

O uso subversivo dos meios digitais¹

Elenildes DANTAS²

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

A partir da observação como se dá a experiência estética ou Acontecimento comunicacional³ por meio de produtos audiovisuais nas redes sociais, focando o espectador-produtor e não os aspectos técnicos da produção isolados. Tendo como ponto de partida que a experiência estética é um tipo de Acontecimento comunicacional que transforma os indivíduos. O mundo contemporâneo acontece em imagens e a geração atual de espectador-produtor, é ao mesmo tempo produtora e espectadora de suas próprias criações. Apesar de fazerem uso subversivo da tecnologia também são afetados por ela.

Palavras-chave: comunicação; estética; audiovisual.

Introdução

O homem, a única das espécies vivas que é cultural, não aceita sua condição animal e busca transformar sua realidade por meio de inventos e também, por ter consciência da própria morte busca eternizar-se, de alguma maneira, vencer a morte por meio da cultura. A fotografia foi o primeiro invento tecnológico que buscou a eternização do homem como imagem e que passou a ser utilizado como registro histórico das famílias, documentando diferentes fases da vida – nascimento, infância, juventude e também eventos que marcam essas diversos ritos de passagem - aniversários, formaturas, casamentos, mortes.

As redes sociais representam um passo à frente nesse processo de documentação e narrativas da vida pessoal. O avanço da tecnologia tornou possível o registro, quer em imagens ou escrita, não apenas de cada fase marcante, mas também de cada minuto do nosso dia a dia.

O mundo contemporâneo se dá em imagens iconofágicas em que as pessoas são ao mesmo tempo devoradoras de e devoradas por imagens (BAITELLO JUNIOR, 2014); a

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Imagem e Imaginário do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda de Meios e Processos Audiovisuais da ECA-USP, email: elenildes@usp.br.

³ Termo desenvolvido pelo FiloCom – Núcleo de Estudos Filosóficos da Comunicação, coordenado pelo Prof. Dr. Ciro Marcondes Filho, ECA-USP.

geração atual é do espectador-produtor e, ao mesmo tempo produtor e espectador de suas próprias criações, que apesar de fazer uso subversivo da tecnologia, com a possibilidade de criar usos que não estavam inicialmente programados por elas, também é afetado pela tecnologia.

A palavra estética vem do grego *aisthesis* (αἴσθησις) e quer dizer sensibilidade, conhecimento sensível (percepção ou experiência) e também aspecto sensível da afetividade. Entende-se aqui por experiência estética e Acontecimento comunicacional a capacidade de encantamento, de êxtase, de arrebatamento de um indivíduo diante de uma obra de arte, de uma paisagem, de uma produção mediática ou mesmo de um objeto comum, que ocorrem quase sempre de forma inesperada. É algo indescritível e pessoal, que só ocorre quando nos permitimos esta abertura para o mundo.

Afinal, como se dá a experiência estética? Henri Bergson (1988) nos dá uma pista. A hipótese dele é de que a verdadeira experiência estética ou sentimento estético, como o filósofo prefere definir, só pode ocorrer diante de obras de arte, que foram criadas com a intenção de provocar a sensação do belo. Bergson não considera a experiência estética nem em relação à natureza ou a outro objeto que não o de arte. O objetivo desta seria adormecer as resistências da nossa personalidade e levar-nos, assim, a um estado de docilidade perfeita em que realizamos a ideia que nos é sugerida, porque nos simpatizamos com o sentimento expresso.

Ele cita o exemplo da música na qual o ritmo e o compasso suspendem a circulação normal das nossas sensações e ideias fazendo oscilar a nossa atenção entre pontos fixos, e apoderam-se de nós com tal força que a imitação, ainda que infinitamente discreta, de uma voz que geme, bastará para nos encher de uma extrema tristeza. “Se os sons musicais agem mais poderosamente sobre nós do que os da natureza é porque os da natureza se limitam a exprimir sentimentos, ao passo que a música no-lo sugere”, (BERGSON, 1988, p. 19).

Assim, para esse autor, a arte visa mais do que expressar ou imprimir sentimentos em nós; ela os sugere, prescindindo facilmente da imitação da natureza ao utilizar meios mais eficazes. A natureza sugere sentimentos sem intencionalidade, mas o artista, por meio da obra de arte, os sugere com intenção por meio do ritmo. No entanto, Bergson alerta que o mérito de uma obra de arte não se mede só pela força com que o sentimento sugerido se apossa de nós, mas pela riqueza desse mesmo sentimento.

