

---

***Social Cinema, estética mobile e micronarrativas interativas  
no Instagram: a minissérie Shield 5***<sup>1</sup>

Emilly BELARMINO<sup>2</sup>

Luiz CANDOIA<sup>3</sup>

Luana INOCENCIO<sup>4</sup>

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

## RESUMO

O presente artigo busca compreender as inter-relações entre as novas mídias e as produções audiovisuais, especificamente as ficções seriadas disponibilizadas na plataforma do aplicativo da rede social *mobile Instagram*. Denominadas de *social cinema*, *instaserie* e *nanoserie* pelos próprios criadores do *app*, essas produções apresentam características estéticas singulares, devido à sua linguagem híbrida e multimidiática, seu ritmo narrativo, seu estilo e montagem. Como *corpus*, será analisada a minissérie *Shield 5*, produzida pelo *Instagram* e disponibilizada na mesma plataforma, buscando-se evidenciar as possibilidades dos recursos paralelos de interação que são oferecidos aos usuários, podendo contribuir para o sentido da narrativa.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Social Cinema; Instagram; Minissérie; Shield 5; Estética mobile.*

## INTRODUÇÃO

Graças ao advento das novas tecnologias da informação e comunicação, o mundo não para de evoluir. Independente da área, lá estará a tecnologia, sempre com uma novidade que facilitará a vida dos cidadãos contemporâneos. E no universo cinematográfico, não foi diferente. O cinema caminha de mãos dadas com a tecnologia desde que deu os seus primeiros passos, quando ainda era um experimento, até ganhar o mundo como sétima arte. Nesse sentido, Machado (1997) afirma que o cinema não é uma arte fossilizada, mas um sistema dinâmico que acompanha a história e evolui junto com os novos desafios da sociedade.

No começo do século XIX, houve um *boom* criativo e industrial buscando novas invenções, e dentre elas, o primeiro cinema. Enquanto nos EUA Thomas Edison registrava o quinetoscópio, na França os irmãos Lumière investiam no cinematógrafo. Thomas trouxe várias inovações, mas quem acabou obtendo “fãs” em diversos países com suas exibições foram os irmãos franceses. Na época,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

<sup>2</sup> Graduada em Design Gráfico pela Faculdade Ibratec Pernambuco. Graduanda do 3º. semestre do Curso de Comunicação Social - Radialismo da UFPB. E-mail: emilly\_belarmino@hotmail.com.

<sup>3</sup> Graduando do 8º. semestre do Curso de Comunicação Social - Radialismo da UFPB. E-mail: luicandoia@gmail.com.

<sup>4</sup> Orientadora e coautora do trabalho. Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas pela UFPB e Integrante do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas (Gmid/UFPB). E-mail: luanahinocencio@hotmail.com.

tudo era bastante novo e os irmãos produziam filmes curtos, que registravam cenas cotidianas, sem um roteiro ou narrativa previamente planejada.

Ao longo dos anos, o cinema foi sendo reinventado e adaptado às novidades e às ideias de cada sociedade. Na contramão dos Lumière, surgiu George Méliès, que trabalhava o cinema de ficção com produções bastante avançadas para época, mas que acabaram sendo “esquecidas” quando o cinema começou a ganhar uma narrativa própria. Após isso, surgiram escolas de atores, cursos para diretores, roteiristas e toda a área ligada ao cinema passou a ser regida por padrões estéticos e narrativos. Culminando em Hollywood, capital mundial da indústria cinematográfica, que construiu seu método econômico particular, que visa atingir o máximo de espectadores para gerar grandes lucros.

Em meio a tudo isso, a chegada dos computadores e suas multipossibilidades contribuiu ainda mais para o surgimento de novas técnicas, transformando o cinema em algo totalmente novo, aquilo que Guimarães (2012, p.16) chamaria de “jogo dialético entre as inúmeras possibilidades técnicas e estéticas”. A televisão chegaria depois, para somar ainda mais ao imaginário da população na construção de referências audiovisuais. Além da exibição de filmes e programações diversas, começaram a surgir as chamadas séries, que geralmente eram adaptadas do rádio para a TV. Bauman (2001) relaciona processos como esse a uma mudança da modernidade sólida para a líquida, onde alguns valores da sociedade se “derretem” e se flexibilizam para se adaptar a novos formatos, versáteis e maleáveis.

Nesse cenário, a sociedade mudou. Além dos registros cinematográficos produzidos por profissionais da área, os consumidores passaram a produzir seus próprios filmes, graças ao barateamento das câmeras fotográficas e filmadoras. Inicialmente, esses vídeos eram feitos de maneira amadora e os espectadores faziam registros curtos, de situações do dia-a-dia, se assemelhando aos vídeos outrora registrados pelos irmãos Lumière. Com a chegada e avanço da internet, esses registros passaram a ser disponibilizados na web e divulgados para o mundo. Os espectadores deixam de ser simples consumidores para chegarem ao status de prosumidores, que na definição de Fonseca et al. (2008, p.34) são os “consumidores proativos e dinâmicos em compartilhar seus pontos de vista. Eles estão na vanguarda em relação à adoção de tecnologias, mas sabem identificar valor nos produtos escolhidos”.

