásio de esportes foi transformado em abrigo’, ou em reportagens sequentes que questionam o ‘novo lar’, ou abrigos provisórios das pessoas prejudicadas pela tragédia na cidade.

Figura 35 – Ginásio de esportes é transformado em abrigo após desastre em Mariana



Fonte: YouTube (2016).

As derivações simbólicas que a lama de rejeitos minerais ganha enquanto portadora de um enigma determina enfrentar a significação de algo que não é exclusivamente terra ou água. O processo dialético instaura-se agravando o percurso da narratividade midiática a partir das mídias tradicionais que se articulam por esquemas discursivos tipificadores e redutores. Como avaliar um fenômeno social complexo que se instaura num determinado contexto ambiental quando aliado aos mitemas telúricos que fundam nossa identidade.

Nos termos do consagrado fotógrafo Sebastião Salgado, o evento foi considerado como a maior tragédia ambiental da história do Brasil. Ele ponderou que a catástrofe significa a morte repentina do Vale do Rio Doce que, no entanto, envolve um panorama mais complexo, derivado de intervenções responsáveis pelo esgotamento das matas ciliares pela agricultura intensiva, pela atuação dos poderes públicos de um conjunto de 230 municípios e quatro milhões de habitantes que, praticamente, não contam com rede de esgotos, jogando no rio todo tipo de poluição. O ofício de fotojornalista o consagrou como referência internacional e lhe proporcionou desenvolver projetos fotográficos em distintas partes do mundo. Destacamos que John Mraz (1998) entende que a fotojornalismo de Salgado deve ser tomada como *fine art* ao inclinar-se mais para o polo expressivo do que informativo, ocupado antes com a simbolização do que com o referente da fotografia. “Suas fotografias provocam e perturbam deliberadamente; elas não são fáceis de olhar porque assim não as supomos” (WOLFOR, 2011, p. 4). Diz-se que elas despertam para a dignidade do humano avassalado

por distintas condições socioeconômicas, abrindo uma discussão sobre a possibilidade de uma estética da miséria e suas implicações éticas, conforme apontou Carla V. Albornoz (2005).

Em seu livro de fotografias ‘Outra América’, teria tomado um passo adiante, ligando a alienação à vida tradicional: tristeza, miséria, morte e enigma são onipresentes no conteúdo de suas imagens (MRAZ, 1998). Já para a promoção de seu mais recente livro, conforme se apresenta no site da editora alemã Taschen, o fotógrafo desponta por sua reconhecida comiseração frente à condição socioeconômica avassaladora de parte da humanidade. Em “Gênesis”, Salgado buscou aproximar-se da “natureza e da ecologia” ao entender que quase metade do território do planeta encontra-se como “no dia da criação”.

Seu engajamento em questões sociais traria a Salgado em certo sentido o julgamento do Profeta Jonas, aquele que aprendeu de seus erros. A catástrofe demonstrou, para muitos, que a relação de grandes empresas com o Estado brasileiro coloca em risco o ecossistema. Criador do Instituto Terra, situado em propriedade de sua doação derivada de herança familiar.

Em meio à comoção, o consagrado fotógrafo natural do interior mineiro, doutor em Economia pela Sorbonne, internacionalmente reconhecido em sua dedicação às questões ambientais, começa a ser cobrado pelas mídias sociais. Caberia a ele emitir uma convocação no sentido de promover esforços para a recuperação dos danos. Nesse processo, desenterra-se uma relação complexa com as multinacionais do minério. E, assim, Sebastião Salgado tem sua obra indelevelmente embaralhada com os sentidos produzidos pela tragédia de Mariana. É apontando para o drama pessoal e profissional proveniente de profunda ironia que colhe o consagrado fotógrafo brasileiro que derivamos nossa análise sobre o caráter mítico DA cobertura da mídia, observamos como foi lenta e restrita, especialmente, tendo em consideração o clamor em torno das consequências ambientais da tragédia. Salgado foi cobrado a respeito da oportunidade de seu engajamento numa causa social em território que é o de sua origem pessoal. Cabe, assim, indagar se teria seu prestígio algum poder de amenizar a tragédia ao situar-se na ordem ideológica naturalizada da sociedade de consumo quando ele afirma que qualquer automóvel produzido no Brasil se utiliza dos minérios processados naquela região. A reputação de Salgado sofreu um estranhamento provocado pela apoteose neoliberal que permeia a narratividade midiática. Sua lógica mostra-se escorregadia frente ao fascismo de interpretações midiáticas oportunistas, que manipulam o opróbrio popular.

Prosseguindo na hermenêutica bíblica, à luz da tradição do Antigo Testamento, recordamos que Jonas poderia ser considerado um falso profeta, dado que seus vaticínios não se efetivaram. Nos termos de Souza (1984, p.336): “Jonas agradeceu ter sido salvo. Mas o

senhor mandou de novo Jonas ir pregar a palavra de Deus em Nínive. Desta vez Jonas obedeceu. Foi a Nínive e disse ao povo que Deus mandou que ele disse: ‘Dentro de 40 dias Nínive será destruída’”. No entanto, a capital dos Assírios, ao ser poupada da destruição em razão de que Deus teria mudado de vontade, colocou Jonas em situação complicada. Inicialmente, ele havia-se negado a lá realizar lá suas pregações, ocasião em que foi engolido pelo grande peixe (a baleia). Na segunda situação em que ele se decide a obedecer, a cidade foi poupada e sua reputação foi subestimada com a profecia não realizada.

A leitura alternativa, igualmente amparada pela Teologia da Libertação, recorda que Jesus, quando questionado pelos escribas fariseus, doutores da lei, sobre sua autoridade como pregador no templo: “Então alguns escribas e fariseus disseram a Jesus: - Mestre, queremos ver um sinal da tua parte. Ele respondeu-lhes: - Uma geração perversa e adúltera busca um sinal, mas nenhum sinal lhes será dado, a não ser o sinal do profeta Jonas” (BIBLIA, 2001). A interpretação bíblica permite alcançar um possível entendimento de uma notícia que despontou promovida como presente natalino. Trata-se de uma atitude atribuída ao anônimo fotógrafo profissional Elcio Pereira Rocha; sua recuperação de fotos pessoais e familiares das vítimas que possuía em seus arquivos ganhou manchetes (PORTAL G1, 2015). Algo que estava soterrado na recepção da militância profissional do fotógrafo internacional foi deliberadamente liberado em contraposição à promoção do fotógrafo interiorano.

O aspecto da contaminação é convocado como o oposto à pureza das águas ou como descrito em reportagens posteriores às águas barrentas. A lama torna a água imprópria para o consumo que, por sua vez ‘mata o Rio Doce’. A abrupta destruição da vida vegetal e animal na bacia hidrográfica do Rio Doce foi tema central de outras reportagens que se seguiram à devastação do distrito de Bento Rodrigues. A morte do rio é anunciada pelas propriedades de turbidez e coloração da água em contraposição à limpidez e transparência esperadas numa correnteza fluida. Destacamos que, no imaginário da vida, ainda se alinham o universo mítico heroico de pureza, limpidez e clareza, enquanto o imaginário da morte relaciona-se com o universo mítico místico das profundezas, da escuridão e da turbidez.

Outro vetor de sentido a ser considerado é a qualidade de sujidade que a lama sugere, isto é, as impurezas da água e da terra misturados que acabam por criar o sentido decontaminação, próprio dos rejeitos de exploração mineral e que impregnam o discurso jornalístico daquilo que a posse da terra nos tem assegurado: “[...] solidez do mental, das certezas dos valores seguros” (DRAVET, s.d.) que, como se vê, não mais nos asseguram nada, pois até os minérios que nos enriquecem têm o poder de nos intoxicar.

Como destaca Bachelard (1996), a terra apresenta um caráter onírico de ser oco, da constante do devaneio da intimidade, da acomodação e do repouso, assim, a lama quebra com esse aspecto da acomodação e do repouso, restaurando um devaneio do desequilíbrio, da inconstância e do ritmo. Podemos observar essa quebra de sentido pela própria tradição histórica da região afetada, que é chamada das Minas Gerais decorrente tanto de seu aspecto econômico quanto do aspecto simbólico de um Brasil profundo, tradicional, antigo, que, por sua importância, definiu os rumos políticos e sociais do país nos últimos três séculos. Esse aspecto do Brasil profundo versus o Brasil litorâneo será apropriado nas matérias jornalísticas subsequentes quando é dada ênfase na poluição causada pelo encontro das águas do mar com a água do rio contaminado pela lama nas praias do Espírito Santo. O equilíbrio de valores jornalísticos é tênue neste aspecto, pois cria-se o efeito de que as vidas perdidas no distrito de Bento Rodrigues talvez não fossem tão importantes quanto o impacto ambiental sobre o litoral. Um Brasil profundo que vem interferir na lógica do Brasil litorâneo; os dois Brasis são categorizados e interpretados em lógicas distintas pelos discursos midiáticos.

A cobertura jornalística, ademais, ocorre num momento particular, pelo qual é possível derivar-se para um patamar de sentido em que a sujidade não apenas é atributo do evento trágico ao redirecionar o interesse discursivo advindo do tema do desastre ambiental para a esfera das questões políticas. Talvez sua exposição tenha tido falta de oportunidade face à crise política vivenciada no ano de 2015. No entanto, a tragédia de Mariana, no nível da esfera pública, articula as denúncias de corrupção econômica como foco disputado com a cobertura jornalística da denominada Operação Lava-Jato e seus desdobramentos. Como extrapolou a manchete de toda a primeira página do diário Estado de Minas de 26 de novembro: “Nas praias, nos rios, no Senado... SUJEIRA PRA TODO LADO”.

ao universo feminino persistem noções pejorativas que são definidas pelo mitema da lama e de suas derivações imagéticas. Recordamos o enfoque desenvolvido por Florence Dravet (s.d.), quando articula a figura do feminino como um dos monstros catastróficos e aponta na tapeçaria medieval do Apocalipse a imagem da prostituta sobre as águas. Dravet encaminha uma digressão para Oxum, deusa das águas doces e filha de Iemanjá.

A análise aqui esboçada permite compreender que a lama, no sentido mítico, sintetiza os valores pelos quais o discurso jornalístico compreende a sociedade e sua função, isto é, uma moção social ligada ao desenvolvimento retilíneo e crescente proveniente da tradição iluminista, sua função emancipadora e esclarecedora, tomando-se o esclarecimento como a lama como mitema desenvolve uma intensa relação sobre o imaginário nacional brasileiro. Em conformidade ao esquema de análise aqui proposto a partir da tragédia de Mariana, postulamos uma hipótese sobre as imagens midiáticas do Brasil. Entendemos ser pertinente apontar que, especialmente o discurso jornalístico nacional sobre o Brasil, sustenta uma compreensão estigmatizada e atrelada ao mundo colonial-escravocrata pertinente ao controle da terra e suas riquezas, concebendo-se, a partir daí, suas derivações míticas. Apesar de se constituir como nação poderosa, Estado territorialmente grande, com um solo rico em minérios e de grande produção agrícola, os vetores ligados à terra, tais bens são vistos nas imagens de brasileiros sobre o Brasil com passividade, traços de subdesenvolvimento e obscuridade. Sua figuração carece de elementos enriquecedores para uma tradição mitológica própria, característica observável quando comparados à tradição mitológica heroica ascensional e aérea dos países da antiguidade que constituem o imaginário ocidental.

