

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO
NÍVEL MESTRADO

LORENA DE RISSE FERREIRA

**DA NATUREZA DA VIDA À NATUREZA DO VÍDEO: UM
ESTUDO CARTOGRÁFICO DE VLOGS QUE OPERAM SOBRE A
SUBJETIVIDADE PUBLICIZADA**

Porto Alegre
2014

Lorena de Risse Ferreira

**DA NATUREZA DA VIDA À NATUREZA DO VÍDEO: UM
ESTUDO CARTOGRÁFICO DE VLOGS QUE OPERAM SOBRE A
SUBJETIVIDADE PUBLICIZADA**

Dissertação de mestrado apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS.

Orientadora:

Prof.^a Dra. Nísia Martins do Rosário

Porto Alegre

2014

CIP - Catalogação na Publicação

Risse Ferreira, Lorena de

Da natureza da vida à natureza do vídeo: um estudo cartográfico de vlogs que operam sobre a subjetividade publicizada / Lorena de Risse Ferreira. -- 2014.
147 f.

Orientadora: Nísia Martins do Rosário.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, BR-RS, 2014.

1. Audiovisual. 2. Subjetividade Publicizada. 3. Cartografia. 4. Vlog. I. Rosário, Nísia Martins do, orient. II. Título.

Lorena de Risse Ferreira

**DA NATUREZA DA VIDA À NATUREZA DO VÍDEO: UM
ESTUDO CARTOGRÁFICO DE VLOGS QUE OPERAM SOBRE A
SUBJETIVIDADE PUBLICIZADA**

Dissertação de mestrado apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Linha de Pesquisa Linguagem e Culturas da Imagem.

Orientadora:
Prof.^a Dra. Nísia Martins do Rosário

Aprovado em 18 de Março de 2014

BANCA EXAMINADORA

Orientadora Prof.^a Dra. Nísia Martins do Rosário – UFRGS

Prof. Dr. Alexandre Rocha da Silva – UFRGS

Prof. Dr. Gustavo Daudt Fischer – UNISINOS

Prof.^a Dra. Sonia Estela Montañó La Cruz – UNISINOS

Prof.^a Dra. Miriam Rossini (Suplente) – UFRGS

Em memória de meu eterno herói e avô, Raimundo Sabino.

AGRADECIMENTOS

Não me ocorre, agora, algum momento ao longo destes dois anos no qual eu estive ou me senti sozinha na construção deste texto e da pesquisa como um todo. Sempre estive na companhia de amigos, mestres, autores e familiares. Neste momento, falo em primeira pessoa, pois, aqui, trago a minha gratidão em forma de palavras para estas pessoas que me acompanharam e não deixaram que o mestrado fosse uma mera etapa de minha existência e sim uma das mais desafiantes montanhas que já escalei.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e ao Programa de Pós Graduação em Comunicação e Biblioteconomia da UFRGS pela realidade da bolsa de estudos, sem a qual seria extremamente difícil vivenciar a universidade pública e a pesquisa.

Com um imenso amor, agradeço aos meus pais, Lindomal e Rute, pelo apoio incondicional, pelo exemplo constante e pela palavra amiga que, em tantos momentos, renovou-me e fez-me acreditar no verdadeiro valor da família;

Da mesma forma, agradeço minha família, que se resume aos meus avós Raimundo e Josefina, e ao meu irmão Luan, nos quais pude buscar carinho, boas lembranças e muita determinação para concluir a jornada. Aproveito para fazer um agradecimento especial ao meu avô que, no meio deste percurso, se despediu de mim deixando a mais extraordinária referência de ser com quem tive a oportunidade de conviver.

Ao meu amado Luan que durante quase cinco anos encanta-me com a sua dedicação e carinho, tornando-se um dos responsáveis pelos meus sorrisos, conquistas e desejos para o futuro. Agradeço por fazer parte da minha história e por ajudar-me a buscar, a todo instante, a Lorena que quero tornar-me.

Ao meu grande amigo Alex, que tornou minha estada no Rio Grande do Sul proveitosa e cheia de descobertas, tanto acadêmicas como de vida. Obrigada por ser meu companheiro de casa nestes dois anos, por ser meu guru nos assuntos acadêmicos e por me inspirar com a sua competência constante e pela preciosa amizade. E claro, obrigada por colocar Julieth no meu ciclo de vida;

Obrigada à amiga Vanessa Botega, pela amizade leal e por me proporcionar momentos de respiro indispensáveis para a realização dessa dissertação;

Obrigada à amiga Irina Coelho, pela acolhida nos momentos de abalos e pela companhia afetuosa nestes dois anos;

Aos colegas dos grupos Corporalidades, GPESC e Processocom pelas boas discussões. Aos funcionários do PPG que, em algum momento, cruzaram meu caminho, em especial à secretária Lúcia, pela prontidão em todos os momentos solicitados. Assim como aos professores do programa que, de alguma forma, iluminaram-me na constituição deste trabalho.

