



Audiovisual e Dispositivos Móveis: Configurações estéticas, narrativas e criativas¹

Allisson MENDES²

Carolina FIGUEIREDO³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

Os dispositivos móveis participam de um cenário social midiaticado marcado pela mobilidade e por um intenso fluxo informacional. Pensando nessas plataformas como ferramentas audiovisuais poderosas na contemporaneidade, é possível fazer importantes considerações a respeito de todo o processo produtivo. Este artigo é uma exposição de conceitos e reflexões sobre as configurações audiovisuais relacionadas aos dispositivos móveis, levando em consideração novas fundamentações estéticas, narrativas e criativas.

Palavras-chave: dispositivos móveis; estética; narrativa; processo criativo; audiovisual.

Breve Contextualização

Os dias atuais trazem transformações consideráveis no uso da tecnologia e no modo como isso pode ser utilizado para comunicar, entreter e prestar serviços. Desde a concepção dos sistemas de computadores, que antes abasteciam somente a catalogação e o processamento de dados, muito se avançou no intuito de trazer a participação social no uso dessas tecnologias.

O ritmo das grandes cidades, que simboliza bastante o mundo contemporâneo, a dinâmica das relações pessoais, e até mesmo os encaminhamentos que a vida proporciona às pessoas, demanda novos modos de interação, de abastecimento de informação e de compartilhamento de experiência. Desse modo, a internet pode ser considerada um grande passo para o desenvolvimento de uma experiência social mais

¹ Trabalho apresentado no II 4 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Recém-graduado no curso de Rádio, TV e Internet da UFPE. E-mail – mendes.allisson@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Docente do departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail – caroldantasfigueiredo@hotmail.com



dinâmica e participativa, mais democrática, plural, no sentido de possibilitar o discurso de todos, e mais interativa.

A utilização dos novos dispositivos de tecnologia móvel propõe desdobramentos sociais bastante profundos, como a mobilidade e a ideia de conexão em qualquer lugar com outros usuários e informações, pontos importantes para a configuração dos padrões de vida na atualidade. O uso dos dispositivos não apenas constitui uma cadeia de comunicação interpessoal, mas consegue também formar sistemas de informação com possibilidade de receber, produzir e emitir conteúdos de diversos tipos e fontes, transformando o cenário midiático global.

Os diversos tipos de dispositivos móveis que se encontram na atualidade trazem novos tipos de funções e aplicações que envolvem o uso da tecnologia e contribuem para experiências estéticas novas. Costa (1995) acredita que todo o cenário estético sofre constantes alterações porque quem produz o conteúdo é constantemente influenciado pelas possibilidades que a tecnologia oferece. Ou seja, As modificações de cunho tecnológico nos dispositivos influenciam a forma como os produtores irão encarar os conteúdos, realizando novas experiências estéticas.

Estética móvel

Num manifesto da Estética da Comunicação, Forest (1983) afirma que as mídias eletrônicas vêm proporcionando uma ruptura cognitiva e revolucionando psicologicamente a forma de interação dos seus usuários com a sociedade. Ele acredita que estas mudanças trazem também um fortalecimento às faculdades sensoriais do organismo. Elementos como a cognição e a percepção não se desenvolvem a partir de configurações já estabelecidas e lineares, é preciso alterá-las, e este é o papel do produtor de conteúdo. A partir desse processo serão desenvolvidas não só novas formas de percepção sensorial como também caminhos estéticos diferentes dos trilhados anteriormente.

A estética que caracteriza os dispositivos móveis está ligada e recortada pela tecnologia e pela mobilidade. O participante desse processo, usuário dos dispositivos, interage com os conteúdos normalmente de forma ubíqua e conectada. Desse modo, torna-se evidente a ruptura com modelos criativos mais engessados, comuns a plataformas mais antigas como a televisão, o rádio e o cinema.

De acordo com Santaella (2008), a utilização do tempo real no processo de construção criativa de um produto e a necessária ruptura com formas mais perenes e



fixas são características fundamentais da estética contemporânea. A mobilidade presente no cotidiano e a intensidade informacional dos circuitos urbanos, sobretudo ligadas às mídias digitais, deixam transparecer um panorama de troca constante dos fluxos informacionais.