Vídeo 2 Sugar Maroon 5

De acordo com Lipovetsky (2013), o videoclipe surge como uma tentativa de superação da crise da venda dos discos nos anos 1970, como uma via para a venda de novos álbuns de música, o videoclipe como um instrumento privilegiado para a indústria do disco. Assim, de acordo com Lipovetsky (2013), o uso cada vez maior do videoclipe como um gênero para os demais campos de produção visual ilustra o crescimento da lógica do marketing no capitalismo de hiperconsumo.

Não é o suficiente aqui, como no passado, filmar uma estrela cantando: a música deve levar à criação de um espírito de moda, uma identidade visual, uma estética e uma diversão completa. A partir daí, criações visuais, decorações improváveis,

misturas de estilo, coreografias e excentricidades são realizadas para disseminar uma marca para um público jovem à procura de sensações, olhares e originalidade. (LIPOVETSKY, 2013, p. 303, tradução nossa).

O videoclipe *Sugar*, da banda musical norte-americana Maroon 5, torna-se um importante objeto de análise devido ao seu caráter contestatário entre regimes de ficcionalidade e de realidade que se interligam e se entrecruzam em diferentes momentos do videoclipe. No primeiro momento, Adam Levine, vocalista do grupo, direciona-se para a câmera. Logo após, os músicos partem de um carro em direção a algum lugar, que será revelado, posteriormente, como sendo a festa de casamento de pessoas que não sabem sobre a intervenção da banda durante o evento. O videoclipe revela uma surpresa durante a festa de sete casamentos, a presença da banda e um pequeno espetáculo para os convidados, isto é, uma cortina cai e revela aos participantes da festa que há algo além de uma banda comum, mas uma banda globalmente conhecida. Assim, em nossa análise, vamos trilhar dois caminhos que serão complementares. Um de compreensão sociológica sobre como as imagens contemporâneas seduzem pela sua aproximação como narrativas pretensamente ligadas ao real. E o segundo passo de interpretação desse vídeo é entender a lógica simbólica que está presente em suas imagens.

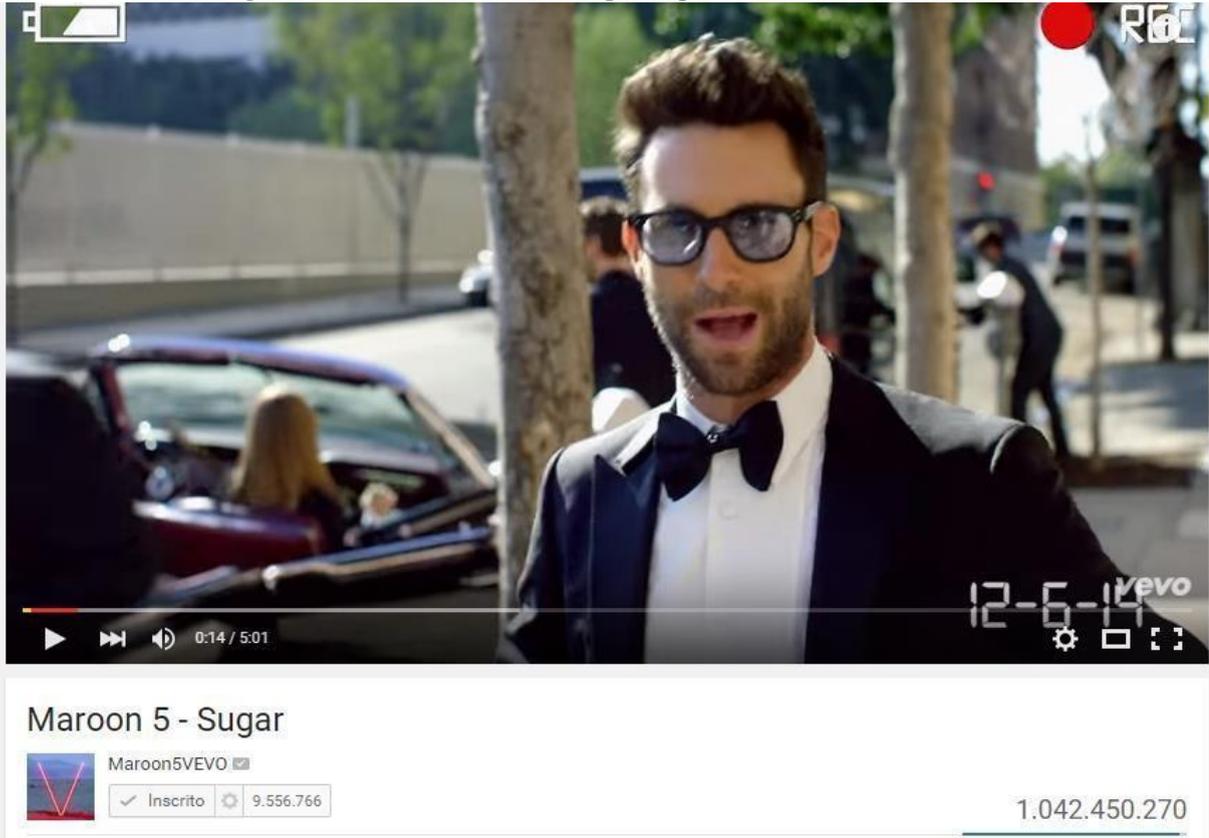
De acordo com François Jost (2009), há uma ruptura entre os modos de pensar e narrar ações ligadas ao real e à ficção e que fronteiras são, claramente, postas para que não haja confusão entre esses dois mundos.

Além disso, há marcas dessa intromissão de realidade dentro da ficção, o primeiro argumento encontra-se na globalidade da história contada, ou seja, dentro de uma narrativa que se proponha ficcional, há elementos que colaboram para situar a narrativa dentro de um nível de logicidade, como, por exemplo: a função da câmera filmando a banda saindo de um lugar e partindo em direção aos casamentos com elementos de uma câmera na mão ou mesmo as cenas dos casais sendo surpreendidos pela presença da banda, como sorrisos, rostos atônitos e de espanto. O segundo elemento dessa interação entre real e ficção dentro do vídeo é a construção do espaço que se revela afilmico, como destaca Jost (2009), ou seja, o espaço da festa de casamento existiu ou existiria com ou sem a presença da gravação do clip. O espaço social é filmado como dentro de uma narrativa de documentário sem que haja uma interferência maior do videoclipe.

A oposição entre mundo real e mundo fictício deixa pensar como acabamos de vê-lo, que existe uma ruptura radical entre os dois e que o mundo fictício não fala da realidade. Esta vulgata, aliás, é comumente admitida nos usos sociais, que separam nitidamente entre os gêneros do real – documentários, reality show – e as ficções,

tanto nos magazines de televisão como nos diversos festivais ou exposições. De fato, as coisas são um pouco mais complicadas, pois a realidade parece intrrometer-se na ficção de várias maneiras. (JOST, 2009, p. 18).

Figura 37 – Frame do videoclipe *Sugar*, da banda Maroon 5

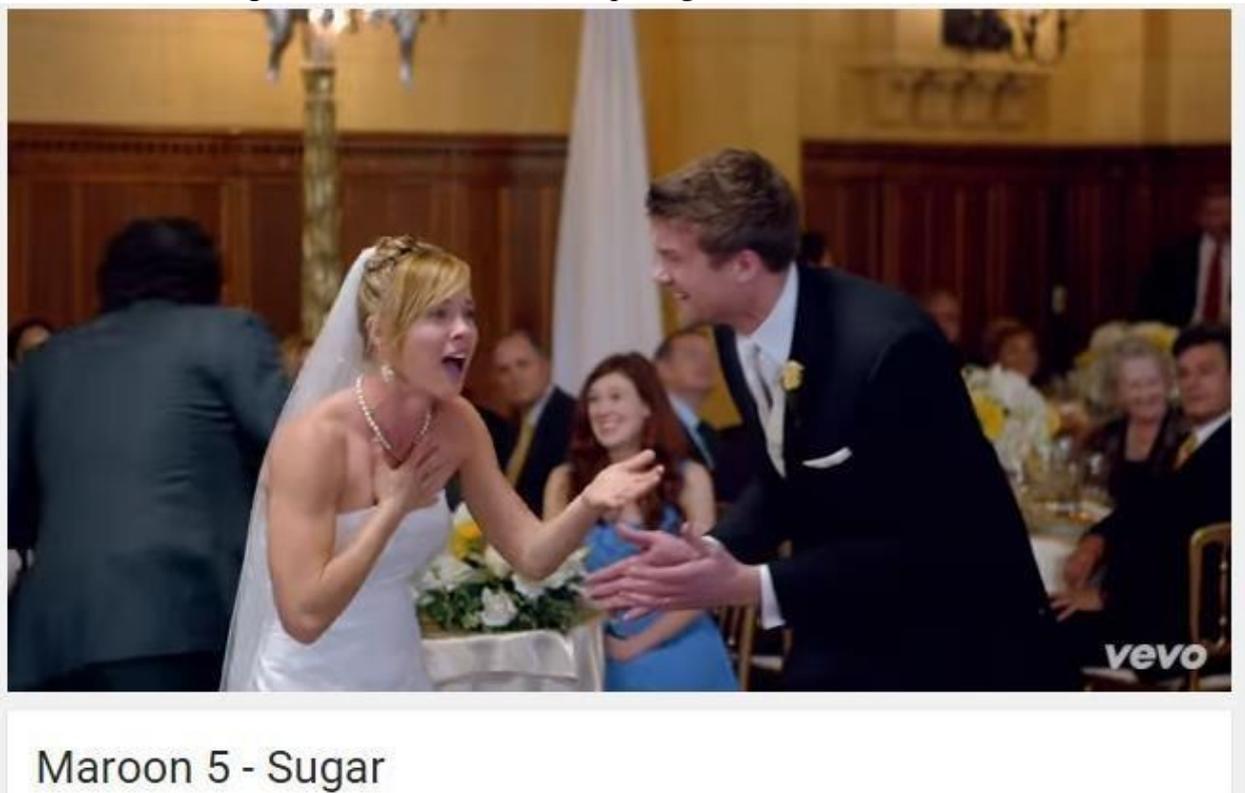


Fonte: YouTube (2016).