Se a arte que se limita a dar sensações é uma arte inferior, é porque a análise nada mais deslinda frequentemente numa sensação além dessa mesma sensação. Mas a maioria das emoções é enriquecida com milhares de sensações, sentimentos ou ideias que as atravessam: cada uma delas é,

pois, um estado único no seu gênero, indefinível, e parece que seria necessário reviver a vida de quem o experimenta para dele se apoderar na sua complexa originalidade. Contudo, o artista visa introduzir-nos nesta emoção tão rica, tão pessoal, tão nova, e levar-nos a experimentar o que não poderia fazer-nos compreender. (BERGSON, 1988, p.23).

Por isso, então, a dificuldade para exprimir o inexprimível e explicar o inexplicável, que para Bergson só é possível por meio da arte. Assim, na contemplação de uma estátua, por exemplo: “a pálida imobilidade da pedra empresta ao sentimento expresso, ao movimento iniciado, não sei que de definitivo e eterno, em que o nosso pensamento se absolve e a vontade se perde”, (BERGSON, 1988, p.19). Mikel Dufrenne (2002) acredita que é possível viver uma experiência estética diante tanto de um objeto de arte como da natureza, mas ele, do mesmo modo que Bergson, defende que só diante de uma obra de arte a experiência é mais elaborada.

Para que a experiência estética possa tornar-se comunicação, porém é necessário ir um pouco mais além, pois o conceito de comunicação como Acontecimento traz como pressuposto a transformação. Para que um Acontecimento possa ser considerado comunicação, ele precisa trazer algo de novo, tirar o indivíduo de sua situação passiva; transformá-lo de alguma forma.

Comunicação é antes um processo, um acontecimento, um encontro feliz, o momento mágico entre duas intencionalidades, que se produz no 'atrito dos corpos' (se tomarmos palavras, música, ideias, também como corpos); ela vem da criação de um ambiente comum em que os dois lados participam e extraem de sua participação algo novo, inesperado, que não estava em nenhum deles, e que altera o estatuto anterior de ambos, apesar de as diferenças individuais se manterem. Ela não funde duas pessoas numa só, pois é impossível que o outro me veja a partir do meu interior, mas é o fato de ambos participarem de um mesmo e único mundo no qual entram e que neles também entra. (MARCONDES FILHO, 2007, p. 15).

Para Adorno (1982), a arte, diferente dos meios de comunicação, por não estar interessada nas audiências, nem em tornar os conteúdos palatáveis para um público médio, instiga os espectadores a decifrá-la “decifre-me ou devoro-te”, a incapacidade da maioria em decifrar a arte é que criaria o desinteresse da massa pela maioria das obras de arte consideradas como “elevadas”, uma visão que talvez demonstre um preconceito de classe por parte do autor. Isso se assemelha à ideia de Hume de que nem todos possuem sensibilidade estética. Mas será que experiência estética é mesmo isto? Será que é preciso entender exatamente o que o artista quer dizer, para que ocorra uma experiência estética com a arte? Para Bergson, o bom artista é aquele que consegue sugerir sentimentos.

Experiencia estética nas novas formas de produção audiovisual

Muito já se falou da experiência estética em relação ao cinema e ao audiovisual em geral, porém, agora se trata de outro momento, isto é, o da observação se é possível ver como experiência estética a relação que se tem com produtos audiovisuais realizados sem intenção artística. A relação que as pessoas têm hoje com a técnica, pois, ao mesmo tempo em que é totalitária (FLUSSER, 2008), impositiva (todo mundo tem de ter um *iPhone* se não tiver estará fora do seu tempo), ela também permite usos que não estavam programados e, dessa forma, dá uma liberdade ao usuário, que nunca ocorreu antes: de poder participar do fazer e não só do receber. A questão é saber quais as possibilidades técnicas e estéticas e as implicações éticas disso?

A constante exibição das pessoas nas redes sociais, por meio das *selfies* ou de vídeos é um território de busca pela construção de uma identidade: a forma como nos vemos e como gostaríamos que nos vissem. Fazer a próprio vídeo ou a própria foto é um controle da sua imagem que, ao relacionar-se pelas redes, configura a constituição do eu social, sua afirmação diante do espelho da sociedade. Os usuários compartilham da brincadeira de construção e desconstrução da própria imagem, participando de poses da moda que surgem sem motivos explícitos em algum lugar e se propagam rapidamente.