E ano após ano, novas plataformas de compartilhamentos surgiam, aumentando ainda mais a possibilidade de escolha dos consumidores de divulgar seus registros e histórias, surgindo plataformas como *Vimeo* (2004), *Youtube* (2005), *Instagram* (2010), *Snapchat* (2011) e *Viner* (2012), cada uma com sua particularidade e diferencial. Assim originou-se o que está sendo chamado em alguns países de *social cinema*, produções criadas, divulgadas, compartilhadas e assistidas em mídias sociais, com foco no consumo audiovisual em dispositivos móveis. O termo vem sendo usado especificamente

para produções seriadas com duração de 15 segundos por episódio, compartilhadas na rede *Instagram*, como é o caso da minissérie *Shield 5*, objeto de análise do presente artigo.

### **A cultura da mobilidade e sua estética marcada pelo fluxo**

Comunicação e mobilidade são processos inerentes em nossa formação enquanto indivíduos, e o modo como elas ocorrem na atualidade sofreu diversas mudanças, graças ao nosso mundo cada vez mais conectado. As praças, bibliotecas e cafés, lugares em que as pessoas se reuniam para discutir os mais variados assuntos, dão lugar às mídias sociais. Diante disso, Shepard (2007, p.35 apud SANTAELLA, 2010) lembra que as:

Redes de socialização, propiciam formas de compartilhamento e de troca inimagináveis no espaço físico. Isso gerou uma desvalorização do espaço público fisicamente localizável em favor de uma esfera pública própria das redes globalizadas, comprovando que transformações nas mídias emolduram novas modalidades de experiência social.

Um grande possibilitador de tal mudança foi o surgimento, barateamento e emergência daquilo que Lemos (2005) chamaria de CCM, Computadores Coletivos Móveis. *Smartphones, tablets, notebooks*, todo esse aparato tecnológico móvel converge cada vez mais com a nossa paisagem urbana. Em alguns países, inclusive, o número de telefones móveis chega a ser maior que o de habitantes. Segundo dados de uma pesquisa do IBGE<sup>5</sup>, o celular já é principal meio de acesso à internet no Brasil, ultrapassando o computador pela primeira vez no país. Os usuários também passaram a acessar a rede com maior frequência, número que chega ao montante de 100 milhões de usuários online.

Assim, nossas práticas de socialização mudaram de forma tão natural que sequer chegamos a notar. Isso se dá graças à computação ubíqua, que segundo Lemos (2005, p.11):

A ideia da computação ubíqua é de agir de forma oposta à tecnologia de realidade virtual (RV), que necessita da imersão do usuário no mundo simulado em 3D por computadores. Na “UbiComp” de Weiser, é o computador que desaparece nos objetos. [...]. Esta é, verdadeiramente, a computação do século XXI, da era da conexão. Trata-se de colocar as máquinas e objetos computacionais imersos no cotidiano de forma onipresente.

A arte sem dúvida, caminhou simultaneamente com essa mudança. Adaptando-se e transformando-se, ela também não escapou das mudanças causadas pelas tecnologias que emergiram junto com a internet e os dispositivos móveis. Música, pintura, fotografia e até mesmo filmes, todos ganharam a possibilidade de surgir através desses dispositivos, sem a necessidade de um instrumento musical, um pincel ou câmeras, tudo ao alcance de nossa mão, disponível em um único equipamento. Esse processo é o que Beiguelman (2008, p.9) chama de arte-wireless, feita com dispositivos móveis

---

<sup>5</sup> Dados disponíveis em: <<http://goo.gl/o1abNZ>>. Acesso em: 01 jun. 2016.

e para dispositivos móveis: “no primeiro caso - arte para dispositivos móveis - a palavra-chave é compartilhamento. No segundo, cibridismo (interconexão entre redes on e off line)”.

Weibel (1996) aponta oito estágios evolutivos das imagens tecnológicas: invenção da fotografia; descoberta das ondas magnéticas; a imagem em sua forma temporal, a televisão; combinação do filme, rádio e TV resultando no vídeo; produção de imagens completamente geradas no computador; telecomunicações interativas; tecnologias sensoriais avançadas que por neuro-chips irá conectar o cérebro ao reino digital. Se observarmos atentamente, nestes estágios apontados por Weibel, a imagem está cada vez mais presente em nossas vidas, graças a variedade de ambientes híbridos com que entramos em contato em nossa rotina.

Diante de tantos processos evolutivos comunicacionais e artísticos, nos deparamos com aquilo que Manovich (2005) chama de “hibridização visual” na linguagem das imagens em movimentos. Para o autor, cinema, animação computacional, efeitos especiais, design gráfico e tipografia se unem dentro de um espaço comum de software e formam uma nova metamídia, trazendo à tona uma etapa crucial na história das mídias.

Nesse contexto, os processos criativos têm sido cada vez mais atravessados por uma estética marcada pelas tecnologias, carregando em si inovações significativas em diversas áreas, como a arte, moda, publicidade, cinema, música, inclusive os dispositivos móveis, tais como *smartphone* e *tablet*, que de maneira ubíqua e conectada acompanha o autor integrante. Podemos perceber a quebra das amarras referente aos modelos criativos, mudando a capacidade de percepção, cognição e interação, o que só foi possível graças às estéticas tecnológicas despontantes. Assim, a estética dos fluxos informacionais contemporâneos tem como cerne a quebra de formatos antigos e engessados e o uso do tempo real para o desenvolvimento da obra.

Arantes (2008) evidencia uma *estética do fluxo*, prática cívica (cibercultural + híbrida) que ocorre a partir do câmbio entre as linguagens visuais, sonoras e verbais, como se os dispositivos móveis formassem um tipo de multiplataformas que, por meio da conectividade,

coloca em xeque a noção de lugar e de contiguidade física, instaurando noções tais como a de ubiquidade inerente a uma lógica de fluxos de informação. Por outro lado, a aceleração tecnológica parece colocar em cena a instantaneidade do tempo presente: tempo sem tempo, que rompe com uma visão linear, irreversível, mensurável e previsível do tempo (ARANTES, 2008, p.3).