A necessidade é compreender o estatuto da imagem contemporânea que tende a questionar as fronteiras entre imagens que se propõem mais reais do que as imagens tradicionais de ficção. As imagens produzidas neste videoclipe apresentam marcas desse estatuto do real com sinais de testemunho da organização do show através de uma tenda que é aberta quando o casal de recém-casados se aproxima e revela a identidade da banda. Os sinais de emoção, surpresa, felicidade são denotados através de gestos, posturas e, principalmente, na expressão facial do casal. Esse efeito de realidade é composto pelo testemunho das imagens captadas durante a festa e que são reenviadas ao enunciatário do vídeo e a sua relação com a realidade ao propor ao enunciatário um jogo de sensações (o jogo da falsa surpresa, a revelação, a relação com o testemunho do casal e o desfecho que é a própria música sendo vendida). O que destacamos que os espaços midiáticos estão presentes em nossa relação com o real que, pretensamente, o caráter de publicidade do videoclipe desaparece sendo o elemento menos importante. A metáfora do casamento pode ser válido em

compreender essas imagens na medida em que questionamos qual casamento foi realizado e quem são as partes que estão se casando. O casamento de consumidores e produtores de imagens midiáticas ou o casamento do público da banda com a proposta de uma relação fiel com o repertório do Maroon 5. A verdade da imagem é ancorada sobre essa expectativa que se produz sobre o enunciatário e que é colaborado sobre as condições de revelação sobre o modus de produção da imagem (a surpresa da presença da banda como um presente ao casal registrado e aos enunciatários).

Figura 38 – Frame do videoclipe *Sugar*, da banda Maroon 5



Fonte: YouTube (2016).

Um ponto importante da análise é observar que a estratégia de sentido de real deposita-se no modus de produção, isto é, revelar os bastidores da produção da imagem, como: a saída da banda em direção às festas de casamento, o depoimento do vocalista revelando a intenção, a montagem do palco para apresentação e, por fim, a revelação aos casais tornam verossímeis as imagens, criando o efeito de real. E o mais importante: o efeito da ficção interferindo sobre como a realidade se desenvolve constitui-se, através do jogo entre esses discursos, um metadiscurso que dá conta das condições da banda inserida num contexto social e que a tornam uma banda de sucesso e o outro discurso da produção do videoclipe que usa a estratégia de compor junto à música alguns elementos do metadiscurso, ou seja, do

consumo da música pelos fãs, da relação dos consumidores com a marca e o afeto da marca num momento singular que é o casamento.

Segundo Maffesoli (2006), a poética da vida cotidiana e as criações minúsculas permitem a eficácia e permanência da sociabilidade, o que garante o efeito de unificação. Como bem analisa Maffesoli (2006), a encenação da vida cotidiana nos ensina que o mais grotesco ao mais patético podemos assistir a um encaixamento de situações sociais pontuais e passageiras que obedecem a uma construção intelectual que uma figuração imaginal.

De acordo com Bachelard (1996), há uma poética do cotidiano, mesmo que não reconhecida oficialmente, ela é geradora de sociabilidade. Ela se constitui de minúsculas atitudes, trajetos, discussões, passeios no qual um grupo de indivíduos se reconhece como tal. Portanto, a estética de vídeo em redes digitais explora esse aspecto da sociabilidade dos pequenos eventos domésticos: casamentos, festas de aniversário, datas festivas para encenar uma atitude mais próxima às condições de consumo de imagens. Deixa-se de lado as grandes produções com múltiplos efeitos de edição para flertar com uma estética mais simples, democrática e que dialoga com as condições de consumo de imagens cada vez mais pobre de grandes referências artísticas.

Outro elemento importante para compreensão do imaginário em vídeo em redes digitais é o recorte em relação ao prazer, uma cultura hedonista que busca incansavelmente por estratégias de produção de prazer. Assim, destacamos uma observação de Bergson (2011). O prazer como um artifício imaginado pela natureza para obter do ser vivo a conservação da vida, mas a alegria sempre celebra que a vida ganha terreno, uma espécie de vitória, como diz Bergson (2011) com um acento triunfal. De acordo com o autor, o triunfo da vida é a criação. Destacamos que Bergson (2011) compreende o sentido da vida sendo a alegria da criação, força espiritual capaz de ampliar a compreensão de si sobre o real.

Assim, o sentido da vida e dos seus ciclos no qual o casamento torna-se um rito acaba por ser cooptado para um uso estratégico dentro de uma lógica de consumo de imagens socialmente domesticadas. O acento triunfal do casamento como princípio de conservação da vida torna-se metáfora para o triunfo do regime ficcional sobre as condições de produção do real.

Há uma sociabilidade que as imagens técnicas contemporâneas produzem levando para uma busca de recorte hedonista sobre a narrativa da vida, ou seja, o tom celebratório dos ritos dão lugar a uma estetização vicária que pretende mais obter audiência que promover o bem-estar da experiência.

Além disso, verificamos em vídeos inseridos em redes digitais a presença da fala (*off* em termos técnicos) e o uso de música como elementos estruturantes em sua produção. Acreditamos que a música e a voz funcionem como elementos de integração da imagem, isto é, fornecem a ambiência pela qual a imagem técnica será consumida, através de recursos sonoros que a imagem se fortalece e ganha um sentido social específico ao determinar como consumiremos as imagens técnicas e quais sentidos serão priorizados.

Neste sentido, concordamos com a perspectiva de Derrida (1998) que acredita na voz e no som como um elemento constituinte da comunicação humana. Assim, Derrida (1998) desenvolve uma perspectiva de desconstrução do logocentrismo em detrimento de um fonocentrismo, ou seja, o fonocentrismo é uma estrutura universal que é independente da cultura, na qual se repousa uma hegemonia da voz, do sonoro. O privilégio da voz está depositada na sua proximidade com a vida daquele que fala, ela é mais presente tanto àquele que escuta quanto àquele que fala, ela tem um duplo privilégio: da proximidade ou da presença imediata, e também da interioridade, da proximidade com a vida. E percebemos esse vetor estruturante da voz humana quando, em diversos vídeos caseiros, há a presença de uma pessoa em frente à câmera apenas apoiada na sua fala. Verificamos também, no início do videoclipe analisado, o vocalista se dirigindo diretamente à câmera para revelar a produção do vídeo. É na fala do cantor da banda que a expectativa do videoclipe desenvolve-se, isto é, quando o vocalista rompe com a regra tácita das obras de ficção audiovisual de não olhar diretamente à câmera e fala sobre como o videoclipe vai ser estruturado.

Em nome desses valores (presença, proximidade, vida, etc.) que Derrida (1998) prefere a voz, a palavra viva à escrita. O logocentrismo, de acordo com Derrida (1998), é uma especificação grecoeuropeia que privilegia o logos, de modo geral, no sentido da razão, no sentido do discurso, da proporção, do sentido de cálculo.

Neste sentido, Derrida (1998) insiste na divisão entre as noções de *versammelt* e *legein*, de Heidegger, *versammelt* significaria em manter unidas categorias diversas, e *legein* consiste no ato de se assemelhar, do logos, da noção de cálculo. Assim, Derrida (1998) propõe compreendermos os fenômenos através de ligação entre eles do que pelo seu estatuto de similaridade. Portanto, Derrida (1998) enfatiza que a escrita fonética é um sistema de escrita que foi inventada pelos fenícios em razão de uma economia técnica que permitia uma simples transcrição à oralidade. Uma escrita fonética confirma, conseqüentemente, da palavra falada. A escrita não é mais do que o significante do significante, que representa um representante, que representa os sons dos pensamentos interiores. Enquanto a palavra falada é viva, a escrita

está ao lado da morte, do lado do espaço, da visibilidade, uma maneira de tornar visível o que é invisível.

No plano simbólico, verificamos uma transição que nas sociedades tradicionais a cerimônia do casamento era o ponto máximo de atenção sendo deslocada para as festas de casamento cada vez mais espetacularizadas. Essa transição aponta algo importante no plano simbólico que os rituais deixam de lado o plano sagrado para tornar-se elemento alegórico. A potência do ritual direciona-separa uma derivação em que a experiência da intensidade é o principal vórtice. De acordo com Eliade (2002, p. 21), “a atualização de um símbolo não é mecânica: ela está relacionada às tensões e às mudanças da vida social [...] os símbolos se secularizam, mas eles nunca desaparecem”. A potência do simbolismo do casamento religioso vem se esvaziando nas últimas décadas nos países ocidentais em detrimento de relações afetivas alternativas (amor livre, poliamor, etc.), aumento de divórcios, ligações amorosas flexíveis, etc.

Vídeo 3 – zoolatria

Um dos aspectos do imaginário contemporâneo é o retorno da zoolatria, isto é, uma metaforização dos aspectos humanos através das imagens do bestiário. As imagens de animais em nosso imaginário, de acordo com Durand (2002), corresponderiam às necessidades de liberação de aspectos da libido e cada animal exerce uma função simbólica para compreender cada faceta da relação humana com o real. Assim, verificamos que nos vídeos em redes digitais, como *YouTube*, há um movimento ascendente de registro das eventualidades da vida dos animais domésticos sendo traduzidos em termos de metáforas das ações humanas, o que cria o efeito de correspondência. Acreditamos que esse movimento em direção ao registro por vídeo da vida animal é uma ação compensatória de nossa força libidinal como também de uma reintegração do homem no novo cenário no qual a natureza é revitalizada por discursos ecológicos a partir dos anos 1970. A ecologia como ciência ganha o espaço de discussão social a partir da década de 1970, dentro de um contexto de uma economia pós-industrial e do impacto da industrialização e do arsenal atômico sobre o ambiente no planeta. Além de uma compreensão mais holística sobre as condições de sobrevivência das espécies como uma grande teia na qual há uma interdependência entre os diversos seres.

Os animais aqui pesquisados nos vídeos não são apenas pensados como metáforas do humano, mas também como atores não-humanos, isto é, como uma consciência que

decompõe a hierarquia vertical e componha uma maior simetria entre humanos e não-humanos.

Além disso, apontamos que a zoolatria em vídeos em redes digitais compreende, particularmente, os animais domésticos, numa inserção desses animais como atores de um novo cenário global no qual há a redução da natalidade em países desenvolvidos, sendo os animais domésticos o centro da atenção em muitos lares. Num vídeo realizado pelo próprio *YouTube*, intitulado ‘*The A-Z of YouTube: celebrating 10 years*’, a primeira seção é dedicada aos vídeos famosos de animais. Neste vídeo comemorativo, são apresentados alguns animais que foram célebres dentro da rede de vídeos como: o gato mal-humorado que recebeu diversos memes em redes sociais, como: *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*.

Figura 39 – Vídeo comemorativo do *YouTube* em que celebra os vídeos sobre animais



Fonte: YouTube (2016).

O *YouTube* consagra um vídeo sobre os temas de vídeos mais vistos na rede. E o tema dos animais desperta a atenção, acreditamos devido a esse depósito de formações simbólicas que se relacionam ao universo animal que repercutem sobre o imaginário. Concebemos a zoolatria como uma marca dessa nova visualidade, o sujeito contemporâneo vê a presença animal como mimese das nossas relações sociais, as qualidades e os defeitos do universo

animal servem como metáfora das múltiplas condições da existência humana. A zoolatria deixa os espaços convencionais, como contos infantis, provérbios e animações, para assumir lugar de destaque nas narrativas midiáticas, principalmente, através do consumo de jovens adultos desses produtos que eram relacionados ao universo infantil.

Figura 40 – Canal de vídeos do gato mal-humorado

Real Grumpy Cat

Início Vídeos Playlists Canais Discussão Sobre 🔍

Grumpy Cat In The Sky!?!
LOOK.
UP IN THE SKY...