Para Dietmar Kamper (2002), nossa sociedade, mais do que um mundo codificado (Flusser), é uma caverna orbital, pois nós continuamos na caverna tal qual no mito de Platão, só que agora é de espelhos e alimentada pelos meios de comunicação. Em contrapartida, nós só olhamos para nós mesmos, o outro é uma figura mediática. Este abastecimento promovido pela indústria cultural corresponde a uma energia circulante, embora só vejamos a nós mesmos no contato mediático e com as redes sociais, a caverna de espelho é ainda mais evidente. “Deus sonha os homens; o homem sonha as máquinas; as máquinas sonham Deus. Todos os três sonhos são fundamentais; todos seguem juntos. Eles esgotam a imaginação e deixam ao mundo uma órbita de detritos imaginários”, (KAMPER, 2003, p. 7).

O aperfeiçoamento tecnológico aproximou ainda mais o ser humano e a máquina; com as câmeras e filmadoras digitais basta enquadrar a imagem, à distância, verificar no monitor e clicar. Apesar de o olho ser considerado o sentido essencial na produção de imagens, é cada vez mais com o corpo inteiro que se fotografa, que se filma, especialmente

na produção de *selfies* ou *videoselfies*, sendo necessário um verdadeiro contorcionismo para se produzir a própria imagem.

Nesse sentido, só um gesto permaneceu ao longo da história da fotografia: o ato de disparar, nas palavras de Vilém Flusser: “o dedo que clica”. Ainda é preciso disparar, clicar, embora exista a possibilidade do disparo automático; o dedo está presente neste gesto e não o olho. A tecnologia criou novos usos, não é necessária a espera da revelação de filmes como na fotografia analógica. O mesmo vale para as filmadoras digitais, é só filmar e pôr na rede. Cada vez mais o momento do disparo se torna um *Fiat Lux* das máquinas que sonham Deus: “O faça-se a imagem e a imagem se faz”, magicamente.

Embora poucos conheçam os princípios da fotografia ou dos audiovisuais, isso não importa, o que interessa, para a maioria, é que com um clique, com um apertar de botões, a imagem se faz e hoje, com as câmeras digitais, o resultado pode ser visto de imediato. E, aquilo que não agrada pode ser apagado e refeito, tanto fotos quanto vídeos. Não é mais necessário esperar a revelação do filme, não existe mais o espaço entre o clique e o resultado. Não existe mais a interferência do especialista, aquele que revela e amplia, todos são fotógrafos, todos podem ser cinegrafistas, embora o conhecimento sobre os princípios gerais da fotografia e dos audiovisuais não tenha aumentado.

O caráter lúdico das tecnologias é o aspecto que mais se sobressai na contemporaneidade e já era apontado por Flusser (1985: p.15), mostrando a diferença entre aparelho, que seria um brinquedo simulador de um tipo de pensamento, e instrumento, que seria uma simulação de um órgão do corpo humano, servindo ao trabalho, em que o homem que manipulava os instrumentos trabalhava e os homens que manipulam hoje os aparelhos jogam em busca de esgotar todas as possibilidades que já estão inscritas, programadas, no próprio aparelho. Dessa forma, com os aparelhos digitais temos nas mãos um mundo simulado, ou seja, uma suposta aparência da realidade.

Esse mesmo autor coloca que o homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função das imagens. Não mais decifra as cenas imagéticas como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas. Essa inversão da função das imagens é idolatria: viver magicamente pelo poder onipresente das imagens técnicas.

Trata-se de alienação do homem em relação a seus próprios instrumentos. O homem se esquece do motivo pelo qual imagens são produzidas: servirem de instrumentos para orientá-lo no mundo. Imaginação torna-se

alucinação e o homem passa a ser incapaz de decifrar imagens, de reconstituir as dimensões abstraídas. (FLUSSER, 1985, p. 8).

Apesar de o acesso dos aparelhos digitais e às redes sociais trazerem o que se chama de “empoderamento” (termo usado como definição dessa relação de poder do usuário produzir conteúdos) para pessoas anônimas, que podem se tornar celebridades mundiais de um dia para o outro, muitas questões éticas também surgem, tais como tirar *selfies* e fazer vídeos em locais de tragédias ou ao lado de doentes em hospitais. Isso talvez se deva a uma banalização do próprio corpo e da própria imagem e, conseqüentemente, do corpo e da imagem do Outro. Pois as pessoas com um aparelho na mão agem de forma tão inconsequente que teriam até mesmo dificuldade para reconhecer a necessidade de algum limite.