Por vezes, as imagens acabam sendo classificadas como voláteis, pois são incontáveis as possibilidades de realização da obra e o fluxo de mensagens que está cada vez mais acelerado no ciberespaço. Entretanto, elas somam-se e juntam-se, graças à sua associação direta com as imagens pixelizadas. As definições relacionadas a essas artes tecnológicas amplia-se cada vez mais, trazendo sempre consigo novos fundamentos, o que acaba tornando frágeis e relativos os possíveis conceitos criados. As estéticas *mobile* possuem características marcantes e impossíveis de serem dissociadas:

realização digital, trazendo estética estruturatória de montagem e produção, quase sempre marcada por rápidos movimentos de imagem.

Isso se dá porque o espaço de ação da cultura das redes é um espaço informacional que vem implodindo, sistematicamente, não só as noções de distância e localidade, mas também os limites entre os lugares da arte, da propaganda e da informação, por um lado, e as relações entre lugar e não-lugar, por outro (BEIGUELMAN, 2008, p.285).

Diante de tais afirmativas, temos um grande exemplo de meio de produção e divulgação de tal prática, objeto de pesquisa do presente artigo: a rede social *Instagram*, um dos mais conhecidos aplicativos de compartilhamento de imagens. O *app* surgiu em 2010, a priori, disponível apenas para o sistema *iOS*, chegando para os usuários do Android apenas em 2012, quando foi vendido por cerca de 1 bilhão de dólares para o *Facebook*. Uma de suas grandes características é ser uma rede social multimodal (Santaella, 2010), na qual a interação vai além do espaço da plataforma e transborda para outras redes, podendo conectar-se com outras redes sociais como o *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr* e *Flickr*. Em 2013, ganhou o recurso audiovisual, permitindo que além das fotografias os interagentes compartilhassem também vídeos.

Em meio a compartilhamentos de pequenas atividades do dia-a-dia, feitas por alguns interagentes, começaram a surgir pequenas produções audiovisuais amadoras criadas exclusivamente para a plataforma. E em 2016, foi lançada a primeira série do que chamamos de *social cinema*, a *Shield 5*. Lançada em fevereiro e produzida especialmente para a plataforma, o a ficção seriada traz 28 episódios, sendo cada um deles com 15 segundos de duração e 28 materiais extras, divulgados entre um episódio e outro, com a intenção de dar ainda mais significância à narrativa apresentada na plataforma.

### **Narrativas audiovisuais nas mídias digitais**

Até se estabelecer como uma manifestação artística, o cinema passou por várias mudanças, quando enfim, formou uma linguagem própria. Por meio dessa linguagem, a sétima arte passou a contar com um planejamento imagético e montagem particular, capazes de contar diversas histórias por meio delas. Mesmo em meio à sua natureza híbrida, essa linguagem foi estabelecida e consolidada através dos séculos, destacando-se como arte expressiva. A partir disto, a confluência entre plataformas na web e a sétima arte foram pouco a pouco se estreitando.

Ao analisar como as experiências nas mídias digitais criam novos deslocamentos e pontos de fuga quando se trata do modelo de representação tradicionalmente instituído, Parente (2007) evidencia que existe uma reinvenção e reconfiguração cada vez maior do dispositivo cinematográfico em suas dimensões essenciais: arquitetônica (os modos de projeção das imagens), tecnológica

(produção, edição e distribuição imagética) e ainda discursiva (decupagem, montagem). A capacidade de agência é que metamorfoseia um comum espectador em um *interagente*, e segundo Murray (2003), quanto maior e esclarecido for o ambiente e a imersão, maior o número de pessoas ativas dentro dele. O sentido da agência – que se refere à nossa capacidade de compensar nossas ações e observar os efeitos causados por nossas próprias escolhas - é trazido quando obtemos resultados palpáveis experimentamos o prazer característico de ambientes eletrônicos.

Surgido no ano de 1895, antes conhecido com *photoplay* ou teatro filmado, o cinema conseguiu unir teatro, literatura, música e fotografia em algo único e incomparável. Cineastas como David Wark auxiliaram na construção da linguagem cinematográfica atual, graças as suas ousadas e experimentações. O cinema foi consagrado uma arte expressiva, quando Griffith e Serguei Eisenstein dividiram o filme em distintos planos imagéticos, dando conteúdo e forma na maneira de compreendermos o que as imagens nos comunicam. O conteúdo é associado a lógica e raciocínio da imagem, enquanto que a forma contabiliza a dramaticidade do conteúdo. Filmes e games são ambientes que necessitam de formas de participação ativa e apesar de possuir certas semelhanças a interatividade encontrada em ambas se divergem e distanciam. O espectador recebe estímulos, convocando o sistema nervoso para entrar em ação e demandando diversas funções cognitivas.

Inovadoras e empolgantes, é assim que podemos caracterizar o modo como as histórias são contadas nas narrativas digitais. Uma maneira imprescindível pela qual construímos nossas relações comunicacionais, independentemente da área em que é usada, assim é tratada a narrativa por Murray, a base de nosso entendimento frente ao mundo. Dispositivos eletrônicos, como o computador e os smartphones, representam a forma evoluída dessa técnica tão antiga, enraizada nas tradições humanas.