A contemporaneidade apresenta um cenário marcado por um processo no qual o fluxo de mensagens deriva de plataformas consolidadas no ciberespaço rapidamente, constituindo uma cadeia de imagens cada vez mais voláteis. Estas se expandem e se espalham em ambientes midiáticos híbridos e modificam visualmente e sensorialmente parâmetros como tempo e espaço, desenvolvendo as novas noções estéticas.

Este contexto de fruição traz com os conteúdos condições cognitivas diferentes no que diz respeito à criação e à recepção. Assim, são geradas novas formas e sensações estéticas, moldando a partir de uma nova realidade o processo criativo e o consumo de conteúdo midiático. Do ponto de vista da percepção humana em relação a esses novos conteúdos, Crary (2013) chama esse processo de “metamorfose da percepção”, onde o olhar do espectador deixa de ser fixo e estático e se realiza através de uma reconstrução social da realidade.

Práticas híbridas⁴, mediadas através de dispositivos móveis, exemplificam o modo como o processo de assimilação e absorção de um produto midiático se formata de acordo com a constituição do espaço-tempo no qual está inserido. No caso da contemporaneidade, o usuário dos dispositivos móveis não possui, normalmente, muito tempo para contemplação, assim a criação e a fruição são ações complementares próximas e quase simultâneas.

Como não há ainda uma padronização estética bem delimitada sobre o que é ideal ou não para produções audiovisuais voltadas para dispositivos móveis, faz-se necessário voltar para o conceito de vídeo como uma forma de pensar as imagens, como um processo de “travessia”, como afirma Phillippe Dubois (2004).

Há uma espécie de potência de pensamento na e pela imagem, que me parece existir no coração da forma vídeo. O “vídeo” seria então, neste sentido e literalmente, uma forma que pensa” (DUBOIS, 2004, p. 113).

⁴ Práticas estabelecidas entre o ser humano e o ambiente, nas quais o uso das tecnologias móveis se tornam elementos componentes do corpo, devido à mobilidade, conectividade e ubiquidade. Permitem a realização de diversas tarefas de modo simultâneo.



Seguindo essa mesma lógica, entendendo o vídeo e sua relação com os dispositivos móveis como um processo extremamente recente e inacabado, é preciso desconsiderar muito do que é assegurado como um padrão estético e observar a construção midiática atual, incorporando novos elementos e linguagens. Arlindo Machado (1996) afirma que é necessário falar sobre o vídeo fora de qualquer terreno institucionalizado, afinal, de acordo com a dinâmica que envolve os processos midiáticos e o desenvolvimento de novas tecnologias, tudo pode e deve ser modificado.

Trata-se de enfrentar o desafio e as resistências de um objeto híbrido, fundamentalmente impuro, de identidades múltiplas, que tende a se dissolver camaleonicamente em outros objetos ou a incorporar seus modos de constituição (MACHADO, 1996 p. 45).

Assim, o vídeo se constitui não num objeto, mas sim num processo descentralizado de linguagem, um meio que continuamente cria novos horizontes e os modifica ou destrói, de acordo com seu grau de desenvolvimento. Essa característica é o que permite ao vídeo no mundo contemporâneo ter a capacidade de recodificar experiências e realizar percursos não lineares entre diversos tipos de criações, desde nas plataformas de telefonia móvel aos painéis de publicidade pelas ruas.

Um dos pontos mais importantes relativos às modificações que o vídeo apresenta nas mídias digitais e nos dispositivos móveis é a estética da montagem. A montagem para essas plataformas multimidiáticas é, em suma, um acúmulo de repertórios ligados às plataformas anteriores e uma possibilidade de articulação e experimentação entre todas elas, considerando também novos elementos da linguagem audiovisual que se estabelecem a partir da introdução das novas tecnologias.

Se no decorrer do tempo o cinema consolidou suas originais possibilidades narrativas, a televisão, o vídeo e a multimídia absorveram esses conhecimentos e deles se valem para criar novas possibilidades e novas metodologias na construção dos discursos audiovisuais e dos discursos em hipertexto. Todas as mídias, debaixo do manto da edição, acabam se encontrando nas estruturas de dramatização, pois o trabalho de articulação produz o discurso com seus tempos e seus espaços (LEONE, 2005, p.103).