0:04 / 1:17

Grumpy Cat In The Sky!?!
343.627 visualizações · 10 meses atrás
Grumpy proves that cats can fly!
Presented by: www.airsign.com
Production: www.AHDmultimedia.com
Music/Sound Design:
www.houseofbreakingglass.com
[Mais informações](#)

Envios

Grumpy Cat's Worst Touchdown Dance Ever!
0:05

Grumpy Cat No's Football
17.619 visualizações · 1 mês atrás
0:05

Grumpy Cat's Miesestes Weihnachtsfest Ever - Worst
1:50

Grumpy Cat Compilation!
153.858 visualizações · 8 meses atrás
11:44

Fonte: YouTube (2016).

Nos vídeos do gato mal-humorado, vemos que o efeito do risível constrói-se a partir desse seu olhar que se assemelha ao aborrecimento humano, isto é, o mau-humor como um sentimento expresso pelo olhar fechado e lábios curvados para baixo, o que denota aspectos da expressão humana.

Como destaca Durand (2002), a imaginação teriomórfica vem ocupar o espaço dos rituais. O animismo, de acordo com Durand (2002), é um elemento do retorno do espaço do símbolo, no campo social, uma atividade recompensatória em relação à burocratização da vida social. Assim, o animal, em vídeos no YouTube representa um espaço de combinação do exercício psíquico humano através de elementos simbólicos. “Assim, o homem se inclina para animalização de seu pensamento e por essa assimilação troca assimilação é realizada um intercâmbio de sentimentos humanos constantes e a animação do animal” (DURAND, 2002, p.65).

Podemos também compreender o arquétipo animal, como define Durand (2002), um instrumento que vem resumir e clarificar os semantismos fragmentários de todos os símbolos secundários. Portanto, assumimos o arquétipo animal como fonte do dinamismo psíquico reprimido durante a modernidade.

Como define Maffesoli (2006), que o arquétipo, nó do inconsciente coletivo, podemos perceber na publicidade, nos videocliques, nos videogames, ele põe em cena as emoções de toda ordem, dinamiza toda experiência social através de um clima de si pessoal, tributário de um si geral. De acordo com Maffesoli (2006), nesses momentos, os mitos encontram uma força atrativa ao se localizarem num ponto central do pensamento complexo. Assim, conforme o autor, devemos colocar o mito, o arquétipo e imaginário no centro das temáticas do cotidiano.

É assim que o mito e o arquétipo em suas expressões, são os criadores da iniciação: pré e pós-moderna de socialização. Iniciação, a socialização, a estabilidade dos laços sociais, todos baseados na interdependência ou, para colocá-lo através de um neologismo esclarecedor: a religação. É o que liga cada um a alteridade (religare), o que o deposita a confiança (realiant) com esta estranha alteridade. (MAFFESOLI, 2006, p.92).

Assim, definimos essa zoolatria identificada em vídeos no *YouTube* como sendo uma alternativa de compreender e valorizar os aspectos da dinâmica social considerados como a alteridade. A socialização dessa alteridade é negociada pelos dispositivos visuais técnicos como o vídeo no qual produz efeitos de interdependência entre setores dominantes.

Dessa forma, o vídeo liga os aspectos do isomorfismo entre espécie humana e de outros animais como uma ferramenta de integração de novos atores sociais dentro da dinâmica. Desse modo, os aspectos míticos da zoolatria servem como um mediador simbólico dessas novas relações de socialização entre atores.

A zoolatria, na estética contemporânea, atende a condições de um devir humano que necessita de um espaço de expansão para um universo que metaforize as distintas condições de produção do sujeito, ou seja, um espaço de constituição de sentidos distintos da lógica cartesiana e mais próximas do sentido da vida.

Na verdade, todas as imagens são imagens animais as mais frequentes e comuns. Pode-se dizer que não há nada mais familiar em nossa infância, representações de animais; mesmo o pequeno cidadão ocidental, o urso de pelúcia, gato de botas, mickey, veiculam estranhamente à mensagem teriomorfa. Metade dos títulos de livros para crianças são dedicados ao animal. Em trinta sonhos de infância relatados por Piaget mais ou menos nove se referem a sonhos com animais. (DURAND, 2002, p.60).

Compreendemos que a zoolatria identificada em vídeos em redes sociais pode ser compreendida também dentro de uma lógica de retorno do reprimido apresentado por Jameson(2006), isto é, de conteúdos que foram sempre identificados como do universo da iniciação simbólica humana e acabam por ganhar espaço dentro do universo adulto a partir de um ressurgimento de uma instância

psíquica negada, o irracional. O irracional não identificado como negação da racionalidade, mas como uma racionalidade não-humana e fonte de outros devires.

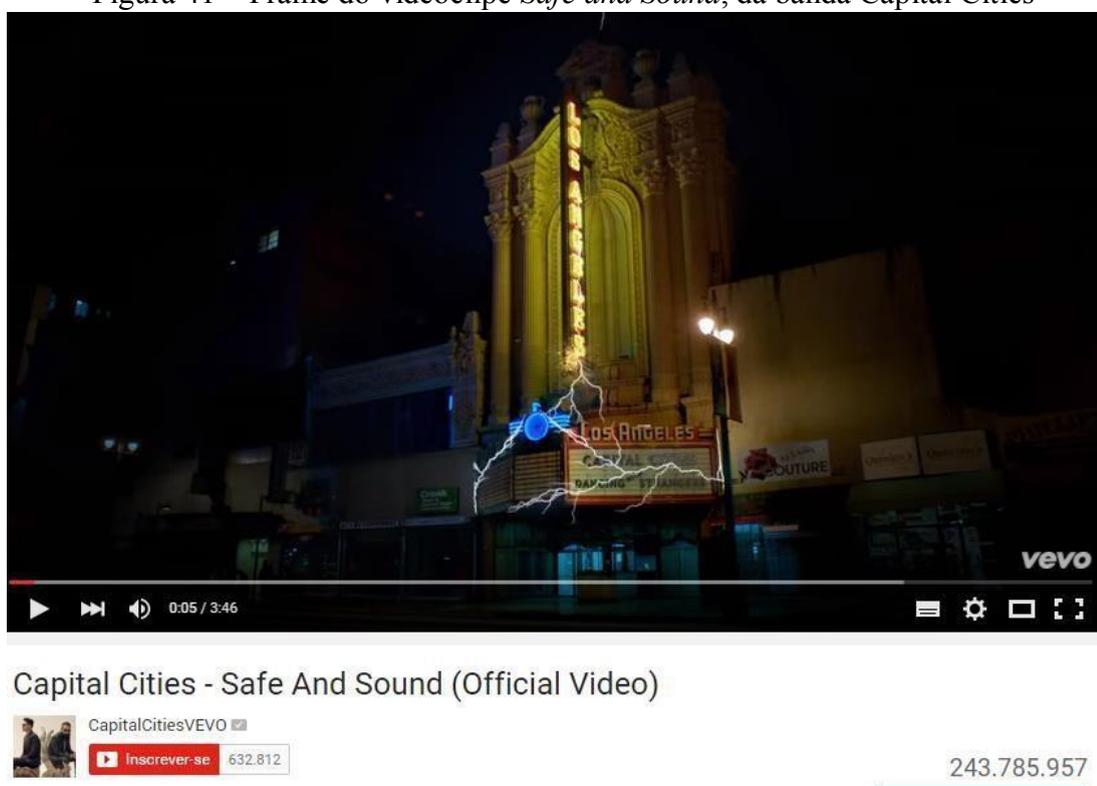
A zoolatria contemporânea nasce dentro de um paradigma que vem reconciliar os aspectos irracionais dentro de uma lógica saturada pelo racionalismo moderno e também numa perspectiva na qual as condições naturais de existência da vida no planeta tornam-se cada vez mais difíceis. Uma orientação holística de pensamento ambiental é parte constitutiva dessa zoolatria contemporânea. O holismo pré-moderno que vivia no bestiário medievo e antigo com seus dragões, grifos, etc. Por isso, nossa ênfase anterior de apresentar uma relação entre elementos estéticos medievais e contemporâneos, pois observamos os dois fenômenos de estetização do mundo dentro de um paradigma não exclusivamente racional e partilhando de um holismo que, na Idade Média, servia como método de reconciliação do passado greco-romano e, na contemporaneidade, serve como alternativa à aceleração temporal e degradação das condições de vida.

7.4 Vídeo 4 – fantasmas midiáticos

Um dos aspectos primordiais da análise contemporânea de imagens é a superposição de imaginários como se estivessem em camadas, e a tarefa de um estudioso dos imaginários, tal qual um semiólogo, é escavar essas camadas que recobrem a imagem midiática contemporânea. Uma tarefa que demanda um esforço de compreender as imagens em seu contexto no qual foram produzidas e analisar como essas imagens fazem sentido num espaço socialmente compartilhado.

Assim, elencamos o videoclipe *Safe and Sound* como um exemplo dessa arqueologia da imagem contemporânea na web. O videoclipe foi publicado em abril de 2013 pelo grupo musical Capital Cities. Acreditamos que o videoclipe torna-se, no ambiente do *YouTube*, como um metagênero, isto é, um gênero que percorre os demais gêneros e formatos visuais devido à sua capacidade expressiva, o equilíbrio entre formas musicais, de dança e imagem técnica. Além da sua capacidade narrativa em contar uma história. O videoclipe agencia esses elementos (dança, música, imagem técnica e narrativa) de modo que haja espaço para a construção do devir daquele que consome essas imagens. O vídeo narra a história de uma antiga discoteca na cidade de Los Angeles, o vídeo é iniciado com um grande plano sobre a antiga discoteca ao ser atingida por um raio que cria o efeito de ressurreição desse antigo espaço de entretenimento.

Figura 41 – Frame do videoclipe *Safe and Sound*, da banda Capital Cities



Fonte: YouTube (2016).

E, após, são mostradas imagens do interior do espaço com fotos antigas de épocas diversas, mas enfoca-se a fotografia da noite de abertura do local (em 1913), onde podem-se ver dois homens em trajes de gala que serão os artistas da dupla musical do videoclipe. A presença da dupla musical vai conduzir a narrativa do videoclipe, isto é, serão os apresentadores e anfitriões dos diversos gêneros musicais e de dança, como se estivessem num show televisivo, onde há uma espécie de ode aos últimos cem anos, uma ode ao pós-modernismo. Como descreve Jameson (2006, p. 15):

A teoria do pós-modernismo é uma dessas tentativas: o esforço de medir a temperatura de uma época sem os instrumentos e em uma situação em que nem mesmo estamos certos de que ainda exista algo com a coerência de uma "época", ou *Zeitgeist*, ou "sistema", ou "situação corrente". A teoria do pós-modernismo é, então, dialética, pelo menos na medida em que tem a sagacidade de usar essa incerteza como sua primeira pista e agarrar-se a esse fio de Ariadne em seu caminho através de algo que talvez não se revele, no fim das contas, um labirinto, mas um gulag, ou talvez um shopping center. Entretanto, é possível que o enorme - do comprimento de um quarteirão - termômetro de Claes Oldenburg, caindo do céu, tão inesperado como um meteorito, possa funcionar como um indício enigmático desse processo.

