

A Amazônia na TV brasileira e no Google Earth: imagens durante na tecnocultura audiovisual¹

Madylene Costa Barata²

Gustavo Daudt Fischer³

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

RESUMO

Este artigo coloca em cotejamento algumas imagens sobre a Amazônia na produção televisiva nacional com aquelas presentes no projeto “Eu Sou Amazônia”, do software *Google Earth*. Partindo de uma angulação tecnocultural amparada na arqueologia da mídia, buscamos escavar imagens de emissoras como Globo, SBT e Canal Futura e perceber continuidades e rupturas desse modo de imagicizar a Amazônia em relação ao projeto Eu Sou Amazônia, inspirados no conceito de imagem-duração televisual de Kilpp (2018).

PALAVRAS-CHAVE: imagem-duração televisual; *Google Earth*; Amazônia; arqueologia da mídia; tecnocultura.

1 Introdução

A presença da Amazônia na produção audiovisual brasileira remonta a períodos até mesmo anteriores à presença dos aparelhos de tevê nas residências nacionais. “No *paiz das Amazonas*”, por exemplo, é um documentário de 1922 dirigido pelo imigrante português Silvino Santos e dividido em 10 partes, “a maioria delas dedicada às mercadorias comercializadas na região da bacia amazônica e aos meios de produção empregados para prepará-las para venda”⁴. Quase um século depois, a produtora O2 filmes em parceria com o *Google Earth* lançou o projeto “Eu sou Amazônia” junto ao *Google Earth*, que traz diferentes temas para mostrar o que seria o universo amazônico e a nossa relação com essa parte do mundo⁵, fazendo não apenas uso do recurso do audiovisual habituado do vídeo, mas das potencialidades do software que, desde 2001, permite incursões do usuário pelo planeta com efeitos de tridimensionalidade e várias

¹ Trabalho apresentado no GP de Televisão e Televisualidades, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de mestrado na Instituição de Ensino Superior Universidade do Vale do Rio dos Sinos e participa do Grupo de Pesquisa Audiovisualidades e Tecnocultura: Comunicação, Memória e Design (Tcav), da UNISINOS. E-mail: madyleneb@gmail.com

³ Professor do PPG em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Doutor em Comunicação (UNISINOS) e participa Grupo de Pesquisa Audiovisualidades e Tecnocultura: Comunicação, memória e design (Tcav), da UNISINOS. E-mail: gfischer@unisinos.br

⁴ <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra70176/no-paiz-das-amazonas>

⁵ Disponível em: <https://bit.ly/2tsAZTg>

outras características. No entanto, entre estes dois produtos audiovisuais cronologicamente tão distantes, temos a ascensão da televisão a partir da segunda metade do século XX e que se tornou uma espécie de mídia quase onipresente nos lares brasileiros. Assim, a Amazônia como tema certamente fez a faz parte de diversos programas, matérias jornalísticas e outros formatos da televisão. Nosso interesse neste artigo reside justamente em compreender, a partir de um ingresso escavatório (portanto, de inspiração médio-arqueológica) em alguns materiais televisivos das emissoras Globo, SBT e Canal Futura para analisar que devires de uma Amazônia *televisualizada* dialogam com o projeto Eu Sou Amazônia.

No decorrer do texto primeiro refletimos sobre as relações entre as imagens televisivas e o “Eu sou Amazônia”, do *Google Earth*, tomando como referência os conceitos de tecnocultura e imagem-duração televisual (KILPP, 2018). O primeiro faz referência a enfrentarmos o debate sobre a imagem tendo a perspectiva de considerar as técnicas e tecnologias envolvidas na construção desta imagem como instâncias da cultura, ou seja, uma tentativa de evitar a distinção ingênua entre forma e conteúdo. Esse investimento permite convocar, por conseguinte, o conceito de imagem-duração televisual, entendida por Kilpp (*idem*) como correspondente ao sentido de como as imagens da TV se atualizam como diferença delas mesmas. Dito de outra forma: se conseguimos adentrar (e a escavação médio-arqueológica é uma forma de fazê-lo) os modos da imagem televisiva assim se constituir, poderíamos perscrutar nelas uma memória, algo que dura e que pode se atualizar em outros contextos não necessariamente televisivos.

2 Arqueologia da Mídia para escavar a Amazônia televisualizada

Parikka (2012) nos mostra que a perspectiva da arqueologia da mídia é de difícil síntese e pode ser mesmo tratada como uma (in)disciplina, dados as diferentes possibilidades de incursão para pensar as mídias, mas que poderia encontrar bases nas reflexões de Walter Benjamin (escavações nos destroços da modernidade) e Michel Foucault (arqueologias e genealogias do poder).