Agora, na era das tecnologias digitais, montar não é mais somente reunir pequenos fragmentos de uma obra para construir uma organização narrativa capaz de transmitir sentido. Montar para as tecnologias digitais em plataformas multimídia, nas quais a mobilidade e a interação são conceitos intrínsecos, também se constitui num



processo de reconstrução desses pequenos fragmentos audiovisuais com elementos exteriores a tal processo, que potencialmente podem e devem interferir na plenitude da obra audiovisual.

De acordo com o pensamento de Leone (2005), a montagem na atualidade sofre com transformações no papel que esta deve exercer diante da obra. No passado, ela atendia a uma determinada tecnologia e a um tipo de comportamento de consumo diferente de hoje. A montagem, dentro do cenário das mídias digitais, deve permitir que aquele que um dia foi um espectador mais passivo de uma obra hoje possa contemplá-la ativamente, selecionando e editando aquilo que recebe através da grande rede.

Outro ponto importante e determinante para o desenvolvimento de uma estética audiovisual para dispositivos móveis reside na necessidade de se conceber roteiros mais específicos para cada tipo de plataforma. É muito interessante existir um planejamento para apresentar uma linguagem própria que seja capaz de oferecer uma sequência com diversos nós neurais⁵.

Gosciola (2003) afirma que é preciso atribuir ao roteiro para as mídias digitais o papel de oferecer novas diretrizes a cada momento a partir de uma estória. Essas conexões devem ter como referência as possibilidades narrativas dos videogames, oferecendo não só o entretenimento em formato audiovisual, mas também uma atividade lúdica em que o usuário exerça um papel determinante para sua continuidade.

Pensando de modo geral na estética audiovisual para dispositivos móveis, não é possível traçar padronizações ou normas a serem seguidas pelos produtores de conteúdo. O cenário de mídias digitais aponta para algo oposto a esse processo, uma dinâmica muito grande entre as formas de se produzir e de consumir audiovisual. O que cabe então é se abastecer dos repertórios estéticos já existentes e experimentar possibilidades criativas com o intuito de realizar produções mais específicas para as plataformas e de flexibilizar cada vez mais as fronteiras narrativas entre quem produz e quem contempla estes produtos.

Narrativa Audiovisual para dispositivos Móveis

De uma forma genérica e sintética, a narrativa é um processo que se constitui de diversos elementos linguísticos que são transmitidos cultural e historicamente. Tais

⁵ Definidos por Renó (2006), os nós neurais se constituem através de momentos de escolha para navegação de uma estrutura comunicacional. Ou seja, encaminhamentos diferentes que ocorrem durante a contemplação de um conteúdo de acordo com as ações do usuário.



elementos são envolvidos por um pacote de técnicas conhecidas e por características poéticas ligadas a personalidade de quem a realiza. De acordo com Brockemeier (2003), o ato de contar algo sobre um evento vivido, um momento importante, um desafio a ser superado, um estado de espírito, é feito através de uma forma narrativa, apresentando uma história que é contada de acordo com convenções estabelecidas.

A narrativa cinematográfica clássica, que tem origem a partir de trabalhos de D.W. Griffith sob a influência de cineastas como Edwin Porter e James Williamson, dá origem ao que se denomina como linguagem do cinema. Esta, segundo Arlindo Machado (2007), é um tipo de narrativa construída através da linearização do significante icônico, hierarquização dos recortes de câmera e do papel modelador das regras de continuidade. É um produto gerado a partir de um conjunto de opções estéticas e de situações econômicas que contribuíram para seu desenvolvimento.

Dessa forma, a linguagem audiovisual como se pode representar hoje, desenvolve-se a partir da forte influência do “modelo griffithiano”, a narrativa cinematográfica clássica, influenciada pela narrativa do romance e do teatro oitocentista. Os filmes ao longo do tempo constituíram características de uma linguagem audiovisual que se tornou hegemônica e foi incorporada, posteriormente, pela televisão, que introduziu nessas influências a serialidade, como forma de atender melhor a sua indústria, e a transversalidade, adaptando-se tecnicamente e funcionalmente a outros meios que a suporte.