O total desrespeito pelo outro, onde predomina a relação eu/isso e não eu/tu buberiana (BUBER, 1977). O mundo virtual é território de ninguém onde só queremos reforçar nossa imagem, se o outro discorda de nós, o bloqueamos, o deletamos, nunca procuramos dialogar com o diferente, só queremos aplausos e *likes*/curtidas, enfim aprovação, jamais aceitar o diferente. Criamos grupos fechados apenas para aqueles que pensam como nós. Nesse sentido, toda a utopia de colaboração das redes sociais, de criação de espaços heterogêneos de diálogo com a criação de espaços colaborativos de ideias e trocas de saber foi por água abaixo com o desenvolvimento das redes sociais. Somos capazes, hoje, de dizer, nas redes sociais, o que até pouco tempo não seríamos capazes de falar, para nós mesmos, diante do espelho sem que sentíssemos. É como se diante do computador, todas as nossas travas mentais fossem liberadas, talvez este seja apenas um momento de catarse coletiva e que, aos poucos, vá se criando uma sociabilidade nas redes, regras de etiquetas de como se deve comportar e aceitar opiniões divergentes das nossas. Também pela reação institucional, no caso do Brasil, por meio da criação do Marco Civil da Internet (2014), da Lei Carolina Dieckmann (2012), leis que dispõem sobre a tipificação criminal de delitos informáticos, visando coibir ações abusivas dos internautas.

Talvez o grande dilema da contemporaneidade seja justamente como manter a liberdade, os direitos individuais, mas mantendo uma ordem geral, para que a liberdade individual não passe por cima dos direitos da coletividade. Desafio especialmente difícil em um país como o Brasil em que não somos acostumados a pensar no bem comum, na coletividade, em que o direito e privilégio individual, especialmente das classes dominantes, sempre estiveram acima do direito coletivo.

De certa forma, o maior poder da internet também acaba por ser sua maior fraqueza. A capacidade de dar a voz a todos, num sistema transversal no qual todos falam para todos, e não mais hierárquico, onde um fala para todos. O utópico todos falando para todos pode significar todos falando e ninguém escutando. Os meios tradicionais têm o privilégio de homogeneizar, uniformizar os discursos, criar consenso porque interfere no imaginário coletivo e na formação da opinião pública que embora volátil, cria um consenso, mesmo que passageiro, quando ideias são lançadas no Contínuo atmosférico mediático⁴. Enquanto a internet e suas redes sociais padecem da dificuldade de homogeneizar os discursos, principalmente porque cada grupo fala sempre para si mesmo: “é pregar para convertidos”, assim não se cria consenso e nem se uniformiza discurso. A uniformização ou homogeneização dos discursos dos grandes meios de comunicação são operacionais, mas não positivos em si, especialmente, porque padecem da incapacidade de pensar a sociedade de forma plural. Por isso mesmo, o discurso dos grandes meios de comunicação, mesmo em tempos de comunicação diversificada, torna-se hegemônico pelo poder de alcance e uniformidade, algo que os meios alternativos não têm, pois seus discursos não chegam a todos. A necessidade de complementariedade entre os meios de comunicação permanece presente na atualidade, mas a capacidade de meios alternativos, como *blogs* independentes, fazerem frente ao discurso hegemônico dos grandes meios é praticamente nula. É o que parece estar acontecendo na atual conjuntura política do Brasil. Situação agravada pelo grande número de informações falsas que circulam pela rede. Uma pesquisa recente apontou que três em cada cinco notícias mais compartilhadas das redes sociais são falsas. Assim, com a grande diversificação dos meios, a disputa pela legitimidade do discurso tornou-se ainda mais acirrada. E como os meios tradicionais possuem naturalmente mais credibilidade, embora a imprensa alternativa possa fazer frente na tentativa de desconstrução de discursos conservadores e maniqueístas a disputa continua muito desigual.

A questão levantada por Dietmar Kamper (2002), antes mesmo do surgimento das redes sociais, é se existe algo além da caverna de espelhos alimentada pelos *media*. Em outros termos, os aparelhos abrangem atualmente a totalidade da sociedade ou que constituem a última totalidade que faz referência à desagregação social? Será que eles ainda se representam – da mesma forma como o dogma determinou a sociedade medieval e o

⁴ Contínuo atmosférico mediático é o ambiente onde se realiza a comunicação: “O contínuo atmosférico não existe em si, não é uma entidade, um corpo, algo que seja dotado de um estatuto ontológico determinado; trata-se, antes, de um fluxo, um contínuo de energias e de humores, instância paradoxal, fator imprevisível, agente de uma quase-causa e produtor de efeitos reais.”, (MARCONDES FILHO, 2010, p. 132).

dinheiro, a sociedade burguesa –, fundamentalmente estruturas da sociedade contemporânea?