Santaella e Ribeiro (2017) reforçam uma perspectiva da arqueologia da mídia baseada no pensamento de Walter Benjamin. Para ambos, Benjamin em meio a farrapos e resíduos, recupera e organiza fragmentos a fim de estimular novos sentidos

interpretativos. Assim, o pensamento arqueológico de Benjamin “trata-se de um procedimento de montagem, em que o autor coleta e agrupa materiais cuja rastros culturais de um tempo anterior de desordem é capaz de iluminar um sentido novo para o leitor” (SANTAELLA e RIBEIRO, 2017, p. 68-69).

Essas percepções sobre a arqueologia da mídia que se apresentam por tantas frentes nos instigam a pensar como colocar em prática um agir arqueológico seguindo a nossa proposta de investigação. Segundo Fischer (2015) é preciso inventar o percurso e produzir um caminho (de acordo com cada objeto), e ainda “considerar estratégias desconstrutivistas ou desviantes” (p. 195). Tomando o caminho da ação pela arqueologia das mídias, somos instigados a voltar para o tema da Amazônia na TV e no Eu Sou Amazônia que estamos analisando e lançar perguntas do tipo: o que eu posso enxergar como recorrente nas imagens televisivas e nas oriundas do software? Que modos de imagicizar a Amazônia eu percebo nessas imagens de tempos diferentes? Como o televisivo coalesce em um produto online como Eu Sou Amazônia do *Google Earth*?

2 A Amazônia no mapa de produções televisivas e no “Eu sou Amazônia”, do Google Earth

Tentando visualizar como a Amazônia aparecia nas produções televisivas, começamos em uma pesquisa simples no *Google* para saber quantas emissoras de televisão existem no país. Nesse processo, entramos em contato com algumas listas disponibilizadas e fomos atrás de sites com conteúdos das TVs listadas⁶. Em seguida, com uma busca pelo site do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) e Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) tentamos encontrar mais informações sobre os modos de operações no Brasil, mesmo que sejam informações que não entrarão neste texto.

Junto a esse procedimento de busca por emissoras e para observar a Amazônia na mídia de modo geral, utilizamos outras buscas mais abrangentes e palavras-chave no navegador *Chrome* como “Amazônia e Televisão” e “Amazônia na mídia”. As respostas que mais se destacavam eram informações sobre ONGs, notícias em diferentes portais, pesquisas científicas sobre a representação da Amazônia na mídia. Na busca por

⁶ Um dos acessos à lista pode ser no site da Wikipédia:
https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_emissoras_de_televis%C3%A3o_do_Brasil

“Amazônia e televisão” os resultados apresentavam principalmente as afiliadas de emissoras nacionais que existem no território da Amazônia brasileira. Ressaltamos então que não escolhemos tais afiliadas por priorizarmos a ideia de como a Amazônia é mostrada em nível nacional, o que é pautado para quem não está em contato direto com a cultura e costumes da região. No entanto, o que encontramos nas escavações dos sites de emissoras brasileiras é que muitos conteúdos são gerados principalmente pelas filiais. Então no meio de programações que vão ao ar nacionalmente, temos muitos conteúdos de estados do norte do país.

Nesse processo de escavação das produções televisivas que pautam a Amazônia escolhemos e fomos atrás de três emissoras brasileiras: Rede Globo, SBT e Canal Futura. A busca por essas três se justifica pelo motivo de as duas primeiras serem redes com grande alcance nacional e possuem um formato padrão que divide sua programação em telenovelas, programas informativos e de entretenimento, basicamente. Já o Canal Futura foi escolhido porque tem uma linha editorial que trabalha com produtos viabilizados com pouco orçamento e tem um caráter experimental, pautando assuntos mais educativos, tecnológicos e ambientais.

O que acabamos por selecionar como conjunto de imagens analisáveis são os recortes que demonstram os resultados dentro do próprio site das emissoras. Nesses sites utilizamos a opção de busca pelo tema “Amazônia” e fomos percorrendo por vários vídeos de programações que exibiam essa temática. As imagens que escavamos e apresentaremos a seguir exibem programas que foram ao ar no ano de 2017 e 2018, na Rede Globo e em 2019, no SBT e no Canal Futura. Trataremos estes e outros aspectos mais detalhadamente no tópico de análise mais adiante. E para tratar da outra mídia que vamos colocar em relação, apresentamos um pouco das características do software *Google Earth* e do “Eu sou Amazônia”.