Gonçalves (2014, p.15 apud COVALESKI, 2015, p.6), por sua vez, destaca a importância das narrativas na contemporaneidade:

Estamos rodeados de narrativas, elaboradas em diferentes semióticas, em ambientes e contextos diferenciados, com atores os mais diversos, mais próximos ou mais distantes do cotidiano, da realidade vivenciada. Trata-se de uma sucessão de estados e transformações, narrativas reais, outras ficcionais, imaginadas, porém são responsáveis por construir a realidade do indivíduo em sociedade. A vida é uma grande narrativa, constituída de inúmeras outras narrativas, paralelas, complementares, em constante diálogo... [...] As narrativas produzidas pela mídia inserem-se na narrativa principal que constitui a vida do indivíduo em sociedade e passam a fazer parte dela, compondo o repertório do sujeito, juntamente com as 64 informações e formações que recebe das instituições sociais, da família, da igreja, da escola, entre outras.

O autor pondera ainda que

a narratividade é característica intrínseca da linguagem humana, o que justifica o fato de ‘contar histórias’ estar na essência do homem, desde o ‘era uma vez’ das fábulas que povoam o imaginário infantil até as grandes narrativas literárias que contribuem para a formação do indivíduo, passando por narrativas midiáticas, que são os textos mais consumidos no nosso cotidiano (GONÇALVES, 2014, p. 15).

As maneiras como as histórias foram contadas através das novas mídias, assim como no início do cinema, eram bastante simples. Conforme evoluíram, ganharam implementações de novos recursos, podendo ser trabalhadas de uma forma mais complexa, apresentando diferentes pontos de vistas, possibilidades de alteração narrativa, podendo ser continuada ou descontinuada. Como antes fora anunciado por McLuhan, a união da hipermídia com a formação dos meios aumenta ainda mais o poder de comunicação deles. Cada qual uma vez expostos em meios hibridizados precisam de dedicação e colaboração, afim de garantir a singularidade da produção.

### ***Social Cinema: narrativas multiplataformas nas redes sociais***

As redes sociais nos proporcionam maneiras de compartilhamento e troca que jamais poderíamos imaginar no espaço público físico. Esse é um dos maiores indícios de que as transformações causadas pelas mídias digitais nos levam a uma nova etapa de experiência social, como já afirma Shepard (2007). Vivemos isso diariamente, seja em uma conversa, uma troca de imagens ou quando produzimos e compartilhamos um vídeo. Tudo isso ganhou força graças à chegada da internet, associada ao uso cada vez mais crescente dos *smartphones* em nossa moderna sociedade. O potencial comunicativo de tais mídias vem expandindo cada vez mais, e um dos exemplos desse processo são as produções audiovisuais voltadas exclusivamente para tais espaços.

Já havíamos sido alertados por Machado (1997) de que a indústria audiovisual é marcada pelo hibridismo e que aos poucos ela estaria se tornando eletrônica. Líquido por natureza, o cinema avançou e aos poucos começou a se adaptar às novas plataformas. As grandes câmeras, projetores e os telões dão lugar a dispositivos que cabem na palma de nossas mãos, que sozinhos são capazes de produzir e projetar, inovando em formatos, técnicas e fluxos narrativos. Diferentemente das produções televisivas ou cinematográficas, essa nova modalidade de produção traz à tona aquilo que Santaella (2010) chama de práticas tecnossociais, que potencializam a participação pública e reconectam as dimensões dos espaços físicos a métodos participativos dos espaços virtuais.

Analisando o potencial interativo dos novos *media*, Manovich (2005, apud COVALESKI, 2005) postula que agora, diferentemente do que ocorria com os suportes midiáticos anteriores, mais engessados e unilaterais, hoje os usuários podem entrar em contato e experimentar os objetos midiáticos. Nesse caso, é possível escolher os conteúdos que serão consumidos e os modos de acessá-lo, compondo, assim, uma obra singular e personalizada e customizada às suas preferências, atuando como coautor do trabalho.

Embora seja relativamente fácil especificar as várias estruturas interativas utilizadas nos objetos dos novos *media*, é muito mais difícil abordar teoricamente as experiências que os usuários têm delas. Este aspecto da interatividade continua sendo uma das questões teóricas

mais difíceis levantadas pelos novos *media* de comunicação. (...) Toda a arte clássica, e mesmo a moderna, é “interativa” de várias maneiras. As elipses na narrativa literária, os detalhes ausentes nos objetos da arte visual, e outros “atalhos” da representação exigem que o usuário complete a informação que falta. (...) Os *media* e a arte moderna têm feito avançar cada uma destas técnicas, convocando o espectador a novas demandas físicas e cognitivas (MANOVICH, 2005, p. 103-104).

Conforme observa Murray (2007), nas inúmeras versões de uma história, mantêm-se os elementos-chave que caracterizam uma narrativa, como o contexto, os *plots*, os personagens e relacionamentos. No entanto, os formatos narrativos evoluem de acordo com o desenvolvimento dos meios de comunicação e com a usabilidade que atribuímos às novas tecnologias. Assim, “um novo meio, ao se estabelecer, toma emprestado uma série de convenções, hábitos e costumes linguísticos, estéticos e formais dos meios anteriores” (MURRAY, 2007).

A autora indica ainda que nas narrativas audiovisuais lineares criadas para meios tradicionais, a constituição de espaço e tempo realiza-se por meio de movimentos de câmera, ângulos, design de som e cortes de edição cheios de mecanismos como *flash backs*, histórias paralelas, mistura de imagens reais e virtuais. Já nas mídias digitais, tais elementos servem de ponto de partida dos *links* para imersão na história, possibilitando aos espectadores o gerenciamento da narrativa, ao se “deslocar pelo mundo narrativo e romper a noção linear de tempo, mudando de uma perspectiva para outra por iniciativa própria, construindo uma interpretação pessoal da história” (MURRAY, 2003, p. 237).