A câmera procura trazer uma verdade objetiva e acaba por criar uma caverna que aprisiona. Não são sombras imaginárias, são imagens usadas como um espelho, pois pretendem refletir o mundo. E no caso da *selfie* há um sintoma social de consumo da própria imagem. Porém, o espelho é uma ferramenta que o ser humano usa para se reconhecer como indivíduo, mas um indivíduo sem corpo, sem possibilidade de sentir. O que de algum modo confirma a afirmação de Agamben (2009, p. 47), ao dizer que os dispositivos comunicacionais da atualidade não são mais aparelhos de subjetivação e sim processos de dessubjetivação dos sujeitos, recompostos em sujeitos espectrais.

Para o autor, os dispositivos modernos como redes sociais, etc. não produzem mais subjetivação, mas dessubjetivação, um sujeito espectral, portanto não existiria uso correto dos dispositivos mediático. “As sociedades contemporâneas se apresentam assim como corpos inertes atravessados por gigantescos processos de dessubjetivação que não correspondem a nenhuma subjetivação”. (AGAMBEN, 2009, p. 48).

Esse processo de dessubjetivação se alinha ao conceito de Agamben (2013) sobre a comunidade que vem de sujeitos sem identidades. Pois, segundo ele (AGAMBEN, 2013, p. 78), o novo da política que vem é que ela não será mais a luta pela conquista ou pelo controle do Estado, mas a luta entre o Estado e o não-Estado (a humanidade). Isto é, disjunção irremediável entre as singularidades quaisquer e a organização estatal. “A singularidade qualquer, que quer se apropriar do próprio pertencimento, do seu próprio ser-na-linguagem e recusa, por isso, toda identidade e toda condição de pertencimento, é o principal inimigo do Estado”. (AGAMBEN, 2013, p. 79). Teoria que parece comprovada com as manifestações de 2013 e mesmo as manifestações de “verde e amarelo” da atualidade.

Assim como a *selfie*, os vídeos do *YouTube*, feito pelos *youtubers*, têm mostrado uma sensibilização estética para os audiovisuais, especialmente entre os mais jovens. Muitos desses vídeos são bem elaborados e requerem alguma proficiência em edição de imagens, diferente de simplesmente enquadrar uma foto para uma *selfie* “irada”. A *selfie*, por seu turno, também cria uma estética toda especial porque, embora existam *selfies* falsas, nas quais a pessoa se coloca em paisagens falsas, existe uma estética própria da *selfie*: o ângulo da foto é que determina se ela é uma *selfie* ou não. E mesmo as *selfies* de fundo

falso permanecem sendo *selfies*, sem contar que para se produzir uma falsa *selfie* também requer alguma habilidade com programas de edição de imagens.

A *selfie* ou um *videoselfie*, mais do que capturar o instante, pretende capturar e registrar a duração do momento vivido, assim como a imagem cinematográfica de acordo com André Bazin, em *O que é o cinema?* Lá Bazin diz que o cinema realiza o paradoxo de moldar-se sobre o tempo do objeto e de captar, além do mais, o registro de sua duração. (apud DELEUZE, 1983, p. 36).

A *selfie*, por exemplo, é sempre primeiro plano, portanto, imagem-afecção e um delírio de busca de identidade, entendendo imagem-afecção na definição deleuziana como qualidade ou potência que demonstra o afeto, enquanto expresso por um rosto ou por um equivalente de rosto. Assim, a imagem-afecção é sempre em primeiro plano como a *selfie*.

Se arte é experimentação, então, qualquer experimentação é válida, mesmo que seus produtores não possuam proficiências técnicas e nem pretensões artísticas, pois ela vale pelo que ela provoca, mesmo que de forma inesperada. Mesmo porque a intuição sensível está presente em qualquer ato de criação, seja de um especialista, seguindo técnicas definidas, seja de um usuário amador, que cria ainda mais intuitivamente e na base da experimentação livre. A questão é saber o quanto da capacidade de tirar *afectos* das afecções e *perceptos* das percepções ocorre por habilidade, capacidade técnica ou intuição sensível, entendendo por intuição sensível a forma de conhecimento imediato que não recorre à razão, conhecimento aprendido de uma só vez, o ato de apreender um objeto de pensamento diretamente em sua realidade individual (MARCONDES FILHO, 2014, p.255).