O *Google Earth* é um produto da empresa estadunidense *Google*, criado para acessar o globo terrestre em modelo tridimensional. Suas qualidades de mídia interativa sempre foram progredindo rumo a um ambiente híbrido, aliando sempre recursos da tecnologia. O “Eu sou Amazônia” foi pautado como o primeiro webdocumentário⁷ a ser inserido como produto desse software e ganhou grande visibilidade ainda em 2017. Para

⁷ O webdocumentário é um produto audiovisual que se mantém no ambiente da web e é reconhecido por apresentar outro formato para o gênero documental, que integra diferentes mídias para obter maior interatividade.

localizá-lo, é preciso ir em busca da ferramenta “Viajante” (e buscar na aba “Cultura”) disposta dentro do software, esta congrega conteúdos diversos sobre várias partes do mundo.

O “Eu sou Amazônia” traz onze temas interativos, intitulados Eu sou mudança; Eu sou água; Eu sou raiz; Eu sou Alimento; Eu sou Inovação; Eu sou Liberdade; Eu sou Resistência; Eu sou Resiliência; Eu sou Aventura; Eu sou Conhecimento e Terras Indígenas. É possível encontrar 32 vídeos que contam com produções do diretor cinematográfico brasileiro Fernando Meireles, da O2 Filmes⁸, e com a parceria com o Instituto Socioambiental (ISA)⁹. Vamos demonstrar como o “Eu sou Amazônia” se exhibe visualmente a seguir.

3 Modos de imagicizar a Amazônia no software e no televisivo: algumas aproximações entre emissoras brasileiras e o “Eu sou Amazônia”

Entendemos como um dos fatores que faz com que percebamos o que na TV dura em outras mídias sobre a Amazônia é o reconhecimento das características e evolução das mídias como parte da visada tecnocultural. Ao longo do desenvolvimento cognitivo humano, as técnicas foram se aperfeiçoando, possibilitando o aparecimento de novos produtos digitais, mas com vestígios de técnicas anteriores ou, como fala Fischer (2013), contágios de diferentes temporalidades. Segundo o mesmo autor “a tecnocultura não “é” sinônimo de cultura digital, mas sim uma visada que se estabelece na relação de pensar culturalmente as tecnologias e entender as propriedades tecnológicas em ação na cultura” (idem, p.52).

Na busca por sistematizar o que entraria em contato em uma visada tecnocultural, enxerga-se a retroalimentação de uma ideia que perpassa, se conecta e se expande por meio da tecnologia. Fischer (2013, p.50) também explica o conceito a partir de uma reflexão desenvolvida por Shaw, afirma ser como um “*feedback* entre as tecnologias através das quais externalizamos nossas ideias expressas como linguagem e a forma como essas concepções de mundo são internalizadas”.

⁸ Site da produtora: <<http://www.o2filmes.com/>>.

⁹ Site do instituto: <<https://www.socioambiental.org/pt-br>>.

Junto ao contexto da tecnocultura, temos a percepção de uma sociedade softwarizada, em que a relação do homem com a computação na vida cotidiana é inevitável e constante. Seja no âmbito da economia, da cultura, da indústria e da política, a sociedade como um todo se molda em tensionamento com os softwares por vezes de maneira explícita, outras de modo quase invisível, “O software tornou-se nossa interface com o mundo, com outras pessoas, com nossa memória e imaginação; uma linguagem universal através da qual o mundo fala, um motor universal através do qual o mundo funciona” (MANOVICH, 2014, p. 05, tradução nossa)¹⁰. Assim, as escavações nesse ambiente tecnocultural e softwarizado faz com que nos apropriemos de técnicas para descobrir funções e operações destes produtos. Assim vamos produzindo sentidos e percepções acerca de cada materialidade, percebendo inclusive uma relação entre elas, isso porque uma “ressignificação absorve o maquínico na vida cotidiana com outros usos e significados, numa constante reconstrução cultural” (BITTENCOURT, 2017, p.3).