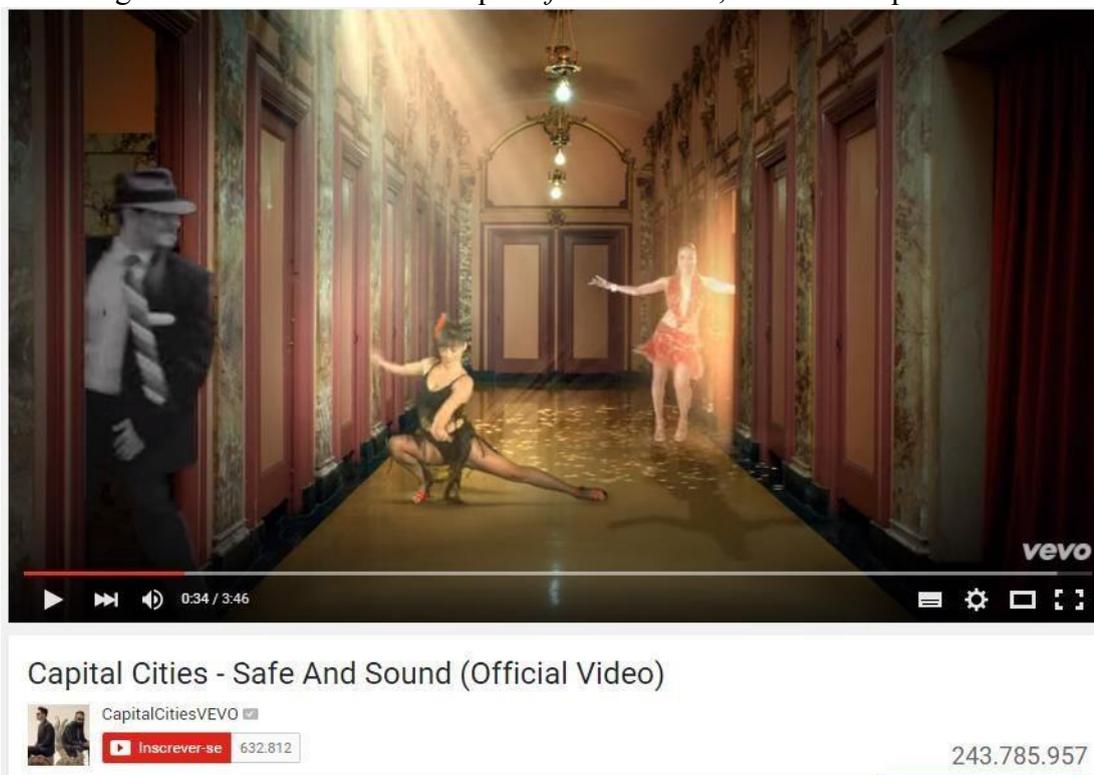
Figura 42 – Frame do videoclipe *Safe and Sound*, da banda Capital Cities



Fonte: YouTube (2016).

O videoclipe segue com a presença de dançarinos de diversas épocas saindo de portas e se apresentando à câmera. Há um jogo de entra e sai de bailarinos que revela através das tradições de dança e música no qual pertencem. Há diferentes focos de luz e uso de efeitos visuais, como holografia, preto e branco e transparências. Acreditamos que essa lógica de diversas temporalidades invadindo o espaço cênico do videoclipe seja uma noção do passado que se acumula como descrito por Deleuze (2004) em relação a como vivemos o tempo. Assim, a carga de imagens que se refere a múltiplas temporalidades vem a dar coerência ao presente que se esvazia e que necessita de uma solidez em sua liquidez. Devemos compreender que a memória, no sentido de Bergson (2011), isto é, ter consciência sobre o passado, é o principal recurso para compreensão do nosso lugar no mundo.

Figura 43 – Frame do videoclipe *Safe and Sound*, da banda Capital Cities



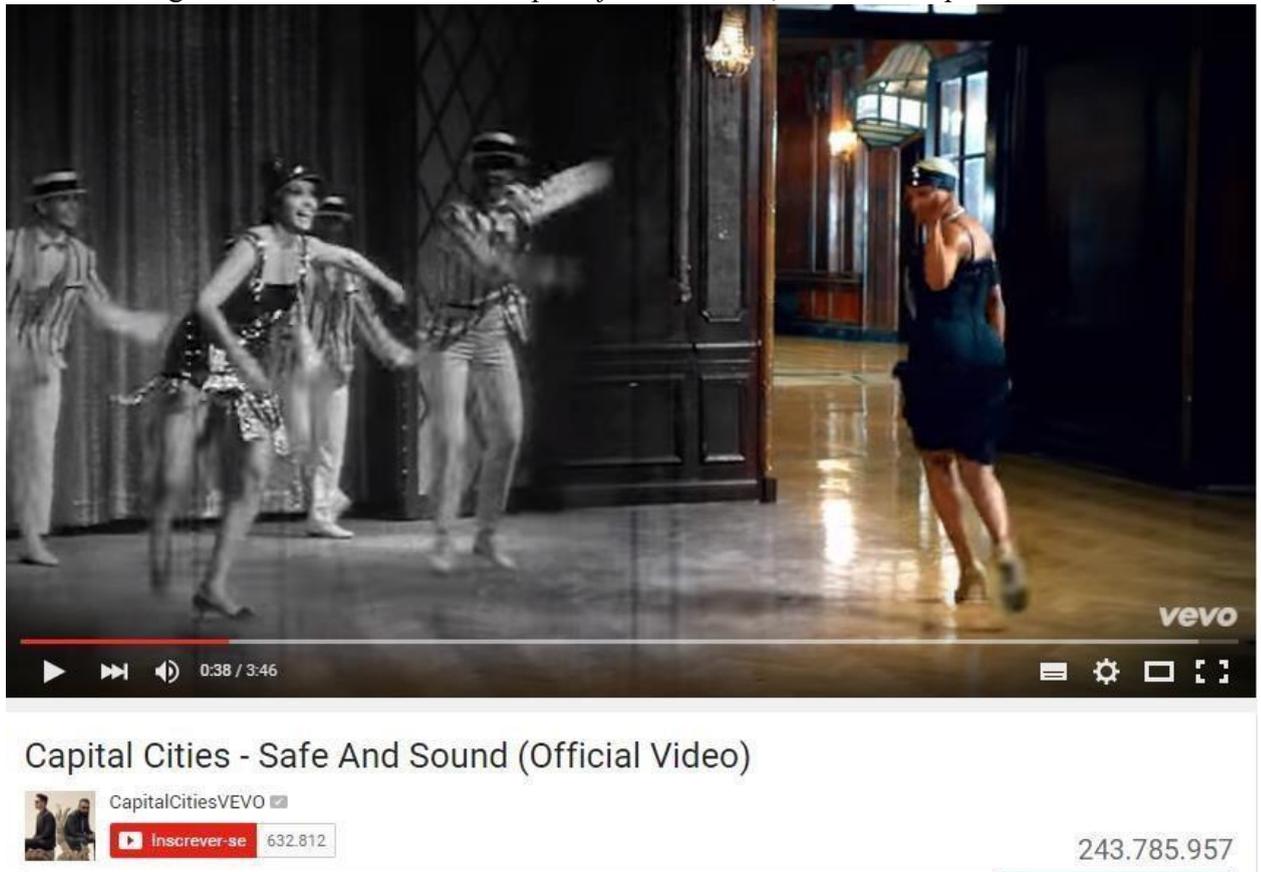
Fonte: YouTube (2016).

No vídeo analisado, verificamos com essa arqueologia das imagens constrói-se, através da sedimentação de imagens por categorias que foram convencionadas através da História da Arte como sendo imagens de uma determinada época, tradição ou artista. Verificamos essa arqueologia das imagens através da sobreimpressão de imagens de épocas distintas (o tema principal do videoclipe), através do uso de transparências. O que nos chama atenção é uso intensivo da sobreimpressão através de transparências, como usado na cena onde aparecem diversas portas que se abrem, saindo diversos dançarinos de épocas distintas, ou quando uma dançarina de Charleston sai dessa transparência e se insere na lógica contemporânea e acaba por acenar ao público. Essa dançarina denuncia os diferentes regimes de imagem, a imagem dos anos 1920 versus a imagem de 2013, denuncia os regimes de produção de vídeos (a sobreimpressão) e o elemento mais decisivo: a presença do público que assiste ao regime de suposta ficcionalidade que o videoclipe supõe.

No plano simbólico, “a existência no Tempo é ontologicamente uma inexistência, uma irrealdade [...]. O mundo histórico, as civilizações duramente construídas pelo esforço de milhares de gerações não existe no plano dos ritmos cósmicos” (ELIADE, 2002, p. 64). Neste sentido, compreendemos que esse resgate arqueológico contemporâneo serve como elemento

de equilíbrio de reintegrar nosso tempo de aceleração do presente ao ritmo do Tempo, dos ciclos maiores e revelar a precariedade da produção técnica.

Figura 44 – Frame do videoclipe *Safe and Sound*, da banda Capital Cities



Fonte: YouTube (2016).

Outro elemento importante do videoclipe são as cenas quando os diversos estilos musicais se encontram no palco e desafiam-se, cada estilo musical é identificado por tons de cores que remetem à sua iconografia. Identificamos, na ambiência do *YouTube*, esse tom nostálgico das imagens técnicas através de arquivos pessoais ou institucionais de imagens antigas de programas televisivos, filmes, propagandas, etc. O videoclipe ressalta esse valor norteador na cultura imagética do *YouTube* de uma arqueologia das imagens num tom nostálgico e celebratório no qual pudéssemos resgatar as imagens de um mundo pretensamente mais coerente que a desordem e superabundância de imagens técnicas. Como define Jameson (2006, p. 21), “por assim dizer, o princípio de Heisenberg do pós-modernismo, e o problema de mais difícil representação para qualquer comentarista solucionar, a não ser através de uma infundável projeção de slides, um "fluxo total" prolongado até o infinito”.

De acordo com Eliade (2002), a apresentação de temporalidades opostas reforça o valor do instante, uma espécie de hierofania na qual o tempo cósmico gira em torno de si. Segundo Eliade (2002), coincidir os opostos é iluminar o estado das condições de existência.

O vídeo analisado propõe uma ode à imagem técnica baseada na experiência na cultura midiática, verificamos isso no uso de efeitos de holografias no qual a dupla de cantores representa os apresentadores de um programa no qual são apresentados antigos dançarinos, músicos e artistas. O cenário é uma antiga casa de espetáculo (no início do vídeo, é apresentado um antigo Teatro que ganha vida). O tom celebratório da cultura midiática é o tom de diversos clipes onde são resgatadas imagens de arquivo ou criam-se imagens que desejam ser antigas através de uso de filtros. Essa proposta vintage das imagens contemporâneas pode ser verificada em outras redes sociais, como *Instagram*, com opções de filtros de edição de imagem que remetem a uma estética dos anos 1970, ou quando o *Facebook* propõe aos seus usuários o resgate da memória de postagens de um passado recente.