Uma produção audiovisual contemporânea é ou pode envolver ao mesmo tempo conceitos relacionados à arte, indústria, cultura e linguagem. De acordo com o desenvolvimento do audiovisual é possível que a cada avanço tecnológico seja possível incorporar mudanças que atuam no âmbito da linguagem do meio audiovisual. Santaella (2005) acredita que por ser uma arte que sempre caminha inseparável dos avanços tecnológicos, as mudanças relacionadas à linguagem audiovisual também caminham juntas a esses avanços.

A aparição dos avanços tecnológicos relacionados com a produção audiovisual na contemporaneidade traz consigo modificações importantes nas formas culturais tradicionais. As novas plataformas midiáticas digitais trazem novas características para a criação do audiovisual, alteram a visão sobre o mundo e sobre as potencialidades das próprias plataformas, modificando o comportamento dos usuários. São novos formatos imaginários e discursos icônicos.



Produzir, distribuir, assistir e interagir com conteúdos audiovisuais a partir de dispositivos móveis se tornou uma tarefa fácil simples, prática e barata. Além de tudo representa uma ruptura com os modelos tradicionais da indústria midiática, possibilitando ao usuário uma conexão muito mais plena com os seus interesses, tornando-se assim uma ferramenta de fortalecimento da democracia, pelo menos no que diz respeito à comunicação.

Fora da indústria hegemônica, o digital tornou-se atraente porque barateia custos. O digital, de qualquer maneira, virou a sensação, saudado como o arauto de uma possível democratização do audiovisual (MERTEN, 2007, p. 233).

Não há regras nem formatos estabelecidos na produção audiovisual para dispositivos móveis. É preciso buscar justamente o contrário, formatos mais flexíveis que sejam mais adequados à plataforma e experimentação nos conteúdos, fugindo de ideias enjauladas presas a mecanismos de ordem econômica. A facilidade de distribuição e compartilhamento de vídeos via internet nos celulares também se constitui como uma possibilidade criativa a ser explorada, podendo ser realizada gratuitamente de diversas formas ou através de novos encaminhamentos mercadológicos que podem ser desenvolvidos.

Um bom encaminhamento para o desenvolvimento de uma linguagem própria, voltada para as especificidades do audiovisual nas novas plataformas, talvez seja uma melhor compreensão das relações que os usuários estabelecem com o aparelho. Assim, os produtores de conteúdos, que nessa nova configuração também são os que consomem e interagem entre si, detêm a função de criar e propor ao longo do tempo e das experiências uma linguagem adequada à plataforma.

Em relação à linguagem audiovisual dos dispositivos móveis e às particularidades dos elementos responsáveis pelo discurso através da prática e da técnica, é interessante observar o pensamento de Galindo (2005), que afirma que se deve optar por planos mais fechados e com poucos movimentos ao invés de planos gerais mais detalhados, considerando o tamanho reduzido das telas, pouca profundidade de campo e uso de elementos visuais (quando necessário) com pouco detalhamento. Além disso, em se tratando de plataformas que participam de um trânsito constante numa sociedade com um fluxo informacional cada dia mais intenso, é interessante que as obras audiovisuais sejam de curta duração.



Os pontos citados acima dizem respeito às limitações que os aparelhos ainda apresentam, mas que à medida que a tecnologia e a sociedade avancem podem ser solucionadas. O interessante para quem produz conteúdos para essas plataformas é sempre estar atento a tais avanços de forma a incorporar melhorias no modo como são produzidos os conteúdos, gerando uma fruição mais adequada ao usuário.

Uma maneira de explorar e fortalecer as narrativas audiovisuais para dispositivos móveis é elaborar uma integração dos seus conteúdos com outros meios num contexto transmidiático, permitindo melhores aprofundamentos sobre a obra. Assim, explorando as potencialidades convergentes que tais plataformas possuem, os conteúdos podem despertar interesse a partir de diferentes janelas, criando um universo narrativo muito mais complexo e atrativo.

Pensando esse ambiente de complementaridade num contexto de ficção audiovisual, é possível produzir narrativas muito mais fragmentadas, explorando plataformas diferentes a partir dos dispositivos móveis ou a partir das outras plataformas. É interessante que esse processo se dê através da criatividade para se explorar diferentes conteúdos e do respeito a cada uma das plataformas envolvidas na narrativa geral, com conteúdos que se ajustem e explorem bem cada uma delas.