Em meio a esse contexto, passamos a incluir reflexões sobre estudos de televisão e imagem, refletindo como esses campos nos ajudam a pensar em atualizações de TV em outros ambientes digitais. Para Kilpp (2018) a televisão se mostra como uma grande indústria de reciclagem de restos culturais. A TV passa por uma economia replicante em sua programação e, citando Machado, a autora ressalta que um programa televisivo pode possuir ‘sintagmas padrão’, onde é possível repetir alguns modelos de apresentações ao longo de um tempo. Se a TV recicla a si mesma, vemos também outras formas de reciclar conteúdos em novos formatos. Daí partimos por pensar a relação da TV com outras mídias, inclusive com o software, com os vídeos, enfim, com os ‘novos’ produtos da tecnocultura audiovisual e aqui, em específico, com o projeto *Eu sou Amazônia*.

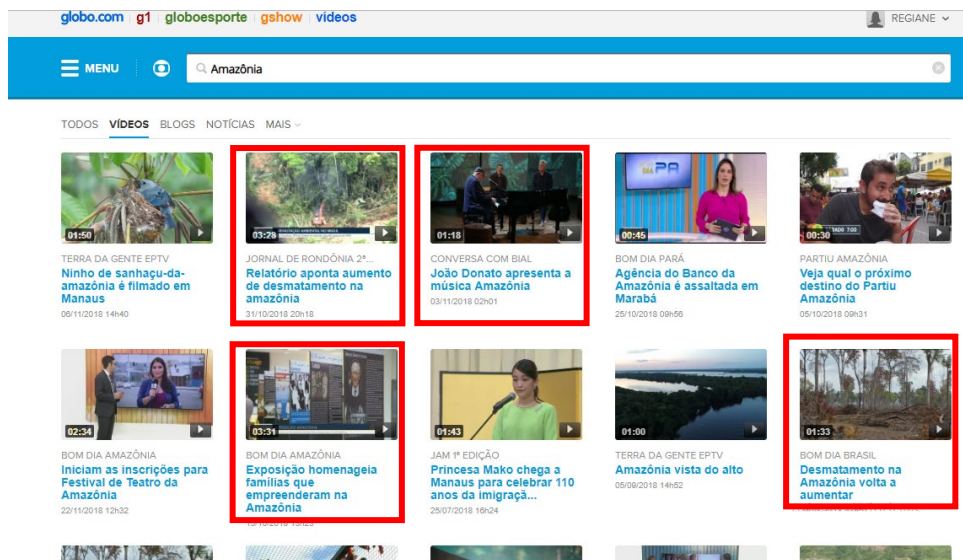
Seguindo por uma perspectiva que se conecta com a visão de Machado (1997) e tem a duração bergsoniana com um valor central, Kilpp (2018) propõe a noção de imagem-duração televisiva, a qual corresponde ao sentido de como as imagens da TV se atualizam como diferença delas mesmas. Para a autora, a TV, os programas, as emissoras têm imagens de durações televisivas, elas duram e se atualizam sempre, “isso ocorre em qualquer mídia e em qualquer audiovisual” (p.47). Assim, nesta etapa tentaremos

¹⁰ “El software se ha vuelto nuestra interfaz con el mundo, con otras personas, con nuestra memoria e imaginación; un lenguaje universal mediante el cuál habla el mundo, un motor universal mediante el cuál funciona el mundo.”.

enxergar como as imagens-duração (não apenas televisivas) são capazes de atualizar a si mesmas nos programas de TV e no “Eu sou Amazônia”.

Como primeiro exemplo dos modos de abordar a Amazônia no televisivo, trazemos alguns conteúdos da grade de cada emissora e tentamos observar os conteúdos que nelas mais repercutem e que tipo de abordagem é feita sobre a Amazônia. O que mais encontramos como arquivo sobre a região foi pautado no telejornalismo no SBT e Rede Globo; já no Canal Futura, encontramos conteúdos relacionados em forma do que é considerado interprograma¹¹, curtas ou debates. A seguir demonstramos alguns dos assuntos mais pautados em cada grade televisiva.

Figura 01: Grade de programas exibidos na Rede Globo



Fonte: < <https://redetv.globo.com/busca/?q=Amazônia&species=vídeos&page=5> >

Na grade de programas da Rede Globo percebemos que em 2018 os temas sobre a Amazônia são recorrentes principalmente no telejornal. E, nessas programações, os assuntos pautados giram em torno do desmatamento, desenvolvimento/tecnologia, turismo e poluição. Analisando a grade de programação da SBT vemos aproximações das características observadas na da Rede Globo, mesmo que seus programas tenham sido datados no mês de maio e junho de 2019. São conteúdos recorrentes, apresentados como notícias e abordam a Amazônia por seus aspectos ligados ao desenvolvimento/tecnologia,

¹¹ Interprograma pode ser compreendido como um vídeo de até 3 minutos, com valor informativo. Pode conter entrevista ou não e é exibido entre uma programação e outra. É possível observar exemplos no link a seguir: <http://tvbrasil.ebc.com.br/interprogramas>

cultura e principalmente o desmatamento, como é possível ver nas marcações da figura 02, contendo a grade com programas exibidos no SBT.