Essas holografias podem também ser compreendidas pela lógica de uma estética da desapareição, como definida por Paul Virilio (2015), isto é, dentro de um sistema de hiperaceleração do capital até o corpo tende a desaparecer sendo esvaziado de suas condições básicas de existência. Assim, há, na estética contemporânea, uma valorização das transparências, holografias e recursos que apaguem a presença física dos corpos. A transparência usada como estratégia de anulação das massas dos corpos e a holografia como vetor de uma espacialidade coabitada, onde os conflitos temporais da modernidade dão lugar aos conflitos sobre o espaço. A holografia como fonte da encenação da presença na ausência, que, anteriormente, era função do símbolo nas sociedades tradicionais. A holografia como recurso de um retorno fantasmagórico que as imagens técnicas perderam ao longo da história das mídias ocidentais.

Compreendemos que essas imagens com proposta de se mostrarem antigas funcionam em duas vias. A primeira é dar coesão e legitimar as imagens técnicas produzidas em décadas anteriores quando a experiência de consumo de imagens midiáticas ainda era uma experiência social não domesticada. A segunda via é de abrir espaço aos usuários como agenciadores das imagens técnicas, solicitando sua participação através da produção de imagens seja em eventos com caráter de veridicção (jornalístico ou tom documental) ou de caráter ficcional (publicitário, musical, entretenimento, etc.).

Além disso, compreendemos que esse videoclipe produz um sentido de desmaterialização da vida social. A desmaterialização, aqui compreendida como o conjunto

de ações visuais que criam o sentido de esvaziamento material. Assim, propomos a desmaterialização a partir da perspectiva de Derrida (2013), que questiona uma espécie de visibilidade invisível que compõe os aparelhos de raio-X, ecografias, os espectros, ou seja, um invisível que se dá a ver sob uma certa superfície, algo que se vê sem estar vendo, uma forma que hesita de maneira indecível entre o visível e invisível. Portanto, de acordo com Derrida (2013), o espectro é uma modalidade de pensar a ver, pensar no sentido de fé e de crer. Segundo Derrida (2013), no espectro como na alucinação, há alguém que atravessa a experiência do assombro, do luto. Há, nessa espécie de visibilidade derridiana, uma improvisação que consiste em avançar sem prever, uma previsão, uma providência como a Providência Divina. Antecipar quer dizer tomar o avanço, apreender o avanço.

Essa imagem espectral proposta pelo videoclipe acaba por interligar o mito de Pigmeleão ao momento contemporâneo de virtualização das relações sociais. Em primeiro lugar, o espectro que era a imagem escultórica de Galateia ganha vida, acreditamos que esse foi o esforço dentro da estética a partir do Renascimento de corporificar à imaterialidade do pensamento simbólico grego, isto é, de dar corpo ao conjunto de imagens obsessivas da metafísica greco-romana quando o conjunto mitológico grego foi celebrado e ressignificado para chegar até a contemporaneidade. A estética contemporânea joga com esses polos de materialização (corporeidade) e desmaterialização (espectros) através de recursos visuais, como uso de filtros e de camadas de imagens que exercem essa relação entre os polos. A desmaterialização encenada pelos espectros surge como índice de uma cultura digital que vem desmaterializando diversos segmentos do setor econômico. O espectro desses fantasmas joga no videoclipe como metáforas de uma nostalgia de épocas quando a vida social era estruturada pelos vetores da burocratização, hierarquização e da indústria pesada de bens materiais.

Vídeo 5 – queda e ascensão

Um dos elementos fundamentais para análise de imagens é investigar as condições míticas em que se fundam essa imagem. Analisaremos o vídeo produzido por um amador de um avião em queda ao lado de um viaduto em Taiwan, em fevereiro de 2015. A imagem inicial é do interior de um veículo em movimento que registra imagens da pista sobre um viaduto com outros veículos em movimento e uma paisagem urbana com prédios no canto esquerdo da imagem. A imagem é invadida por um avião em queda e em rota de colisão com o viaduto, o que confere o efeito de realismo à imagem produzida.

Consideramos o avião como um dos símbolos máximos de uma cultura industrial que atingiu seu apogeu com o domínio aéreo e seu uso tanto comercial quanto militar. Um símbolo de um imaginário mítico heroico no qual a ascensão, elevação e conquista dos céus eram um dos seus principais objetivos. Em termos técnicos, o avião é um avanço recente na história da humanidade. Persiste sobre o avião e seus vetores como voar, planar, decolar, uma série de imagens obsessivas sobre o domínio da terra através do olhar aéreo. Do afastamento que interpreta e age. Da suspensão das condições da terra para o voo de liberação. O avião alia os fundamentos míticos de ascensão baseados no mito de Ícaro com o desenvolvimento tecnológico do início do século XX que via o domínio aéreo como a última fronteira a ser conquistada. Assim, a queda de qualquer avião põe em suspensão nossa capacidade técnica e inicia-se um complexo jogo de encontrar elementos que apontem a causa. A caixa preta é um pequeno elemento mítico de nossa relação com o dispositivo avião. A caixa como guardião de todos os segredos. Uma caixa de Pandora que só é permitida abrir sob condições extremas e nunca bem-vindas. Como se sua abertura anunciasse os males da técnica.

O avião é um dos maiores símbolos do regime diurno da imagem, isto é, corresponde aos valores semânticos do céu, sol, luz e que gravitam sobre a ideia do divino purificado. O avião corresponde ao vetor de voar e, conseqüentemente, estabelece uma intrincada relação com as aves, como descreve Durand (2002) a ascensão e o voo que o pássaro compartilha com a flecha. Durand (2002) analisa que a escolha do animal no imaginário sobre o bestiário reflete aos impulsos eleitos pelo seu grupo social. O avião como dispositivo técnico corresponderia ao desafio imposto pelas sociedades modernas baseadas no avanço e supremacia da técnica, é exemplar, nesse período, um conjunto de inventores que usam os elementos dos corpos das aves e outros animais voadores como uma metáfora para alcançar seu objetivo do voo através de um dispositivo técnico. A zoolatria, de acordo com Durand (2002), sempre esteve em todos os grupos humanos, entretanto, nas sociedades modernas a zoolatria é deixada de lado por uma abstração espontânea do arquétipo animal. Assim, o voo torna-se uma abstração do arquétipo dos animais voadores numa tentativa de interpretação dos sentimentos de bestialidade e de agressividade, como define Durand (2002).

De acordo com Durand (2002), o poeta não faz mais que recuperar os símbolos primitivos e reorganizar sobre seu tempo, também acreditamos que os avanços técnicos seguem a mesma lógica de recuperação dos símbolos primitivos e seus vetores ao organizar para satisfazer as necessidades humanas. Assim, o domínio do espaço aéreo como necessidade de uma sociedade tecnificada do final do século XIX e início do século XX torna-se um motor para recuperação dos vetores dos animais aéreos numa tentativa de interpretação

desse impulso agressivo do homem. O avião, rapidamente, torna-se um dispositivo de guerra que oferece vantagens sobre os inimigos.

De acordo com Durand (2002), os vetores de ascensão sempre são imaginados com a queda, esse esquema de esforço verticalizante sempre vem acompanhado de um sentimento de contemplação, de ambição, de exaltação sobre o gigantesco. Assim, os vetores ascensionais ressignificam a exaltação e glorificação sobre a grandeza das sociedades modernas ocidentais como um trunfo sobre as demais sociedades colocadas numa escala de evolucionismo darwinista. Conforme o autor, essa dicotomia entre luz e sombras e ascensão e queda são sentidas de modo a privilegiar as figuras ascensionais numa espécie de luta, de batalha, criando uma série de imagens uranianas. Portanto, a queda de um avião, em geral, pressupõe uma relação dicotômica na qual nos julgamos derrotados frente à nossa capacidade de dominação. E o registro de um avião em queda frente ao caos urbano, em particular, desenvolve ainda mais esse sentimento de derrota e, no mínimo, um alerta sobre nossos impulsos de conquista. O avião corresponde, em nossas narrativas contemporâneas, como heróis solares (como define Durand) de uma sociedade no qual os dispositivos técnicos traduzem nossas ansiedades.

O vídeo analisado de um avião caindo ao lado de uma ponte torna-se importante por mesclar alguns elementos de nossa sociedade contemporânea, como a imagem mediada pelo vídeo onipresente, no caso, dentro de um veículo em deslocamento, isto é, a imagem é registrada durante o movimento de um veículo sobre a estrada no mesmo momento que grava a queda de um avião em queda diagonal, no qual se cria o efeito de suspense sobre o momento da queda.

O movimento diagonal que o avião realiza vai ao encontro com a direção do veículo o, que cria o efeito de suspense sobre o usuário do *YouTube*, isto é, a imagem avança na mesma direção em que o avião vai caindo na diagonal, assim, espera-se que possam se chocar, mas a imagem do avião desaparece após a batida de uma das asas sobre a ponte, criando o efeito de suspensão sobre o ocorrido. Outro elemento importante da análise é o conjunto de prédios ao lado esquerdo da ponte, por onde surge a imagem do avião, isto é, a imagem do avião surge repentinamente.

Figura 45 – Frame do vídeo de queda de um avião



Fonte: YouTube (2016).

A imagem do conjunto de prédios também cumpre o mesmo papel semântico do avião, como uma realização ascensional sobre o conjunto de vida cotidiano, como um elemento estruturador de nossa contemporaneidade. Os prédios cumprem o papel de definir os espaços sociais como desenvolvidos ou não desenvolvidos, como um parâmetro do desenvolvimento dos grupos sociais. Essa narrativa baseia-se em mitos como a Torre de Babel, como a torre que alcançaria Deus. Entretanto, a Torre de Babel, pelo mito bíblico, é resultado de nossa ambição e orgulho de nossa capacidade técnica frente às condições naturais. Assim, o conjunto de prédios no vídeo analisado cumpre o papel de punctum, como descrito por Barthes, isto é, o ponto decisivo no qual a narrativa fotográfica (no caso, videográfica) se desenvolve, o automóvel percorre a ponte e registra o espaço urbano até que, sobre o conjunto de prédios, surge um avião em queda, o conjunto de prédios como o elemento que traz à cena a imagem do avião, onde a narrativa é interrompida pela queda.