A interatividade pode participar do audiovisual nos dispositivos móveis e reforça a ideia que estas plataformas necessitam de um cuidado e um acabamento específico em suas produções. Assim, a narrativa deve existir de modo a organizar a participação ativa dos usuários, permitindo diferentes versões, interpretações e desdobramentos. A possibilidade de finais diferentes ou alternativos em uma ficção pode ser uma boa prática a ser explorada nesse sentido, assim como roteiros que permitam aos usuários determinarem a sequência da estória, ou experimentos que envolvam experiências sensoriais entre o usuário e a obra.

Em relação à interatividade presente nas narrativas audiovisuais para dispositivos móveis, é possível afirmar que elas se formalizam na história através do hipertexto⁶. Cada link responsável pela união destes fragmentos narrativos surge através da repetição de signos, da relação entre unidades de discurso paralelas, ou da constância de um determinado fenômeno.

⁶ “(...) um método intuitivo de estruturação e acesso à base de dados multimídia (...) um sistema de auxílio à argumentação” (PARENTE, 1999:80) PARENTE, André. Narrativa e modernidade: Os cinemas não-narrativos do pós-guerra. Tradução: Eloisa Araújo Ribeiro. Campinas, SP: Papyrus, 2000.



O Processo Criativo para Mídias Digitais

Qualquer desenvolvimento de uma linguagem midiática passa por um processo de imersão estética. De acordo com a pesquisadora Daniele Fernandes (2013), esse processo de imersão se dá através do abandono momentâneo do raciocínio lógico e um mergulho profundo nas sensações. Assim, é possível conhecer sensações diferentes e a partir delas criar novos hábitos mentais, outras estratégias cognitivas para enfrentamento de uma realidade.

A hipermídia, ainda segundo Fernandes (2013) é uma linguagem semelhante ao pensamento, formada por configurações voláteis e não concluídas. Assim, a hipermídia por ser tomada de conexões não lineares entre as qualidades estéticas, é sempre uma linguagem capaz de transmitir um pensamento, mensagem ou ideia em processo, isto se dá através de variadas imersões estéticas, que não necessariamente indicam um envolvimento com sons, cores e movimentos, mas sim com fundamentos dos processos midiáticos.

Há, em primeira instância um afrouxamento da razão e uma imersão profunda em diversos signos estéticos. Essa imersão tem no insight⁷ o seu ponto mais relevante, daí são apresentados no pensamento hipóteses com possíveis desdobramentos, cada um com hábitos distintos e com possibilidade para novas imersões. Dessa forma, a criação para plataformas midiáticas, cada vez mais desenvolvidas e inseridas num contexto hipermidiático, acontece através de um processo mental de constituição de linguagem que pode ser infinito, mas que depende exclusivamente da capacidade de imersão de quem realiza.

É difícil tentar conceber um método que aporte o processo criativo ligado às mídias digitais porque, enquanto plataformas multimidiáticas num contexto hipermidiático, uma tentativa de reger o encaminhamento pode ir de encontro à própria mídia. O que se pode fazer é ir desenvolvendo os processos criativos e sentindo a cada etapa realizada as novas possibilidades, pois sempre haverá um final aberto e uma solução para um desdobramento narrativo.

Para a sequência desta discussão, serão apresentados três pontos importantes (desmaterialização, ubiquidade e replicabilidade). Tais pontos se relacionam ao

⁷ “um insight, trata-se, enfim, de uma adivinhação que é a representante mais legítima da capacidade criadora da razão e que a razão, paradoxalmente, não pode explicar” (SANTAELLA, 1995: 165)



processo criativo como possíveis etapas do desenvolvimento de uma estória que podem em algum momento desse processo sugerir algum tipo de linguagem audiovisual.

A desmaterialização propõe que a noção estética de uma obra de arte seja questionada e se passe a valorizar o conceito que está por trás dessa obra. Assim, a ideia advinda do processo criativo e o processo de desenvolvimento de uma obra se torna mais relevante que a plástica empregada como imagem. Esse processo se coloca na contemporaneidade como um fio condutor de significância para explicar uma obra do ponto de vista prático, palpável.