Figura 02: Grade de programas exibidos na SBT



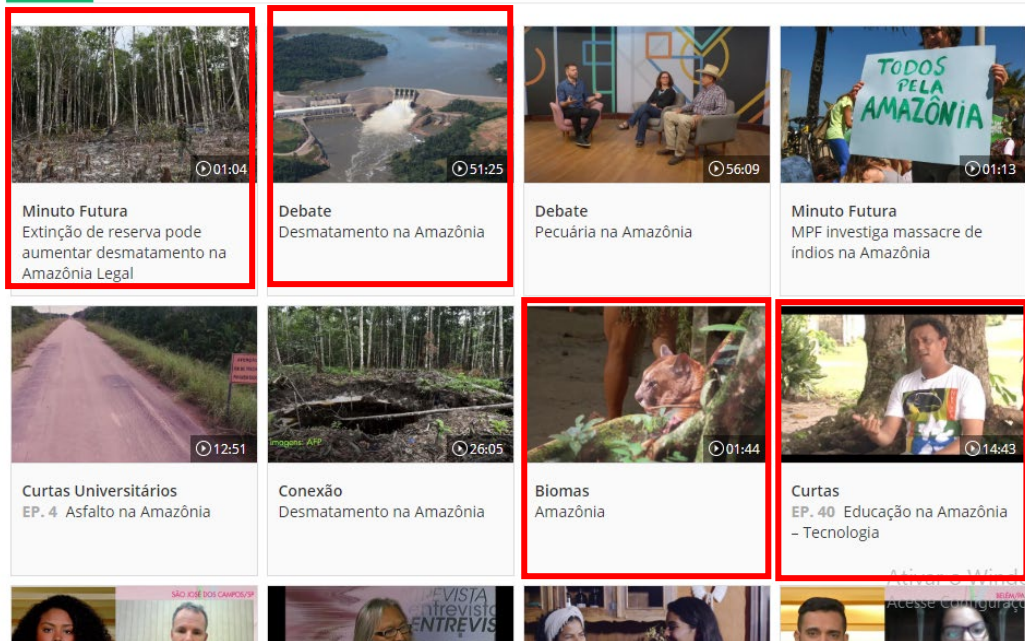
Fonte: <https://www.sbt.com.br/resultados?busca=Amaz%C3%B4nia>

Na grade de programas do Canal Futura observamos algumas diferenças principalmente nos formatos dos conteúdos. No exemplo da imagem abaixo temos a Amazônia abordada sobretudo em forma de debate, entrevista, vídeo de curta duração e no “Minuto Futura” (considerado um interprograma e documentário de média duração). Mas mesmo percebendo como os formatos divergem de acordo com as características de cada emissora, observamos que os assuntos pautados continuam abordando o desmatamento, a tecnologia, e conflitos culturais, como é possível observar a seguir, especialmente nos vídeos com destaque em vermelho.