Nesse contexto, a ligação entre uma cena e outra é constroem-se na mente do público, que adota as funções de câmera e editor, relacionando toda a ação por meio de *links* que seguirão para diferentes caminhos.

O público que acessa um programa audiovisual multimídia é diferenciado, mais dispersivo, tem uma relação não-linear com a imagem. Ele está habituado a uma atitude mais ativa, determinada pelo contato com outros meios de comunicação como a internet mediada pelo computador, celulares ou *games*. A informação, para ele, segue um fluxo fragmentado, dividido (CASTRO; FREITAS, 2010).

Essa não-linearidade característica das narrativas audiovisuais no ambiente digital permite que o público sequencie seus *plots* de modo singular e personalizado, com a navegação ajudando-lhe a reforçar a capacidade de raciocínio em “multicamadas”, já que os *links* que contêm informações extras vão sendo abertos de acordo com a demanda de cada espectador, podendo inclusive ser acionados simultaneamente.

A forma de história digital que há de surgir abrangerá muitos formatos e estilos diferentes, mas será, essencialmente, uma entidade única e inconfundível. Não será um “isto” ou “aquilo” interativo, embora muito dessa forma possa ser extraído da tradição, mas uma reinvenção do próprio ato de contar histórias para o novo meio digital (MURRAY, 2003, p. 236).



Sobre a narrativa seriada, Machado (2000) afirma que ela caiu nas graças do público por conta da televisão, mas sua base é uma adequação que se originou do cinema em 1913, quando filmes curtos chamados *nickelodeons* eram exibidos para a periferia. As mudanças no mercado que surgiram na época são caracterizadas principalmente pela produção seriada de filmes em escala industrial.

A narrativa seriada caracteriza-se por ser uma narrativa dividida em episódios ou capítulos, que podem ser exibidos em dias e horários diferentes. Um episódio deve contar sua história, inserir-se no conjunto, respeitar as características lançadas pelo programa no seu total. (...) É estruturada em episódios independentes que têm, cada um em si, uma unidade relativa (PALLOTTINI, 1998 p. 31)

A televisão não foi a criadora da forma seriada de narrativa, ela já está presente em nossa sociedade por muitos anos, algumas vezes por meio da literatura. O folhetim, nos primórdios do jornalismo, marca o começo da narrativa seriada em meios massivos de comunicação, inspiradas talvez em *As Mil e Uma Noites*, em que, chegando ao *clímax*, a história era suspensa, exigindo a volta para que a história fosse continuada e posteriormente finalizada.

Já as narrativas seriadas para TV tiveram sua popularidade com aumento exponencial na última década, principalmente por conta das produções estadunidenses, a exemplo de emissoras como a *Fox*, que investiram e popularizaram aos jovens americanos essa narrativa. Como observa Machado (2000, p.97), “a riqueza da serialização televisual está, portanto, em fazer dos processos de fragmentação e embaralhamento da narrativa uma busca de modelos de organização que sejam não apenas mais complexos, mas também menos previsíveis e mais abertos ao papel ordenador do acaso”.

A transmissão dificilmente é feita para vários países simultaneamente, e para acompanhar o desenrolar das tramas, milhões de espectadores ao redor do mundo se utilizam de *downloads* ilegais na *web*, disponibilizados e legendados por outros fãs que se organizam em grandes grupos. Alguns, inclusive, arriscam publicar estes materiais no *Youtube*, mas a retirada do conteúdo do site, devido a problemas autorais, é mais frequente do que parece.

Neste cenário de reconfigurações audiovisuais nas narrativas seriadas, o termo *social cinema* foi usado pela primeira vez em abril de 2012, no aplicativo *Instagram* e posteriormente em outras diferentes redes sociais, com seu objetivo um pouco diferente do utilizado atualmente. O Cinema *Esquire Imax*, em Sacramento, Estados Unidos, estava em busca de uma forma de interagir com os seus clientes em diferentes plataformas sociais, e o uso da *hashtag* foi a solução encontrada por eles.

O tempo passou e o uso do termo ganhou outros significados, mas o cerne de sua essência continuou: a interação, uma experiência enriquecedora vinculada à sétima arte e proporcionada graças ao *Instagram*. Em fevereiro de 2016, o aplicativo iniciaria uma nova e desafiadora experiência audiovisual: produzir uma série de apenas 15 segundos de duração. O que para alguns seria um ponto negativo, enriqueceu ainda mais a narrativa da obra. Além da possibilidade de publicações de vídeos,

o aplicativo permite também o compartilhamento de imagens, alternativa muito bem utilizada na produção. Um outro ponto positivo foi a rápida interação com os usuários, fator que a ferramenta privilegiava. A série se tornou um sucesso em vários países, concorrendo a prêmios e inspirando a criação de muitas outras séries ligadas ao *social cinema*.

### **A minissérie *Shield 5***

A obra audiovisual de ficção seriada *Shield 5* foi criada e dirigida por Anthony Wilcox e apresentada em episódios diários de 15 segundos, durante todo o mês de fevereiro de 2016, no *app* Instagram. A produção insere-se no gênero de suspense policial e destaca-se pela capacidade de interação com o público, com a possibilidade de o telespectador conferir imagens complementares que enriquecem ainda mais a compreensão e a narrativa da obra. A série possui uma narrativa não-linear, transitando entre os fatos que aconteceram antes, durante e após o *plot* central da trama. Tem sua história situada na cidade de Londres e é lá que conhecemos John Swift, o personagem principal, um motorista de 28 anos preso por um suposto envolvimento em um roubo seguido de assassinato, que foge da polícia e dos bandidos envolvidos no crime, a fim de limpar o seu nome a todo custo.