Por fim, agradeço imensamente à minha orientadora Nísia Martins do Rosário que me mostrou a liberdade produtiva, a confiança, e voos que eu ainda não tinha realizado. Obrigada por se tornar uma nova referência, por me guiar na cartografia e por se dedicar na construção deste *nosso* trabalho.

*"Os grandes pensadores são um tanto sísmicos; não evoluem,
mas avançam por crises, por abalos".*

(Gilles Deleuze, 1990)

RESUMO

Esta pesquisa tem como foco problematizar os *vlogs* como práticas de publicização da vida e pensar sobre como eles tornaram-se superfícies nas quais podemos ver os movimentos e ações de uma subjetividade fabricável. As reflexões trazidas pelo filósofo francês Félix Guattari deram base para pensar na subjetividade como algo que se fabrica no atravessamento de esferas diversas, como a social, a cultural, a econômica e também a comunicacional e a tecnológica. Estas duas últimas, em especial, iluminaram o entendimento de que a Comunicação e a tecnologia imagética, aliadas ao contexto digital, operam como fontes de incitamentos e estímulos de uma subjetividade que não se realiza apenas no exibicionismo e sim na cristalização do desejo do compartilhamento, da publicização. Assim, construímos a definição de *subjetividade publicizada* a partir da observação de vlogs, gênero audiovisual de internet que adquire contornos próprios nessa investigação: um tipo de vídeo que tem como objetivo explorar acontecimentos do cotidiano, da *natureza da vida*, e construí-los por meio da *natureza do vídeo*. A cartografia foi o procedimento metodológico que inspirou o tratamento do objeto empírico e da proposta teórica. Entre os resultados, encontramos seis platôs em que se iluminam a subjetividade publicizada em vlogs, são eles: Cotidiano, Família, Monólogos, Empatia, Técnica Audiovisual e Corpo. Ao longo da cartografia dos vídeos ficou claro que temos uma intensa rede de conexões entre intensidade, ritmos, linhas de segmentaridade e linhas de fuga, o que nos mostra o quanto o universo de vlogs apresenta-se complexo e múltiplo, dando vida ao que chamamos de subjetividade publicizada.

Palavras-chave: Audiovisual; Subjetividade Publicizada; Cartografia; Vlogs.

ABSTRACT

This research focuses on problematizing vlogs as practices of publicizing life and thinking about how they become surfaces in which we can see the movements and actions of a manufacturable subjectivity. Reflections of the French philosopher Félix Guattari provided the basis for thinking about subjectivity as something that makes the crossing of different spheres, such as social, cultural, economic as well as communicational and technological. These last two, in particular, illuminated the understanding that communication and imagery technology, allied with the context of the internet, operate as sources of incitement and encouragement of a subjectivity that is not realized just in exhibitionism, but on the crystallization of desire for sharing, the publicity. Thus, we construct the definition of publicized subjectivity from watching vlogs, an audiovisual genre of internet that is acquiring its own outlines in this investigation: a type of video that aims to explore the events of daily life, the nature of life, and build them through the nature of the video. Cartography was the methodological procedure that inspired the treatment of empirical objects and the theoretical proposal. Among the results, we found six plateaus that illuminate publicized subjectivity in vlogs, they are Everyday Life, Family, Monologues, Empathy, Audiovisual Technique, and Body. During the cartography of videos became clear that we have a strong network of connections between intensity, rhythms, segmentarity lines and drain lines, which shows us how the universe of the vlogs presents complex and multiple, giving life to what we call publicized subjectivity.

Keywords: Audiovisual; Publicized Subjectivity, Cartography; Vlogs

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 - Vlog: meu dia a dia!	64
Figura 2 - Vlog: meu dia a dia!	65
Figura 3 - JULIANNA GETS A HAIRCUT!!! - January 17, 2014 - itsJudysLife - Canal: itsJudysLife.....	71
Figura 4 - ELF Matte Lip Color first impression review – Canal: itsjudytime	72
Figura 5 - Vlog: Um dia na vida :) – Canal: Marina Smith.....	74
Figura 6 - Marina na Loja.....	75
Figura 7 - Marina preparando o jantar.....	75
Figura 8 - Vlog: Vida Doméstica =) - Canal: Flavia Calina.....	76
Figura 9 - Limpando a pia	77
Figura 10 - Limpando o vaso sanitário.....	77
Figura 11 - Vlog da Mel: Cirurgia e mais... - Canal: Mel Queiroz	78
Figura 12 - Mel recebendo cuidados	79
Figura 13 - Sabendo que vai ser Avô e Avó..... - Canal: Ricardo Faustino Pinto	81
Figura 14 - Bebê linda mamando! - Canal: Thiago Oliveira.....	83
Figura 15 - MEU PARTO NORMAL – NASCIMENTO DA BABY V - Canal: Flavia Calina	85
Figura 16 - Festa Família Jardim 22/04/2011 Parte II - Canal: Junior Jardim	86
Figura 17 - Pergunte a Uma Família Gay / Episódio 1 Daniel - Canal: depfoxbrasil	87
Figura 18 - Pessoas que não sabem se maquiar! - Canal: californiana2801.....	89
Figura 19 - SUZIELLE RELATO BOATE KISS – Canal: Suzielle Dalla Corte Requia.....	92
Figura 20 - Sobre parar de fumar e cigarro eletrônico - Canal: Marina Smith.....	93
Figura 21 - Luiz Antonio - A argumentação para não comer polvo - Canal: Flavia Cavalcanti	94
Figura 22 - Nosso Milagre - Nossa jornada com a infertilidade - Canal: Flavia Calina	96
Figura 23 - Vlog: Dia de Blogueira – Gravação de Vídeos - Canal Jéssica Flores.....	99
Figura 24 - MEU PARTO NORMAL – NASCIMENTO DA BABY V - Canal: Flavia Calina	100
Figura 25 - MEU PARTO NORMAL - NASCIMENTO DA BABY V - Canal: Flavia Calina	101
Figura 26 - Japinha safadona - Canal: Clube do Macho	105