Há na desmaterialização manifestações que questionam a obra de arte como um objeto supremo e único, fazendo com que quem aprecia um conteúdo também participe do processo e dê um novo significado à obra. Esta, de acordo com Eco (1992), deixa de ser fechada e torna-se aberta, a autoria passa de exclusiva do autor à compartilhada com o público, e a recepção do conteúdo torna-se participativa, quando antes era vista apenas como passiva.

Do ponto de vista das mídias digitais, a desmaterialização deixa de ser um processo conceitual e passa a atuar fisicamente, afinal, há codificações numéricas passíveis de manipulação representando as imagens digitais. Desse modo, é possível a criação de imagens digitais que ainda que ainda não existam na realidade, fazendo com que algumas imagens digitais estejam totalmente desconexas ao ambiente físico, da realidade. Nesse sentido, as imagens digitais encontram-se num terreno desconhecido e de grande potencial de manipulação criativa.

A “era da ausência”, conceito adotado por Virilio e Weibel (1997), é caracterizada não somente pela desmaterialização dos objetos artísticos, mas também dos próprios artistas que pensam e produzem uma obra, sendo representados pelas suas relações homem-máquina através de codificações. As mensagens que se dão através de textos, fotos, vídeos, sons e sinais se constituem a partir de dados de informação digital. A imagem é concebida digitalmente para representação do artista no ciberespaço.

O espaço imaterial da telecomunicação, o espaço virtual desmaterializado da era tecnológica, não é somente um espaço da ausência, um espaço da falta, mas é também um novo espaço da presença, da telepresença, um novo espaço situado além do visível, que sempre esteve ali, mas que nunca pôde ser visto. O tecnoespaço e o tecnotempo se situam além da experiência física; são espaços que se tornaram experimentáveis por meio de máquinas telemáticas, espaços de tempo invisíveis (WEIBEL, 1997, p. 110).



Outro fator torna ainda mais peculiar e complexo o processo de desmaterialização nas mídias digitais. Uma obra audiovisual disponibilizada ou compartilhada na rede transforma a relação entre autor-obra-público numa dinâmica social de participação ativa por parte de quem recebe os conteúdos, podendo inclusive gerar desdobramentos, multiplicações, recriações e aprofundamentos. A obra se torna, de fato, um universo de informações inacabadas e propensas às atualizações em diferentes plataformas.

Ubiquidade é a possibilidade de se fazer presente em todos os lugares, em qualquer tempo. Travisani (2008) acredita que como conceito, a hipermídia se distancia cada vez mais de um padrão de arte que considera a obra um objeto único, finito e limitado a circunstâncias espaciais e temporais. É um conceito que traz para a produção artística e audiovisual nas mídias digitais a ideia de que é possível discutir a fisicalidade de uma obra, enquanto matéria e a sua maneira de existir e atuar, na tentativa de estabelecer concepções que prezem por conteúdos cada vez mais expansivos, dimensionais, permanentes, múltiplos e com maiores possibilidades para participação coletiva.

A questão da ubiquidade no audiovisual, assim como na arte em geral, é estabelecida através de relações entre arte e tecnologia. A própria busca por conteúdos que se fazem presentes num universo maior e de maiores possibilidades de navegação se dá a partir de exploração técnica das ferramentas disponíveis. Nesse processo, a telecomunicação e o desenvolvimento dos dispositivos móveis foram fundamentais para o avanço de um conceito assim nos dias de hoje. Pelas propostas convergentes que essas plataformas carregam, elas se tornam um ambiente perfeito para a proliferação de conteúdos com esse intuito. A imagem e a obra audiovisual nesse processo cada vez mais ganham características multimidiáticas, não se limitando a atuar em um meio específico, mas buscando especificações para diversos meios distintos. Assim, se faz presente em uma gama maior de plataformas, transformando-se num conceito muito mais complexo e atuante.

A partir da tecnologia digital os meios responsáveis pela distribuição das informações se inter-relacionam, explorando potenciais novas linguagens. Com o conceito de ubiquidade é possível enxergar melhor a aplicabilidade das novas plataformas, pois o ambiente carregado por dados de informação digital é a base cultural das mídias digitais, que hoje dominam a hipermídia e as relações sociais. Qualquer obra



audiovisual digital pode percorrer os mais inóspitos ambientes da internet e ser contemplada por um aparelho com conexão.