O mito que deriva nosso fascínio pela queda é o mito de Ícaro, uma narrativa de nosso simbolismo metafísico das alturas que deseja alcançar os céus através da técnica. No mito grego de Ícaro, somos desafiados pela metáfora ascensional da beleza da verticalidade. A proposta mítica em Ícaro é de impedir a conquista do que apenas pertence aos deuses, o céu,

que foi reapropriado pela tradição cristã como elemento fundador de lógica toponímica, isto é, o dualismo entre o céu e a terra. O céu, como elemento redentor e o abrigo da imortalidade dos deuses do Olimpo, e a terra, como sendo o espaço onde os humanos (os mortais) deveriam habitar até o momento de sua morte. A técnica, em Ícaro, as asas de cera, acabam derivando em dois sentidos prioritários. O primeiro refere-se à possibilidade de atingir o objetivo com os meios técnicos encontrados e elaborados pelo exercício da criatividade humana ao tentar imitar o movimento das aves, criar asas que fossem equivalentes à dos pássaros e pudessem ser leves como a cera. O segundo sentido refere-se à fragilidade dos materiais empregados na técnica, isto é, a cera como um elemento maleável, ao ser exposta à alta temperatura quando atingida certa altura. Neste sentido, percebemos uma forma alegórica de punição, ou seja, o homem, ao tentar igualar-se aos deuses em alcançar os céus, estaria sujeito à queda, e, é a queda a punição mais eficaz, pois rebaixa a pretensa superioridade alcançada pelo homem ao nível do solo.

A mítica da queda está entrelaçada à nossa tradição ocidental com muitos exemplos: a queda de Lúcifer e seus anjos decaídos para o inferno, sendo o inferno o espaço subterrâneo criado a partir do impacto da queda desses anjos sobre o solo.

Vídeo 6- Política

Há, nos vídeos de manifestações públicas, três vertentes principais, uma que se declara abertamente política, que é definida pela presença de uma manifestante que se direciona diretamente à câmera e que expõe o arsenal político/ideológico do grupo ao qual pertence, criando o efeito de sentido de uma apresentação pública do que é o movimento e quais são seus objetivos. Esse vídeo se apresenta como as antigas cartas e editoriais publicados, seja em mídias impressas tradicionais seja em mídias alternativas. Esse vídeo assume um caráter centrado na figura de um sujeito que se torna o enunciador do grupo, mas o que verificamos que esse enunciador é resposta a uma ação estratégica de comunicação que visa garantir um efeito de subjetividade, contrariando a objetividade das ideias do grupo, destacando como o indivíduo e, por sua vez, o espectador é o elemento central no discurso.

Um segundo tipo de vídeo se constitui na visão de um narrador onisciente que expõe através de seu eixo de olhar a ação, seja do grupo em suas manifestações ou da ação do aparelho estatal/burocrático. Esse modelo revela-se através de um efeito de sentido de veracidade na medida em que realiza uma denúncia política do grupo sem a presença de um discurso claramente aberto e político, como se apenas a presença das imagens que fundem o

eixo do olhar desse narrador onisciente com o eixo do olhar daquele que vê o vídeo num só ente, assim, acreditamos que haja ação de comunicação que pretende apagar essas marcas de objetividade do vídeo ‘político’ e tornar essa verdade mais crível, isto é, ampliando o efeito de sentido de veracidade, pois as imagens acabariam falando por si só.

O terceiro tipo de vídeo de lógica política-manifestante se constrói pela própria ação do movimento em suas atividades públicas, aqui, diferentemente dos dois primeiros, funde as lógicas anteriores, se propõe como uma ação política do grupo quando apresenta falas de líderes e participantes do grupo junto com imagens de um narrador onisciente, mas o ator principal é a própria ação organizada (manifestação, passeata). Além disso, podemos historicizar em três momentos particulares esses vídeos políticos-manifestantes: a Revolução Francesa, o construtivismo russo e o anarquismo. Essas imagens de manifestações repercutem nesses vídeos através de uma bagagem simbólica que, de modo geral, se sobrepõem em camadas. Um exemplo recorrente nos vídeos é a presença do grupo como força motriz para ação pública, o seu correlato corresponde ao movimento romântico francês e as obras de Eugène Delacroix com sua ‘A Liberdade Guiando o Povo’ (1830), ou Jean P. Houël com sua ‘Queda da Bastilha’.

Neste sentido, no romantismo francês, o ego está associado a uma perspectiva de valorização do popular, do nacional, da ideia de liberdade como fórmula de um ego burguês. Outro aspecto dessas imagens das manifestações está presente no construtivismo russo, do início do século XX, em seus cartazes que convocavam o povo russo para o apoio de um novo regime e a força popular como ator principal desse regime. Assim, os movimentos comunistas propõem imagens nas quais o ego burguês é (pelo menos se tenta) deixado de lado por um movimento maior para uma ordem de transformação social, a subjetividade é negada como dimensão de emancipação do sujeito. E, por fim, as imagens anarquistas podem ser verificadas na ideia de uma imagem em processo, o ato criador se sobrepõe à obra em si, uma imagem da experimentação que se aproxima da lógica da dispensa de gêneros e formatos, o fazer simbólico (no nosso caso, o vídeo) como expressão indispensável na vida dos indivíduos.

Além disso, definimos o uso de máscaras, bandanas e outros itens que disfarçam a identidade do sujeito como resposta ao fenômeno da rede. A identidade (guerrilheira) é posta de lado para poder existir em rede, ao mesmo tempo em que coexistem esses elementos estéticos tradicionais, estão servindo para uma nova relação do sujeito para construção de sua identidade em termos globais, como o exemplo dos vídeos do *Black Bloc* e *Mídia Ninja*, que apresentam legendas em inglês e francês.

Essa ideia de sujeito manifestante é flexibilizada pela própria noção de rede, no qual o grupo só existe em sua relação com os demais e, acima de tudo, os rastros que o movimento produz em rede (curtidas, compartilhamentos e comentários) tornam-se importantes para a ação política. Como destaca Durand (2002), a poética noturna tolera as obscuras claridades, transbordando em imagens totalitárias e sectárias como apresentadas dentro da mitologia romana. Além disso, consideramos que esses sujeitos manifestantes em vídeos em rede atuam numa duplicidade revelada por Lévi-Strauss em relação ao coioote, isto é, atuam contra o aparato estatal no qual a polícia é o símbolo maior pelo uso legítimo da violência ao mesmo tempo em que defende uma maior liberdade. A dialética entre o uso da força contra quem detém a força e a atuação política para defesa de alguma liberdade é a tônica do modelo de devir do sujeito em manifestações. Essa duplicidade da ação dos manifestantes que produz como Durand (2002) apresenta um sacrifício com uma operação sacralizante. Assim, a imagem do manifestante vive num movimento pendular, isto é, num dualismo entre o devir de vítima, que se sacrifica para o bem-estar dos outros, e de algoz, que rompe a normalidade do cotidiano muitas vezes rompendo com a lógica das leis, por exemplo, com danos ao patrimônio público ou privado.

O que destacamos nesse vídeo é que as imagens de manifestações, de modo geral, vivem numa lógica de dissolução/solução da ordem social, como destaca Durand (2002). Assim, os deuses da guerra, nas diversas mitologias, acionam a pulsão para um rearranjo entre a dissolução e a resolução dos ciclos da vida, e a morte sendo, muitas vezes, uma condição para uma solução desse conflito simbólico.

De acordo com Eliade (2002), as ações históricas de lutas e batalhas partem do simbolismo do soberano terrível, havendo múltiplas derivações desse mito. O soberano terrível é aquele que, por força mágica e de sua posição no panteão dos deuses não pode ser desafiado. Sua força é descomunal, mas jamais age através de sua força, mas por sua magia. Dentro desse esquema mítico, encontramos Urano, Varuna e Odin, que se opõem aos deuses guerreiros Marte, Thor. A partir desse simbolismo, identificamos nos vídeos analisados de tema político essa mesma derivação do soberano terrível sendo metáfora do Estado moderno e suas instituições que são sentidas através de um poder invisível e onipresente (caráter mágico) sobre os indivíduos.

Figura 46 – Vídeo *Radical Youth*, de Javier Merelo



Radical Youth - Javier Merelo - Prism (HD)

Fonte: YouTube (2016).

Como na Alta Idade Média, os conflitos espalham-se ao longo do território das ruínas do Império Romano, assumindo em seu lugar diversos feudos, cada um assumindo os riscos para sua manutenção. A proliferação e fragmentação de interesses dos movimentos sociais em identidade de gênero, classe, etnia, etc. Se na modernidade pesada na lógica de Bauman (2000) a luta social orbitava na luta de classes, na contemporaneidade, cada grupo assume as benesses e os riscos de sua luta fragmentada acabam por tomar posse de estratégias de comunicação global. A articulação de movimentos sociais cada vez mais fragmentados realiza-se na combinação de estratégias de comunicação global, atuação local, financiamento e recrutamento global. As antigas armaduras dão lugar às máscaras de heróis ou antiheróis midiáticos. Entretanto, o ideal da cavalaria reembalado na modernidade pelo militante, na contemporaneidade, nasce o jovem sem grande compromisso ético com a causa, mas comprometido com os efeitos midiáticos decorrentes de sua ação singular.

O caráter documental desses vídeos pode ser verificado no uso intensivo da fotografia em preto e branco, dos efeitos de congelamento das cenas e dos depoimentos de participantes.

Consideramos que esses vídeos organizam, para além de uma visualidade de luta, uma denúncia da dor física centrada no indivíduo como uma representação da opressão que é

exercida pelos órgãos burocráticos contra o grupo, principalmente, como recurso discursivo de subjetividade, ou seja, apresentar cenas de pessoas feridas, mortas ou sofrendo violência seriam elementos capazes de criar empatia contra as forças do soberano terrível.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Consideramos o vídeo como modelo primordial de produção de imagens técnicas na contemporaneidade, sendo as redes sociais digitais seu principal espaço de produção e modelo de intercâmbio de comunicação entre usuários. Acreditamos que o vídeo como suporte estético para os demais campos estéticos contemporâneos, o vídeo em sua etimologia, isto é, uma relação subjetiva, presentificada e documental sobre o real. Avaliamos o vídeo como o suporte pelo qual o capitalismo cognitivo se efetua, isto é, a imagem técnica do vídeo é apropriada como modelo de produção individual em escala global e assim há o avanço de uma estetização do mundo a partir do domínio do cotidiano.

Compreendemos o vídeo como agente não-humano capaz de agenciar em si as condições fundamentais para o desenvolvimento de uma identidade/devir, de uma poética baseada na experiência maravilhante da produção imagética e conciliador da noção de imagem de Belting, isto é, do retorno da tríade imagética (imagem endógena, imagem exógena e sujeito). Avaliamos que o vídeo torna-se promotor de uma visualidade calcada na relação individual, presentificada e corporificada de um sistema integrador de informação e de comunicação (as redes sociais) com fins de criar ações de marketing e de vigilância a partir de metadados sobre um conjunto de usuários, organizados por algoritmos. A imagem se corporifica através da estética do vídeo e ganha múltiplas possibilidades de uso pelo capital.

Além disso, consideramos o vídeo em redes sociais como forma privilegiada de compreensão de uma estrutura antropológica da imagem ao permitir que haja uma relação entre o conjunto de imagens armazenadas (museu) e uma poética de produção imagética a partir dessas imagens colecionadas. Acima de tudo, verificamos uma ação promotora das redes digitais de incentivar uma microprodução simbólica (individual), uma cultura semiótica democrática (que nivela produtores profissionais e não profissionais) dentro de uma estrutura global de dados em rede. Essa estrutura que é agenciada pelo vídeo conduz ao deslumbramento do sujeito em relação às negociações identitárias e de devir.