Especialmente em um momento em que proliferam materiais audiovisuais realizados por pessoas sem conhecimento técnico e sem pretensões estéticas e, mesmo assim, possuem o poder de provocar algo que pode ser descrito, em algum grau, como uma experiência estética.

Nossa hipótese pressupõe que a tecnologia pode ser totalitária, como afirma Vilém Flusser (2008), mas existe uma espécie de rebelião civil, por parte dos espectadores-produtores, em busca da criação de usos inovadores fora dos que estavam programados. Por meio das possibilidades técnicas, o usuário cria outro uso, cria outras coisas, tais como a *selfie*, os *memes*, os *videoblog* do YouTube, que, embora sejam modas passageiras, marcam uma forma diferente de se viver e se relacionar com o mundo, principalmente, para os jovens.

Porém, algumas iniciativas podem ir além da simples diversão, um exemplo da capacidade transformadora das mídias digitais são os coletivos audiovisuais produzidos por jovens da periferia das grandes cidades brasileiras que utilizam as redes sociais para afirmar sua própria identidade e do lugar onde vivem, como os projetos de comunicação dos coletivos “Você Repórter da Periferia”, “TV Doc Capão”, “Repórter da Quebrada” e “Vida do Lado de Cá”, da periferia de São Paulo⁵. Os três primeiros têm em comum que são a periferia falando da periferia, para periferia, entre eles a TV Doc Capão é a iniciativa mais surpreendente por ter sido idealizado por um jovem à época com 16 anos e por iniciativa própria, não a partir de um coletivo organizado, como os demais. O Portal Do Lado de Cá, apesar de mais abrangente, não é uma iniciativa da própria periferia, mas de mostrar os movimentos culturais da periferia para o restante da cidade.

O “Repórter da Quebrada” é um projeto do coletivo de comunicação “Periferia em Movimento”, criado por jornalistas do extremo sul da cidade de São Paulo. O texto de apresentação do grupo no *site* afirma que: “Incomodados com a narrativa limitada, geralmente negativa e superficial, apresentada pela mídia convencional sobre nossa realidade, nos organizamos e amadurecemos enquanto coletivo para contar nossa própria história e lutar por uma mídia mais democrática e plural. Como meio alternativo à mídia convencional e com uma perspectiva “de dentro pra dentro”, nós acompanhamos, refletimos, apoiamos e difundimos as ações sociais, culturais, políticas e econômicas de iniciativa popular que visam a garantia dos direitos fundamentais nas bordas das cidades, especialmente no Extremo Sul de São Paulo”.

O “Você Repórter da Periferia”, projeto de jornalismo comunitário desenvolvido pelo coletivo de comunicação “Desenrola e Não me Enrola”, oferece oficinas teóricas e práticas de jornalismo para jovens de todas as regiões da periferia de São Paulo focado em desenvolver as habilidades de jornalismo *web*, redação para redes sociais, vídeo reportagem, técnicas de reportagem, fotojornalismo, filmagem, edição de vídeos, revista digital e produção de conteúdo móvel. O “Você Repórter da Periferia” realiza cobertura jornalística de temas de interesse das comunidades periféricas da cidade.

⁵ Projetos de comunicação audiovisual da periferia de São Paulo:

TV Doc Capão (<https://web.facebook.com/tvdccapao/info/?tab=overview>), **Periferia em Movimento / Repórter da Quebrada** (<http://periferiaemmovimento.com.br/reporterdaquebrada/>), **Desenrola e Não me Enrola / Você Repórter da Periferia** (www.youtube.com/watch?v=f7jla5_ljyw), **Portal Do Lado de Cá** (www.doladodeca.com.br/comunicacao/)

A “TV Doc Capão” define-se como: “um coletivo de jovens que se propõe, com a utilização dos meios de comunicação multimídia, conscientizar e incentivar a participação dos jovens dentro de sua comunidade como protagonistas de uma história diferenciada contribuindo para uma sociedade mais justa e democrática”. Criada em 05 de março de 2012 por iniciativa do jovem André Luiz Santos, com ajuda de amigos, num quartinho nos fundos da própria casa na periferia de Capão Redondo, a TV Doc Capão é ganhadora de dois prêmios, de Programa Popstilo de 2014 e o prêmio da ONU de Articulador Social, em 2012.