A série surgiu graças a um desejo do seu idealizador de criar e produzir algo inovador. Após uma longa busca pela plataforma ideal, ele escolheu o *Instagram* como meio de veiculação da sua produção. A restrição do tempo de 15 segundos, existente na plataforma, acabou lhe ajudando na escolha. Para Wilcox (2016, online), “existe um potencial para o grande público, uma audiência global, e havia algo divertido sobre os 15 segundos de restrição que estranhamente me atraíram por algum motivo”.

Um importante recurso narrativo presente na obra é a combinação de 3 diferentes processos comunicacionais: texto, imagens e sons, interligando-os a fim de criar uma unidade. Além dos vídeos de 15 segundos, são disponibilizadas postagens com informações extras e até mesmo as descrições de cada imagem complementam a narrativa, dando ainda mais significado à história. Diferentemente de outras produções encontradas no *Instagram*, gravadas e editadas com dispositivos móveis, *Shield 5* foi filmada com uma câmera *Canon C300*. As gravações duraram 4 dias e passaram por 12 diferentes locações em Londres.

### **Analisando a estética *mobile* em *Shield 5***

Em uma sociedade onde a liquidez se faz cada vez mais presente, a hibridização dos meios de comunicação é incontestável. Atualmente, tudo flui em um ritmo bastante acelerado, viramos seres multifuncionais e 24 horas nem sempre são suficientes para realizarmos tantas atividades com a

mesma precisão que em outros tempos. As consequências de tais fatores são nítidas e uma delas é o caráter não contemplativo, que acabou embarcando nas obras de arte tecnológicas. Diante disso, Rocha (2008, p.128) afirma que “a impaciência do homem contemporâneo se faz notar na inabilidade do ato contemplativo e na busca por reconhecimento do todo por uma mínima visada, em uma economia estética ou uma ecologia estético-perceptiva”. E os 15 segundos de limitação, disponibilizados pela plataforma *Instagram*, convergem diretamente com tal característica.

Como fora analisado anteriormente por Santaella (2008), a quebra da forma fruída e permanente é um componente crucial na composição da estética contemporânea. E esse é justamente um dos pontos em que *Shield 5* se destaca, por não só adaptar um gênero televisivo a uma mídia social, mas por transformar as limitações impostas pela rede em uma bem-sucedida experimentação da arte-mídia. A obra tenta explorar os mínimos recursos disponíveis na plataforma utilizada, a fim de enriquecer ainda mais tal experiência. Um deles é o uso da *hashtag* como mecanismo de *hiperlink*, em que a equipe utilizou palavras cuidadosamente selecionadas e intensificaram a aplicação delas em todas as postagens, demonstrando intencionalidade de vinculação do produto audiovisual a certas categorizações, além de auxiliar o usuário na busca pela obra e seus expoentes.

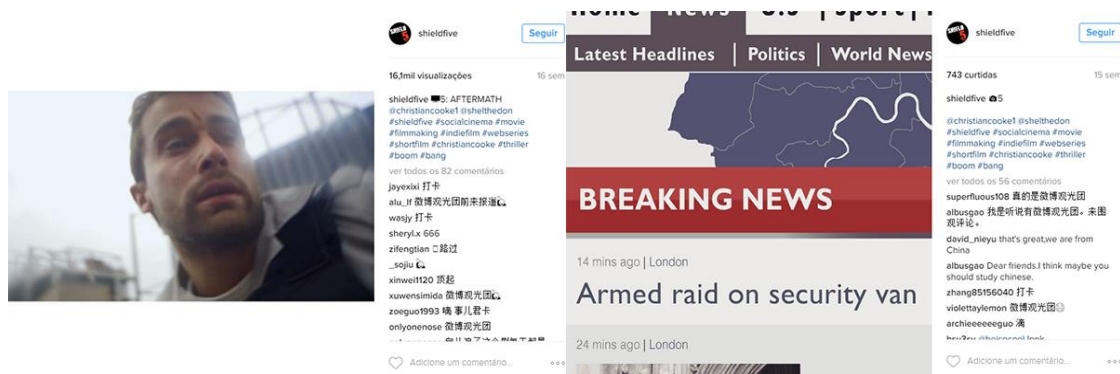
Os materiais extras encontrados no decorrer da trama só são possíveis de serem encaixados graças à plataforma escolhida, que privilegia a multiplicidade de conteúdos em diferentes linguagens. Isso não seria possível em outras mídias como a TV e o cinema, que só possibilitam conteúdos complementares um longo tempo após os espectadores terem assistido a obra pela primeira vez. Nestas mídias, tudo isso seria divulgado em uma plataforma a parte, que o espectador teria que acessar por meio de DVDs e *Blu-ray*, que as vezes chegam a ser lançados cerca de 6 meses após a divulgação inicial da obra. Na série, foi o oposto, todos os extras foram divulgados simultaneamente com cada episódio.

Refletindo um pouco, podemos observar a instantaneidade na divulgação e a importância de tais materiais para a complementação do significado da obra. Eles não foram tratados como simples *making offs*, mas como parte do todo. Mas nos questionamos: como seria a experiência narrativa da série com e sem os extras disponibilizados? Seriam eles uma “muleta”, certo artifício vago de apoio? Mas à primeira análise, tais elementos formam um suporte necessário para a tessitura desse tipo de produção, já que por serem episódios curtíssimos, precisam de uma complementação “extracampo”.