Figura 03: Grade de programas no Canal Futura

EPISÓDIOS

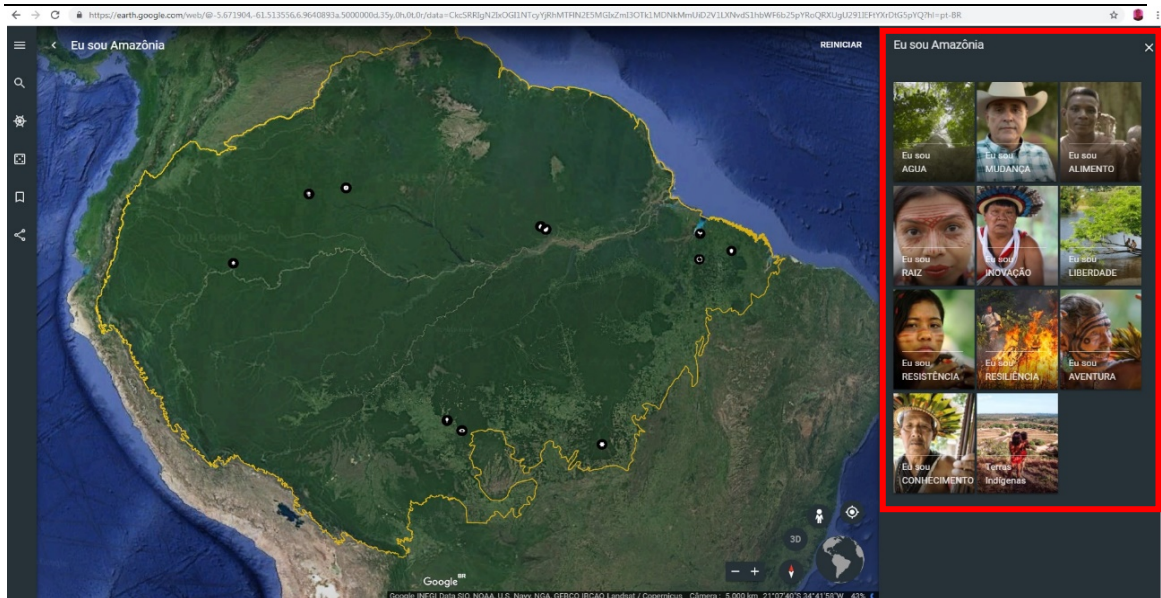
20 itens



Fonte: <<http://www.futuraplay.org/search/?q=Amaz%C3%B4nia>>

Para compreendermos visualmente o produto que estamos tratando, apresentamos o recorte a seguir retirado de uma das camadas do “Eu sou Amazônia” em que é possível se deparar com uma tela que compartilha diversos conteúdos midiáticos em um mesmo ambiente. Essa disposição de mídias dividindo-se espacialmente e simultaneamente no software é reforçada como um padrão dentro do “Eu sou Amazônia” e assim o usuário pode escolher de onde partir e para onde ir para explorar conteúdos desse produto.

Figura 04: Tela que une todos os temas do “Eu sou Amazônia”



Fonte: *Google Earth* <<https://goo.gl/GfJhGo>>

O que nos interessa observar na imagem acima é que ela demonstra que para conhecer o “Eu sou Amazônia” é preciso percorrer por cada um dos temas dispostos na tela (marcação em vermelho). Falamos anteriormente do título de cada um dos temas e ao tentar estabelecer uma análise sobre o que foi ressaltado no programa televisivo, percebemos repetições de abordagens. O que pretendemos dizer é que os temas como “Eu sou água”, “Eu sou inovação”, “Eu sou resistência”, por exemplo, do “Eu sou Amazônia” giram em torno e trazem as abordagens que são constantemente pautadas na TV brasileira, isto é, para conhecer o que seria a Amazônia e se conectar com ela pelo “Eu sou Amazônia” é preciso percorrer por conteúdos diversos, inclusive de lutas, desmatamentos e tecnologia presente naquele universo.

Diante dessa apreensão de conteúdos que se repetem em diferentes mídias, nos parece que alguns assuntos são tão recorrentemente tratados na TV brasileira, que em um projeto com formato distinto, para se explorar a Amazônia digitalmente, precisamos passar por uma realidade já pautada na TV. Além do conteúdo em si, se formos comparar com a forma de acesso que tivemos aos conteúdos de cada emissora, em que seus programas são disponibilizados no site, com vídeos, título e data indicando qual o contexto de exibição, vemos proximidades no modo de o “Eu sou Amazônia” exibir seus temas. Voltamos para a imagem da tela de acesso aos temas do “Eu sou Amazônia” (figura 04) e podemos tê-los como uma grade de exibição, onde podemos acessar diversos

conteúdos sobre uma temática e explorar não só através de vídeos, mas por outros recursos imagéticos como mapa, fotografia e *hiperlinks*.

Diante dessas atualizações em diferentes mídias, percebemos que o universo das imagens, “da fotografia aos simulacros digitais, não é algo propriamente novo, mas o aprofundamento de uma tendência que tem pelo menos 500 anos de história e que podemos caracterizar grosseiramente como a assunção do artifício como destino mesmo da imagem” (MACHADO, 1997, p. 224). Para o mesmo autor, o que é reconhecido hoje como imagem no universo do vídeo é um ponto de informação e não mais uma representação pictórica no espaço. De tal modo que uma possível imagem completa deixa de existir no espaço e passa a ser concebida na duração, no tempo. Ainda segundo Kilpp (2018, p.47)

Na TV, o comparecimento de tais durações na telinha se faz conforme o ponto zero dessas imagens aparecer nessa mídia, que as articula entre si a seu modo: a TV torna o espaço dos quadros mais densos em imagens diferentes; e confere ao tempo do quadro uma espessura, porque cada coisa dura no quadro em seu próprio tempo. Ou seja, no sintagma padronizado coexistem multiplicidades de tempos de coisas coalescente: em um só quadro, a TV, a emissora, o canal, o programa, o apresentador, o entrevistado, o cenário, etc. duram, cada um em seu tempo. As imagens de durações televisivas coadunam-se assim nas audiovisualidades de TV em formas que devêm imagem-duração.