O portal “Do Lado de Cá” possui uma proposta diferenciada é uma plataforma de comunicação popular de divulgação de talentos e iniciativas culturais da periferia, além de assuntos que dizem respeito ao cotidiano e ao universo do entretenimento popular. O projeto foi fundado pela jornalista e articuladora Tatiana Ivanovici, em parceria com o *site* *Catraca Livre* do jornalista Gilberto Dimenstein. Portanto, não deixa de ser um olhar externo sobre a periferia, que objetiva mostrar a “Vida do Lado de Cá”, da periferia, especialmente as iniciativas culturais.

Os objetivos expressos pelos coletivos da necessidade de dá uma resposta ao modo como os meios de comunicação representam a periferia corrobora com as conclusões da tese de Gustavo Souza da Silva intitulada *Pontos de vista em documentários de periferia: estética, cotidiano e política* (2011), que traça o panorama dos documentários produzidos sobre a periferia de todo o Brasil de 2000 a 2010, período em que as periferias das grandes cidades passam a ser representadas em filmes e vídeos produzidos por núcleos e entidades independentes de oficinas de audiovisuais, impulsionados também por novas políticas culturais com financiamentos por meio de editais voltados para produções culturais alternativas realizadas fora do circuito tradicional de cultura.

O autor afirma que o ponto de vista dos documentários da periferia está alicerçado em três pilares: estética, cotidiano e política. A política seria justamente a necessidade da periferia de dar uma resposta à forma como ela é representada pelos meios de comunicação hegemônicos. Paradoxalmente, com relação à estética, o autor aponta uma forte influência da televisão na estética do documentário da periferia, por serem produzidos nas oficinas de audiovisual por pessoas fortemente influenciadas por esse meio tomando emprestado, inclusive, a linguagem do telejornalismo. Por interferência da televisão ou por falta de familiaridade com a linguagem do cinema, uma vez que os alunos da periferia têm mais intimidade com a televisão que com o cinema, Silva esclarece também que no início as

oficinas eram dirigidas por professores de fora das comunidades, mas que com o tempo, ex-alunos das oficinas tornaram-se professores e passaram a montar seus próprios núcleos de produção audiovisual.

Outra marca da estética dos documentários da periferia seria o que Silva denominou por “estética do improvisado”, tanto pela precariedade de recursos e mesmo de conhecimentos técnicos e da linguagem do cinema que muitas vezes forçam os realizadores dos documentários a encontrarem soluções criativas e inovadoras. Algo que também está presente nos vídeos dos coletivos que observaremos.

Com relação ao aspecto político do ponto de vista tanto do documentário da periferia realizados pelas oficinas como dos vídeos realizados pelos coletivos, que estão entre o formato de documentários e reportagens, têm como ponto comum o desejo de interferir na realidade e modificar o imaginário sobre a periferia tanto para o público interno como externo, sendo que pelo menos os participantes das oficinas ou coletivos modificam a forma de se verem e verem a realidade em volta, principalmente ao abrir perspectivas para novas percepções além do seu pequeno mundo que pode parecer intransponível e imutável, embora a periferia seja o mais mutante dos espaços urbanos.

Se os principais objetivos dessas produções são afirmação da identidade, especialmente dos jovens da periferia e da quebra de estigmas criado pelos meios de comunicação hegemônicos que criam estereótipos de violência com relação à população periférica, a questão a ser discutida é sobre a abrangência dessas produções e para quem elas se destinam - se para a própria comunidade ou se para as pessoas fora dessas comunidades e principalmente qual a capacidade dessas iniciativas de fazerem frente ao imaginário criado e constantemente reforçado pelos meios tradicionais, especialmente os programas policiais da televisão aberta que insistem em mostrar a periferia apenas no que há de mais negativo. Programas que têm maior audiência justamente nas próprias periferias. O refrão do *Rap da Felicidade*, de Cidinho e Doca composto em 1995: “*Eu só quero é ser feliz andar tranquilamente na favela onde eu nasci, é poder me orgulhar e ter a consciência que o pobre tem seu lugar!*” - que ficou famoso nas vozes de Claudinho e Bochecha, sintetiza essa busca da periferia pela autoafirmação de sua identidade e pode ser considerado como um manifesto da periferia, um clamor pelo direito de existir e ser feliz mesmo em condições adversas.