O modo como esses materiais se apresentam também não foi escolhido por acaso. Entre um episódio e outro, fotografias e vídeos são compartilhados, mas destacamos aqui as imagens. As mesmas intercambiam-se simulando elementos informativos de nosso cotidiano: recortes de microblogs, jornais, notícias em portais, fotografias de identidades de personagens, *e-mails* trocados, uma infinidade de elementos do universo tangível e não-tangível que se tornaram tão corriqueiras que acabamos não as notando, mas que estão lá, entranhadas no nosso modo de ser e ver notícias.

Prezando sempre pela adaptação e interlocução substancial às redes, *Shield 5* possui uma complexidade do ponto de vista narrativo e trabalha dentro de um contexto moderno de acesso às obras audiovisuais. O fluxo das informações de cada episódio tergiversa em torno da própria série e as complementações episódicas enriquecem a narrativa, acrescentando-a sentido e dados. Para evitar possíveis equívocos na distinção dos materiais divulgados nas postagens, os produtores da obra tomaram o cuidado de inserir elementos iconográficos (*emojis*) que possibilitam a diferenciação entre episódio e material extra: quando a postagem se refere a um episódio, antes do título do mesmo é usado o ícone de uma televisão, enquanto para os materiais extras é utilizado o ícone de uma câmera.

Figura 1 – Identificação dos episódios e materiais extras.



Fonte: Instagram (2016)

A base narrativa da série vem do paradigma dos três atos, mencionados por Aristóteles, e segue o modelo apresentado por Field (1995), onde o roteiro se divide em três atos: apresentação, confrontação e resolução. É fácil afirmar que a construção do roteiro teve como princípio a criação do personagem central com um objetivo estabelecido, e, após a sua criação, a história foi moldada em torno dele.

O personagem é o fundamento essencial de seu roteiro. É o coração, alma e sistema nervoso de sua história. Antes de colocar uma palavra no papel, você tem que conhecer o seu personagem. [...] Uma vez definida a necessidade de seu personagem, você pode criar obstáculos a essa necessidade. Drama é conflito. A necessidade do personagem deve ficar clara, de forma que você possa criar obstáculos a essa necessidade (FIELD, 1995, p.27).

Em todo bom roteiro, podemos encontrar o ponto de virada, um fato repentino que leva a trama à outra direção ou apresenta aos interagentes algo inesperado, que segundo Barreto (2008), é algo que irá prender a atenção do espectador, criando uma expectativa relacionada a algum acontecimento, que por fim ocorre de forma oposta, surpreendendo e marcando a história que parecia ter tido o seu fim, potencializando o choque do ponto de virada. Em *Shield 5*, destacamos quatro pontos de virada, e o mais curioso é que dois deles aconteceram fora dos episódios da série, surgindo em meio aos materiais extras divulgados entre um episódio e outro. O primeiro foi no material de número 8, quando nos é exibida uma evidencia policial que mostra que o acusado não havia cometido crime algum, mas deixa um mistério quanto à identidade do atirador. O segundo ponto é exibido no

extra de número 24, quando o registro da câmera da van nos revela quem é o verdadeiro culpado do crime.

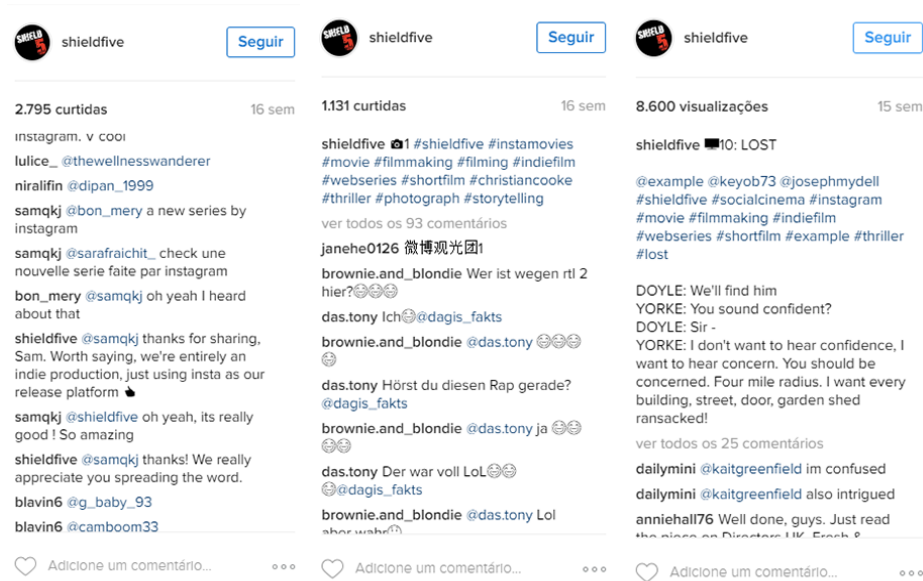
Figura 2 – Pontos de viradas ocorridos em materiais extras



Fonte: Instagram (2016)

As funcionalidades do *app* reforçam práticas híbridas e permitem um diálogo muito mais amplo entre os interagentes. Através dos comentários nas postagens, os diálogos entre os produtores e os interagentes acontecem de maneira mais fluida. Analisando atentamente, é possível observarmos pessoas de diferentes nacionalidades debatendo os episódios com os fomentadores e até mesmo com outros interagentes da rede que estão a acompanhar a trama. Logo no primeiro material extra, podemos ler comentários de usuários chineses, alemães e americanos, ambos comentando a respeito do episódio.