Desse modo, compreendemos que as noções de identidade e de devir são polos teóricos imprescindíveis na medida em que são atravessados por fenômenos contemporâneos da produção em escala industrial de imagens técnicas alicerçadas na ação individual, ou seja, a identidade como resultado algorítmico de ações coordenadas de multinacionais e o devir como a ação propulsora que tenta escapar a esse condicionamento dado à noção de identidade, mas que é coordenado como ferramenta criadora de produção imagética.

O que avaliamos é que há uma ação coordenada (poética de navegação e de banco de dados) de redes sociais digitais em gerenciar uma avalanche de dados que são, depois, reaproveitados como fonte de compreensão de seu público para as mais diversas finalidades e ações de marketing de multinacionais e de infovigilância, por parte de instituições governamentais, mas que se escondem na profusão de imagens de produção massiva de bens simbólicos embalados por uma cultura de lazer e de entretenimento.

O vídeo é o principal vetor da transição de uma temporalidade de mídias tradicionais para uma temporalidade de mídias digitais, através da performance do vídeo que as redes de sujeitos e de objetos ganha a robustez contemporânea. O vídeo como suporte é o agente de transformação das relações hierárquicas de comunicação, o eixo do olhar que o vídeo impõe no seu consumo permite que múltiplos sujeitos possam ser ouvidos em suas mais diversas necessidades.

O vídeo como fonte de uma nova estética contemporânea apresentada em nosso trabalho como estética de imersão amplia e negocia outros imaginários, particularmente, o imaginário mítico místico, no qual os valores de imersão, do devaneio, da introversão, do grotesco são reinterpretados sob uma ótica positiva que permite que grupos sociais possam ter seus discursos ouvidos e legitimados.

O vídeo como suporte torna-se a consciência imagética contemporânea, ou seja, um discurso estético de que tudo pode e de que tudo faz, ao articular os desejos mais íntimos da construção do sujeito até a possibilidade de vigilância contínua do Estado e das forças do capital.

O vídeo conjugado a rede de dados condiciona a uma expressão única dos sujeitos em relação ao tempo e ao espaço, na qual a temporalidade é experimentada como uma intensidade do presente e o espaço é codificado como metáfora do desempenho do corpo saudável e treinado.

O vídeo em rede como expressão estética conjuga o unitário e o múltiplo, a ação individual e a ação coletiva, a totalidade cronológica ao presente estendido, o afetivo ao burocrático. Provoca uma sensibilidade automática e gerencia rituais do cotidiano.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques. **A imagem**. São Paulo: Papirus, 1993.

BACHELARD, Gaston. **A água e os sonhos**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

_____. **A poética do devaneio**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

_____. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

_____. **A psicanálise do fogo**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

_____. **A formação do espírito científico**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2011.

BARROS, Ana Taís Martins Portanova. Comunicação e imaginário: uma proposta metodológica. **Intercom - Revista Brasileira de Ciência da Comunicação**, São Paulo, v. 33, n. 2, p. 125-143, 2010.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

_____. **Como viver junto**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

_____. **O rumor da língua**. Lisboa: Edições 70, 1984.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacres et simulation**. Paris: Galilée, 1981.

_____. **Las estrategias fatales**. Barcelona: Anagrama, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

_____. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

_____. **Medo líquido**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BELTING, Hans. **O fim da história da arte**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

_____. **Por uma antropologia da imagem.** Katz Editores, 2007.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política:** ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks.** New Haven: Yale University Press, 2006.

BERGSON, Henri. **La conscience et la vie.** Paris: PUF, 2011.

_____. **Le Possible et le Réel.** Paris: PUF, 2011.

_____. **Le Rire.** Paris: PUF, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 1974.

_____. **Economia das trocas linguísticas.** São Paulo: Edusp, 1996.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede:**a era da informação. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade.** São Paulo: Paz e Terra, 1982.

CHARAUDEAU, Patrick. **Langue et discours:** éléments de sémiolinguistique (théorie et pratique). Paris: Hachette, 1983.

_____. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2007.

DELEUZE, Gilles. **A imagem-tempo.** São Paulo: Brasiliense, 2007.

_____. **Bergsonismo.** Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

_____. **Diferença e repetição.** São Paulo: Graal, 2004.

_____. **Empirismo e subjetividade.** Rio de Janeiro: Editora 34, 2001.

_____. **O que é filosofia?** São Paulo: Graal, 2009.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia**. Lisboa: Assírio & Alvim, 2004.

DERRIDA, Jacques. **Penser à ne pas voir**. Paris: Éditions de La différence, 2013.

_____. **La Voix et le Phénomène**. Paris: PUF, 1998.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1993.

_____. **Cinema, vídeo, godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

DUMÉZIL, Georges. **Gods ancient northmen**. Los Angeles: University of California Press, 1973.

DURAND, Gilbert. **L'imaginaire: essai sur les sciences et la philosophie de l'image**. Paris: Hatier, 1994.

_____. **Campos do imaginário**. Lisboa: Instituto Piaget, 1996.

_____. **A imaginação simbólica**. São Paulo: Cultrix, 1999.

_____. **Estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

EAGLETON, Terry. **Ideologia: uma introdução**. São Paulo: Unesp, 1997.

_____. **La idea de cultura: una mirada política sobre los conflictos culturales**. Barcelona: Paidós, 2001.

ECO, Umberto. **Art et beauté dans l'esthétique médiévale**. Paris: Grasset, 1997.

ELIADE, Mircea. **Imagens e símbolos**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____. **Mito e realidade**. São Paulo: Perspectiva, 2011.

FACEBOOK. **Facebook**. Disponível em: <<https://www.facebook.com>>. Acesso : 2016.

FLICHY, Patrice. **The internet imaginaire**. London: MIT Press, 2007.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: HUCITEC, 1985.

_____. **A dúvida**. São Paulo: Annablume, 2011.

_____. **Naturalmente**. São Paulo: Annablume, 2011.

GIDDENS, Anthony. **Política, sociologia e teoria social**. São Paulo: Unesp, 1998

GIFFARD, Alain. **Les lectures industrielles, in Stiegler, Giffard, Fauré, «Pour en finir avec la mécroissance»**. Paris: Flammarion, 2009.

GRIENER, Pascal. **République de loeil**. Paris: Odile Jacob, 2010.

HARTLEY, John. **Creative industries**. Blackwell: Malden, MA & Oxford, 2005.

HEIDEGGER, Martin. A questão da técnica. **Cadernos de Tradução**, n. 2, p. 40-93, 1997.

_____. **Ser e tempo**. Petrópolis: Vozes, 1998.

JAMESON, Fredric. **Marcas do visível**. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

_____. **Espaço e imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

_____. **Pós-modernismo, a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 2006.

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

JOST, François. **La télé-réalité**. Paris: Cavalier bleu Éditions, 2009

KANT, Immanuel. **Crítica da razão pura**. São Paulo: Ícone, 2007.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2003.

KOSSOY, Bóris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia: Ateliê Editorial, 1999.

L'INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL. **INA**. Disponível em: <www.ina.fr>. Acesso em: dia mês 2016.

LACAN, Jaques. **O seminário**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2010.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**: ensaio de antropologia simétrica. São Paulo: Editora 34, 2005.

_____. **Reensamblar lo social**: una introduccion a la teoria del actor-red. Buenos Aires: Manantial, 2008.

LEADBEATER, C.; OAKLEY, K. Why Cultural entrepreneurs matter. In: HARTLEY, John (Ed.). **Creative industries**. Oxford: Blackwell, 2005. p. 299-311.

LEÃO, Lucia. **O chip e o caleidoscópio**. São Paulo: Senac, 2003.

LEFEBVRE, Henri. **La presencia y la ausencia**. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 1983.

LEGROS, Patrick et al. **Sociologia do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O Pensamento Selvagem**. São Paulo: Papyrus, 2008.

LEVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1999.

LIBERA, Alain. **Archeologie du sujet I et Naissance du sujet**. Paris: VRIN, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **L'esthétisation du monde**: vivre à l'âge du capitalisme artiste. Paris: Gallimard, 2013.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 1996.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1993.

MANDELBROT, Benoit B. **Fractals and Scaling in Finance: Discontinuity, Concentration, Risk**, Springer, 1997.

MANOVICH, Lev. **Software takes command**. 2010. Disponível em: <<http://manovich.net/2010/10/25/new-article-what-is-visualization/>>. Acesso em: 07 de maio de 2013.

_____. **Visualizing change**. 2009. Disponível em: <http://softwarestudies.com/cultural_analytics/visualizing_temporal_patterns.pdf>. Acesso em: 07 de maio de 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Oficios de cartografo: travesias latino-americanas de la comunicación de la cultura**. Santiago-Chile: Fondo de Cultura Económica, 2002.

MATURANA, Humberto e VARELA, Francisco. **De máquinas e seres vivos. Autopoiese, a Organização do Vivo**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MINAS GERAIS. **Capa do EM viraliza na internet**. 2015. Disponível em: <http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2015/11/26/interna_gerais,711825/capa-do-em-que-pais-e-este-viraliza-na-internet.shtml>. Acesso em: dia mês ano.

MOISDON, Stéphanie. **Stéphanie Moisdon**. Dijon: Presses du réel, 2002.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigação em psicologia social**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

NIETZSCHE, Friedrich W. **Assim falou Zaratustra**. Paulo: Martin Claret, 2009.

OSSOLA, Carlo. **Autunno del Rinascimento. «Idea del Tempio» dell'arte nell'ultimo Cinquecento**. Firenze: Olschki, 2014.

PARFAIT, Françoise. **Vidéo: un Art Contemporain**. Paris: du Regard, 2001.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PORTAL G1. **Internautas associam imagem de lama no mar a logo da Vale**. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/11/internautas-associam-imagem-de-lama-no-mar-logo-da-vale.html>>.

ROMAN, Mathilde. **Art vidéo et mise en scène de soi**. Hamarttan, Paris, 2007.

SANTAELLA, Lucia. **Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008.

SARTRE, Jean-Paul. **A Imaginação**. Porto Alegre: LPM, 2008.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TARDE, Gabriel de. **A opinião e as massas**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

THOMPSON. John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2007.

TOCQUEVILLE, Alexis de. **A democracia na América**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

VAN ASSCHE, Christine. **Vidéo et après: la collection vidéo du Musée national d'art moderne**. Paris: Centre Georges Pompidou, 1992.

VIRILIO, P. **The vision machine**. London: British Film Institute & Indiana University Press, 1994.

_____. **Estética da Desaparição**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.

WUNENBURGER, Jean-Jacques. **L'Imagination**. Paris: PUF, 1993.

_____. **La vie des images**. Paris: PUF, 1995.

_____. **Philosophie des Images**. Paris: PUF, 1997.

YOUTUBE. **YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/>>. Acesso em: 2016.

ZIZEK, Slavoj. **A visão em paralaxe**. São Paulo: Boitempo, 2008.

_____. **Bem-vindo ao deserto do real:** cinco ensaios sobre o 11 de setembro e datas relacionadas. São Paulo: Boitempo, 2010.