Já não vivemos somente nas ruas e nas casas, mas também nos fios telefônicos, nos cabos e redes digitais. Estamos telepresentes num espaço de ausência. Aqui onde nos encontramos, estamos ausentes, e onde não estamos, somos onipresentes. A história da arte desde o século XIX até a atualidade mais imediata proporciona uma série de claros indícios da desaparecimento do espaço na experiência do tempo e da telepresença no espaço virtual (WEIBEL, 1997, p.110).

A replicabilidade é um processo que envolve a ausência de relação numa obra entre o original e a cópia. No ensaio “A obra de arte na época da sua reprodutibilidade técnica”, de 1936, Walter Benjamin já indicava que, em consequência da inserção da reprodução técnica na arte a partir da evolução industrial, a obra de arte começava a perder a sua noção aura sobre um objeto único.

Com as mídias digitais, e também a partir do processo de desmaterialização, a replicação eletrônica de um produto audiovisual não representa somente uma possibilidade do ponto de vista técnico. É, sobretudo, uma condição básica necessária à produção. Arlindo Machado comenta sobre mudanças envolvendo suportes na arte eletrônica que:

O que se guarda em algum lugar não é mais um ‘original’, mas uma matriz técnica, um molde ou modelo (por exemplo: o negativo ou máster), de onde sairão as reproduções, estas sim – e apenas elas – destinadas à fruição massiva (MACHADO, 1996, p. 17).

Assim, em termos de tecnologia digital, o sentido literal da palavra reprodução não é mais adequando, afinal, a cópia não mais existe. Tudo o que se reproduz são dados de informação computacional que representam a linguagem atribuída a uma obra através de textos, sons e imagens. Durante o processo da industrialização, na cultura de massa havia diferenciações técnicas entre uma matriz e uma cópia. Na era digital esse processo não existe ou existe somente quando há mudanças estruturais na formatação dos códigos numéricos com o intuito de facilitar o compartilhamento.

De acordo com Mello (2007), com a cultura digital não existem fronteiras entre a noção de matriz e cópia. Se, do ponto de vista técnico, dentro dessa cultura tudo é original e matriz, então tudo pode ser também considerado uma cópia. Desse modo, uma obra disponível em rede via smartphone, computador ou qualquer outra plataforma digital, torna-se capaz de ser não só contemplada, mas apropriada e replicada pelos



usuários. A imagem digital é, então, um processo contínuo inserido na cibercultura que é capaz de receber atualizações diversas, e constantes potencialidades criativas e subjetivas.

Não há identidade estável na informática, porque os computadores, longe de serem os exemplares materiais de uma imutável ideia platônica, são redes de interfaces abertas a novas conexões imprevisíveis, que podem transformar radicalmente seu significado e uso (LÉVY, 1997, p. 102).

Pensando como um criador audiovisual ou artista contemporâneo, é necessário entender que a convergência se dá em todos os âmbitos das mídias digitais e que as linguagens atreladas aos sistemas digitais de informação promovem uma experiência estética capaz de transformar cada vez mais as configurações presentes entre matriz e cópia. No contexto atual é possível experimentar a contemplação de conhecimento, informação e entretenimento sem a dependência de meios hegemônicos, como a televisão e o rádio.

A nova dinâmica técnico-social da cibercultura instaura assim, não uma novidade, mas uma radicalidade: uma estrutura midiática ímpar na história da humanidade onde, pela primeira vez, qualquer indivíduo pode, a priori, emitir e receber informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações, para qualquer lugar do planeta e alterar, adicionar e colaborar com pedaços de informação criados por outros. Tudo comunica e tudo está em rede: pessoas, máquinas, objetos, monumentos, cidades (LEMOS, 2005, p. 02).

Considerações finais

Ao fim dessas discussões acerca da cibercultura e das especificidades que as mídias digitais apresentam em relação à linguagem digital, é possível afirmar que há um cenário muito diferente do padrão de mídias historicamente consolidado até aqui, a hipermediação é parte dessa mudança. A liberdade que os participantes desse cenário possuem de criar produtos audiovisuais distintos, fragmentados, e de interagir com outros usuários, é algo que coloca as mídias digitais e a sociedade contemporânea num grau midiático muito mais justo e aberto a uma maturidade do que os meios tradicionais, normalmente vinculados a interesses de ordem política e econômica.