Figura 3 – Interações nos comentários das postagens de *Shield 5*



Fonte: Instagram (2016)

Em dado momento, um usuário comenta com um amigo que está confuso e também intrigado com determinado episódio, o que indica que a duração de 15 segundos não interfere consideravelmente na criação e surgimento do *clímax*. Essa limitação encontrada na rede não impossibilitou que no curto espaço de tempo encontrado no episódio o interagente experimentasse momentos intensos e atribulados. Um outro usuário elogia a série e faz indicações dela para alguns amigos, recebendo como resposta um comentário da equipe da *Shield 5*. Tais conversações e sociabilidades denotam a instantaneidade que a plataforma possibilita, uma vez que em outros tempos, para que isso ocorresse, ele levaria dias, até mesmo meses, para chegar a essa equação e ainda poderia ficar sem um retorno da produção.

### Considerações finais

Na contemporaneidade, as produções audiovisuais ganharam novas possibilidades estéticas. Isso foi possível em consequência do surgimento de espaços híbridos, desenvolvidos através de interfaces móveis e ubíquas. Tais mudanças garantiram uma multiplicidade de caminhos, além da inserção de elementos visuais totalmente novos, improváveis nas mídias convencionais. A ampliação das possibilidades estéticas e artísticas advindas do uso dessas novas mídias em produções fílmicas é uma questão cuja importância foi ressaltada por Manovich (2005), em busca de novas hipóteses e análises.

Nesse sentido, esse estudo buscou abordar temas referentes ao surgimento de uma nova experimentação de arte visual: o *social cinema*. Ao longo da investigação, estabelecemos suas relações históricas com produções seriadas criadas posteriormente ao surgimento deste novo tipo de produção. Focamos aqui em exibir suas vantagens e diferenciais, destacando a forma como elas enriquecem a narrativa por meio da sua primeira aparição na plataforma *Instagram*, em fevereiro deste ano, por meio da série *Shield 5*.

O acervo de obras seriadas voltadas para a web é imenso e as opções de plataformas para disponibilização delas na rede são múltiplas. Mas o que diverge nessas produções do *social cinema* são os diferenciais possibilitados pela plataforma escolhida, que marcam a história do novo cinema. A inovação está na questão de proporcionar um ambiente de interação e debate da obra fílmica, de modo aberto, coletivo e instantâneo, que possibilita a exploração de ferramentas ainda não utilizadas ou pouco adotadas, aumentando a potencialidade da obra e contribuindo esteticamente com sua teia narrativa não-linear, labiríntica e enigmática.

Vale ressaltar que, por tratar-se de um tema relativamente novo, não existe definição exata acerca dele. É inegável, porém, a importância do debate e reflexão de como a arte e a tecnologia

caminham cada vez mais lado a lado, de maneira progressivamente mais híbrida, chegando ao ponto de se tornarem, por alguns momentos, indissociáveis.

## Referências

ARANTES, Priscila. Tudo que é sólido derrete: da estética da forma à estética do fluxo. In: SANTAELLA, Lúcia; ARANTES, Priscila. (Org.). **Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BEIGUELMAN, Giselle. Olhares nômades. In: SANTAELLA, Lúcia; ARANTES, Priscila. (Org.). **Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008.

CASTRO, Cosette; FREITAS, Cristiana. Narrativa Audiovisual para Multiplataforma - Um Estudo Preliminar. In: **Revista Portcom**, Ano 3, n.1, jan. – abr. 2010.

COVALESKI, Rogério. O exercício da cidadania na literacia das novas narrativas publicitárias. In: PEREIRA, S.; TOSCANO, M. (Orgs.) (2015). **Literacia, Media e Cidadania** - Livro de Atas do 3.º Congresso Braga: CECS. p. 456-467.

GONÇALVES, E. M. (2014). Da narratividade à narrativa transmídia: A evolução do processo comunicacional. In C. Campalans, D. Renó, & V. Gosciola (eds.). **Narrativas transmedia – Entre teorías y prácticas**. Barcelona: Editorial UOC.

GUIMARÃES, Denise. Interlocuções sógnicas entre vinhetas cinematográficas e videoarte. In: **Livro de Anais do Socine**. 2012. v.2. pp. 113-130.

LEMONS, André. **Cibercultura e Mobilidade: A Era da Conexão**. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/alemos.html#au>> Acesso em: 10 de abr. de 2016.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada à sério**. 4 ed. São Paulo: SENAC, 2000.

\_\_\_\_\_. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas, SP: Papyrus, 2007.

MANOVICH, Lev. Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições. In: LEÃO, Lúcia. (Org.). **O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Ed. SENAC, 2005.

MURRAY, Janet. 2003. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Editora UNESP/ITAÚ Cultural.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Moderna, 1998.

PARENTE, André. Cinema em trânsito: do dispositivo do cinema ao cinema do Dispositivo. In: PENAFRIA, Manuela; MARTINS, Índia (Orgs.) **Estéticas do Digital: Cinema e Tecnologia**. Covilhã: Livros LabCom, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. ARANTES, Priscila. (Org.). **Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008.

\_\_\_\_\_. **A ecologia pluralista da comunicação: Conectividade, mobilidade, ubiquidade**. São Paulo: Paulus, 2010.

WEIBEL, Peter. The world as interface. Toward the construction of context-controlled event-worlds. In: DRUCKREY, T. **Electronic Culture. Technology and Visual Representation**. New York: Aperture Foundation, 1996.