Assim, vemos repetições de conteúdos nas diferentes mídias, mas percebemos que as imagens de cada mídia são colocadas de acordo com seu tempo e com seu suporte. Outras aproximações verificadas ao escavar principalmente as imagens de vídeos de programas e do “Eu sou Amazônia”, referem-se ao modo de compor as cenas. Quando Kilpp (2018) trata da coalescência de tempos a partir do apresentador, entrevistador, por exemplo, pensamos no uso de diferentes personagens, que imagicizam o que é a Amazônia, como um morador, um especialista, imagens de cobertura que geralmente estão presentes em reportagens televisivas e nos vídeos do “Eu sou Amazônia”.

Percebemos também que as atualizações expressam diferenças no modo de apresentação de seus produtos. Para as reportagens encontradas no SBT e Rede Globo, diferente do conteúdo do “Eu sou Amazônia”, temos a presença de um repórter. Os vídeos do “Eu sou Amazônia” não incluem de forma visível a presença de um repórter/entrevistador, mesmo que saibamos que existe alguém comandando a entrevista.

No entanto, sabemos que, como na TV, há um mediador para tratar do conteúdo da entrevista, já que o entrevistado não olha diretamente para a câmera. Nesses vídeos nos deparamos com uma montagem que não tem só o personagem no primeiro plano narrando algo de sua vivência na Amazônia, mas outras imagens de arquivo¹² para reforçar o que está sendo dito. Observamos assim as similaridades de enquadramento e de colocação do *lettering* com nomes de personagens nas imagens retiradas de uma reportagem chamada “ONGs se unem para lançar ferramenta contra desmatamento no Brasil”, do telejornal SBT Brasil e do vídeo chamado “Dos quilombos para o mundo”, do tema “Eu sou Alimento”, como mostramos a seguir:

Figura 05: Imagens retiradas de uma reportagem do SBT e um vídeo do “Eu sou Amazônia”



Fonte: Elaborado pela autora

Nas observações de modos de imagicizar a Amazônia em diferentes programações de TV's brasileiras e no “Eu sou Amazônia” lembramos o que Didi-Huberman (1998) diz, e que é problematizado por Kilpp (2013), em ver o que nas imagens nos olha, tentando desabituar-se à coisa olhada, colocar-se na duração do que se olha, entendendo que “ver e ser visto pelas imagens implica superar o paradigma mecanicista sujeito-objeto e admitir o ser dos objetos e sua ingerência sobre o sentido que lhes atribuímos” (KILPP, 2013, p.19).

Alguns vídeos do “Eu sou Amazônia” se aproximam da produção de curtas e interprogramas do Canal Futura. Nesses vídeos há um interesse por explorar os

¹² Sobre as imagens de arquivo encontradas nos temas do “Eu sou Amazônia”, gostaríamos de ressaltar que não encontramos as fontes de tais imagens, de onde vem e qual o autor delas.

personagens em primeiro plano, olhando para a câmera e sem dar depoimento. Pensamos que também se aproximam de vídeos publicitários, mostrando, com planos detalhes, os alimentos, as mãos de um personagem fazendo uma comida regional, entre outras imagens cinematograficamente bem produzidas.

Figura 06: Imagens retiradas de um vídeo do Eu sou Amazônia e de uma série do Canal Futura



Fonte: Elaborado pela autora

A primeira imagem refere-se ao vídeo “Vivendo da Floresta”, do tema “Eu sou Alimento”, do “Eu sou Amazônia” e a segunda imagem faz parte da série “Guerreiros da floresta”, do Canal Futura. Em ambas percebemos similaridades de padrões estéticos na forma de enquadrar o personagem, na forma de tentar chamar a atenção para a expressão facial como primeiro plano. Tais características de enquadramento podem não ter na TV a primeira ou única referência, isto é, não podemos dizer que é uma qualidade da TV, mas é possível que por ela essas formas de enquadrar o personagem sejam atualizadas, como está sendo pelo Canal Futura.