Outro ponto importante relativo às mídias digitais é a capacidade de experimentação de conteúdos. Não há exigências mercadológicas pressionando os produtores de conteúdo a um enquadramento estético ou funcional de suas obras, há a necessidade de constituição de novas linguagens que se dão justamente atreves da atitude de tentar experimentar. Agora o usuário se sente capaz de produzir o que quiser da forma



que quiser e para quem desejar. Assim, há uma ruptura não só com a lógica de comunicação dos meios tradicionais, mas também um distanciamento criativo das novas propostas audiovisuais e relação aos meios tradicionais.

A última grande virtude da era digital é a conexão. Os conteúdos, uma vez dispostos na rede e compartilhados entre cadeias de usuários, constituem-se em fragmentos de informação que atuam na ausência de fronteiras geográficas e temporais. As conexões são infinitas e potencialmente elevam os conteúdos ali depositados às obras ubíquas e inconclusas, transformando-as em processos contínuos e criativos de participação, interação e replicação.

Por fim, ainda não há indicações ou orientações a serem seguidas com o intuito de estabelecer modelos criativos no ambiente das mídias digitais. Mas uma coisa é certa, se faz necessário sempre atenção em relação às características de linguagem que envolvem esses meios. Por isso, um bom primeiro encaminhamento é saber das potencialidades e limitações da plataforma a que o produto se destina. Após isso, é válido um pensamento estratégico de como tornar o conteúdo autêntico e com um dinamismo capaz de envolver atualizações, expansões e interações de várias ordens e ao longo do tempo, sem fronteiras temporais ou geográficas.

Referências Bibliográficas

BROCKMEIER Jens. **Narrativa: Problemas e Promessas de um Paradigma Alternativo.** Revista Psicologia, Reflexão e Crítica. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003.

COSTA, Mario. **O Sublime Tecnológico.** São Paulo: Experimento, 1995.

CRARY, Jonathan. **Suspensões da percepção: atenção, espetáculo e cultura moderna.** Tradução: Tina Montenegro. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

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

ECO, Umberto. **Os Limites da Interpretação.** Tradução José Colaços Barreiros, Lisboa: Difel, 1992.

FOREST, Fred. **For an Aesthetics of Communication,** 1983. WEB NET MUSEUM. Disponível em: <<http://www.webnetmuseum.org>> Acesso em: 13 nov. 2014.

GALINDO, Fernando Rubio. **El audiovisual en la telefonía móvil 3G.** Consideraciones formales para una comunicación eficaz. Facultad de Comunicación de La Universidad Pontificia de Salamanca, 2005.



GOSCIOLA, V. **Roteiro para as novas mídias: do cinema as mídias interativas.** São Paulo: SENAC, 2003.

LEMONS, André. **Cibercidade II Ciberurbe: a cidade na sociedade da informação.** Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

LEONE, Eduardo. **Reflexões sobre a montagem cinematográfica.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

LÉVY, P. **Cibercultura.** Instituto Piaget, 1997

MACHADO, Arlindo. **Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

_____. **Arte e Mídia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

MELLO, Christine. **Poéticas digitais: analógico, digital e sampler.** In 15º Encontro Nacional da ANPAP, Anais do evento, volume 01, Salvador, 2007.

MERTEN, Luiz Carlos. **Cinema: entre a realidade e o artifício.** Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2007.

PARENTE, Andre. **Narrativa e modernidade: os cinemas não narrativos do pós-guerra.** Campinas: Papyrus, 2000.

RENÓ, Denis. **Características comunicacionais do documentarismo na Internet: estudo de caso site Porta Curtas.** Dissertação de Mestrado em Comunicação – FACOM – UMESP, 2006.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano.** 3. ed. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **Por que as comunicações e artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005.

_____. **A teoria geral dos signos: Semiose e autogeração.** São Paulo: Ática, 1995.

TRAVISANI, Tatiana Giovannone. **Imagem digital em movimento.** 2008. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Artes, 2008.

WEIBEL, Peter. La Era de la Ausência. In GIANNETTI, Claudia. **Arte en la era eletrônica.** Perspectivas de una nueva estética. Barcelona, L'Angelot / Goethe Institut, 1997.