Considerações finais

Provavelmente a *selfie*, os *videoblogs*, os *memes* e mesmo as redes sociais serão modas que passarão com o tempo e outras virão. Porém, a aprendizagem fica, assim como ficou o uso das mensagens instantâneas de texto que evoluíram do *Messenger* para o *Twitter* e depois para o *WhatsApp*, ou seja, muda-se a plataforma, mas fica o hábito, o uso que é transportado para a nova plataforma. O uso de redes sociais também poderá evoluir para algo novo, mas ficará o aprendizado dos relacionamentos virtuais. A evolução tecnológica é cada vez mais audiovisual com a possibilidade de postagens de vídeos com a internet banda larga e os protocolos de transferência e também das possibilidades de criação de conteúdo audiovisual pelos usuários com a popularização as câmeras digitais, inclusive nos celulares, que estão sempre à mão.

Atualmente, já não se trata mais do famoso lema do cinema moderno: “Uma câmera na mão e uma ideia na cabeça”, quase sempre é uma câmera ou um celular na mão e o mundo acontecendo para ser capturado na sua imanência. Talvez seja esta a realização do sonho idealizado por Dziga Vertov, em *Um homem com uma câmera*. Desta vez, literalmente, apenas um homem com uma câmera (seja este ‘homem’ uma mulher, uma criança, um adulto ou um idoso) e não mais um cineasta, um artista com uma ideia em mente e uma câmera para realiza-la.

Por esta simplificação estética, estaríamos perdendo nossa sensibilidade estética, ou ela, de fato, nunca existiu de forma inata, foi sempre construída? Não temos mais capacidade para grandes elaborações, só para formas simplificadas como textos de cinco linhas, imagens clichês, narrativas - inclusive audiovisuais - simplificadas nisso haveria efeitos para sensibilidade das novas gerações. Um ensaio de resposta pode ser: perdem-se algumas habilidades e ganham-se outras. Logo, podemos entender estes novos rumos da técnica sem julgamento de valor, sem pensar em melhor ou pior, apenas observando como ele modifica a nossa forma de estar no mundo e de nos relacionármos em sociedade.

Referências bibliográficas

- ADORNO, T. **Teoria estética**. Lisboa: Edições 70, 1982.
- AGAMBEN, G. **O que é o contemporâneo? e outros ensaios**. Chapecó: Editora Argos, 2009.
- _____. **A Comunidade que vem**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.
- BAITELLO JUNIOR, N. **A era da iconofagia. Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura**. São Paulo: Paulus, 2014.
- BERGSON, H. **Ensaio Sobre os Dados Imediatos da Consciência**. Lisboa: Edições 70, 1988.
- BUBER, M. **Eu e Tu**. São Paulo: Cortez e Moraes, 1977.
- DELEUZE, G. **O que é ato de criação?** In DUARTE, Rodrigo (org.). *O Belo Autônomo: Textos clássicos de estética*. Belo Horizonte: Autêntica Editora / Crisálida, 2012.
- DELEUZE, G. & GUATTARI, F. **O que é a Filosofia?** São Paulo: Editora 34, 2010.
- DUFRENNE, M. **Estética e Filosofia**. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- FLUSSER, V. **O Mundo Codificado**. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2008.
- _____. **Filosofia da Caixa Preta. Ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. São Paulo: Editora Hucitec, 1985.
- _____. **Gestos**. Barcelona: Editorial Herder, 1994.
- HUME, D. **Do padrão de gosto**. In DUARTE, Rodrigo (org.). *O Belo Autônomo: Textos clássicos de estética*. Belo Horizonte: Autêntica Editora / Crisálida, 2012.
- KAMPER, D. (2002). *Imagem*. Disponível em:
<http://www.cisc.org.br/portal/index.php/pt/biblioteca/viewcategory/3-kamper-dietmar.html>
- _____. (2004). *Imanência dos media e corporeidade transcendental*. Tradução de Marcondes Filho, C. Disponível em: www.eca.usp.br/nucleos/filocom/traducao9.html.
- _____. *As máquinas são tão mortais como as pessoas*. Tradução de Marcondes Filho, C. Disponível em: www.eca.usp.br/nucleos/filocom/traducao9.html.
- KANT, I. **Crítica da faculdade do juízo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.
- MARCONDES FILHO, C. **O princípio da razão do durante: o conceito de comunicação e a epistemologia metapórica: nova teoria da comunicação III: tomo V**. São Paulo: Paulus, 2010.
- _____. (Org.) **Dicionário de comunicação**. São Paulo, Paulus, 2014.
- SILVA, G. Souza da. **Pontos de vista em documentários de periferia: estética, cotidiano e política**. Tese de doutorado do PPGMA/ECA da Universidade de São Paulo. São Paulo: 2011.