Quando falamos de imagens-duração observamos como elas se atualizam e manifestam imagens de vários tempos no ambiente da TV e agora do software, não especificamente no “Eu sou Amazônia”, mas além dele, pois essas atualizações se expandem para outros produtos da tecnocultura audiovisual. Enquanto mais fomos explorando, mais percebemos atualizações de TV e outras mídias nos ambientes do “Eu sou Amazônia”.

Considerações Finais

Começamos a perceber muitas lógicas da TV no “Eu sou Amazônia”, assim como suas qualidades estéticas em mídias que apresentam tempos e modos distintos, e, dessa forma, nos deparamos com formas de se atualizar um tema como a Amazônia, que é largamente pautado no Brasil (e no exterior, embora não tenha sido esse foco do debate neste texto). Temos a noção que nos limitamos a escavar apenas o que se mostra espacialmente em uma tela do “Eu sou Amazônia” e no site das emissoras, e mesmo assim foi possível encontrar ingerências de sentidos convergentes e distintos que acontecem na TV e fora dela, dentro de uma estrutura do software, por exemplo.

Compreendemos que o modo de escavação produzido nesse artigo contou com o acesso direto aos conteúdos pelo hardware, software e navegadores. Ou seja, não participamos de uma experiência que Kilpp (2018) chama de estado-televisão, isto é, mudamos as condições de percepção do conteúdo televisivo. Mas ainda assim, compreendemos que para a finalidade de pensar a Amazônia como conteúdo e observar como as imagens duram em algumas programações, relacionando-as ao conteúdo do “Eu sou Amazônia”, foi possível encontrar resultados relevantes.

Esse movimento rápido de análise nos faz crer que outras escavações serão procedimentos possíveis para explorar ainda mais as materialidades futuramente. Além disso, a pesquisa atual vai continuar buscando outros caminhos de análise do empírico a partir dos sentidos de TV no “Eu sou Amazônia”.

REFERÊNCIAS

BITTENCOURT, João Ricardo; FISCHER, Gustavo Daudt. Em busca das imagens Videojográficas: escavando mais de 31085 imagens a partir do Cultural Analytics. Intercom, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2826-1.pdf>

DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Ed. 34, 1998.

FISCHER, G. D. Tecnocultura: aproximações conceituais e pistas para pensar as audiovisualidades. In: Kilpp, Suzana; Fischer, Gustavo Daudt. (Org.). **Para entender as imagens: como ver o que nos olha?**. 1ed. Porto Alegre: Entremeios, 2013, v. 1, p.41-54.

_____. I don't wanna be buried in an app cemetery: reflexões sobre arqueologia da mídia online entre histórias de aplicativos derrotados. In: FERNÁNDEZ, Adrián José Padilla; MALDONADO, Alberto Efendy; VELA, Norah S. Gamboa. (OrgS.). **Procesos**

Comunicacionales Educación y Ciudadanía en las Luchas de los Pueblos. Caracas: Fondo Editorial CEPAP-UNESR, 2015. (p. 183-202).

KILPP, Suzana. *Ethioidades televisivas*. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

_____. Como ver o que nos olha. In KILPP, Suzana; FISCHER, Gustavo Daudt (Orgs.). **Para entender as imagens: como ver o que nos olha?** Porto Alegre, Entremeios, 2013.

_____. **Imagem-duração e televisualidades na internet.** Curitiba: Apris, 2018.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinema e pós-cinemas** – Campinas, SP: Papyrus, 1997.

MANOVICH, Lev. El software en acción. IN **El software toma el mando** (2014). Disponível em: https://www.academia.edu/7425153/2014_-_El_software_toma_el_mando_traducci%C3%B3n_a_Lev_Manovich_ (p. 213-250).

PARIKKA, Jussi. **What is Media Archaeology?** Polity, 2012.

SANTAELLA, Lucia. RIBEIRO, Daniel Melo. A arqueologia benjaminiana para iluminar o presente midiático. In: MUSSE, Christina Ferraz; SILVA, Herom Vargas; NICOLAU, Marcos Antonio (Orgs.). **Comunicação, mídias e temporalidades**. Edufba; Brasília, Compós, 2017. Disponível em https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/22861/3/Comunica%C3%A7%C3%A3o%2cM%C3%ADdiaseTemporalidades_ChristinaMusse-HeromVargas-MarcosNicolau.pdf.