Figura 27 - Raíssa - Um pouco da minha história: auto-mutilação - Canal: Raíssa de Almeida	106
Figura 28 - #Manequim38 - Hipocrisia da gorda + Blog + PROJETOCHAPEIBA... - Canal: Juliana Novaski	108
Figura 29 - Mapa de conexões.....	110
Figura 30 - Esquema de conexões	111

SUMÁRIO

1	DECIDINDO DESTINOS - ESCLARECENDO A PESQUISA.....	11
1.1	CONHECENDO AS MOTIVAÇÕES DA PESQUISA.....	14
1.2	QUESTÕES PROBLEMA, OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA.....	15
1.3	INSPIRAÇÃO METODOLÓGICA.....	17
1.4	GUIA DA PESQUISA.....	19
2	FAZENDO AS MALAS - INCITAMENTOS TECNO-IMAGÉTICOS PARA A FABRICAÇÃO DE UMA SUBJETIVIDADE PUBLICIZADA.....	21
2.1	FABRICAÇÃO DE SUBJETIVIDADES, UMA QUESTÃO DE FUNDO.....	23
2.2	TECNOLOGIA IMAGÉTICA E NOVAS MÍDIAS, FONTES DE ESTÍMULOS... 29	
2.2.1	Aparelhos, novas formas de perceber o mundo.....	31
2.2.2	<i>New Media</i>, novas formas de criar mundos.....	33
2.3	SUBJETIVIDADE PUBLICIZADA.....	42
3	CAMINHOS METODOLÓGICOS.....	49
3.1	CONSTRUÇÃO DA PERSPECTIVA TEÓRICA.....	51
3.2	PASSOS OPERACIONAIS.....	54
3.3	QUE AUDIOVISUAL É ESSE?.....	59
3.3.1	Vlogs.....	61
3.4	PROCEDIMENTO AUXILIAR.....	67
4	ENCONTROS - CRIAÇÃO DE REDES.....	69
4.1	PLATÔ COTIDIANO.....	69
4.2	PLATÔ FAMÍLIA.....	80
4.3	PLATÔ MONÓLOGO.....	88
4.4	PLATÔ EMPATIA.....	93
4.5	PLATÔ TÉCNICA AUDIOVISUAL.....	98
4.6	PLATÔ CORPO.....	103
5	DESPEDIDAS – SOBREVOO FINAL.....	112
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	120
	APÊNDICE A - GUIA CARTOGRÁFICO.....	126

1 DECIDINDO DESTINOS - ESCLARECENDO A PESQUISA

“A única finalidade aceitável das atividades humanas é a produção de uma subjetividade que enriqueça de modo contínuo sua relação com o mundo” (GUATTARI, ROLNIK, 2011, p. 33).

Entendemos que, de modo geral, a principal contribuição desta pesquisa para a área da Comunicação é a reflexão sobre como superfícies imagéticas podem configurar-se como sintomas reveladores da sociedade a que pertencem. Buscamos, ao longo do trabalho, refletir acerca de como audiovisuais postados no YouTube são capazes de mostrar facetas de um tipo de subjetividade em especial, a *publicizada*, que olhamos e desenvolvemos mais atentamente ao longo da dissertação. Tentaremos, a partir de agora, explicar de que forma construímos nossa perspectiva teórica, metodológica, apresentar nosso objeto e introduzir as motivações e metas que contornaram nossa jornada acadêmica.

Esta dissertação constituiu-se primeiramente, a partir de uma discussão de fundo que gira em torno das contribuições do filósofo francês Félix Guattari acerca da subjetividade. Com a introdução deste autor no nosso escopo teórico tivemos a oportunidade de refletir criticamente sobre o objeto empírico (vlogs publicados no YouTube), pensando sobre o que estava por trás dele e percebendo o que ele significa cultural e socialmente.

Nossa reflexão começou sendo iluminada pela noção de que a subjetividade seria um devir coletivo que perpassa os sujeitos de forma única e que dá a ver modos de ser e de perceber o mundo. Além disso, Guattari afirma que podemos enxergar a subjetividade como algo de “natureza industrial, maquínica, ou seja, essencialmente fabricada, recebida, consumida” (GUATTARI & ROLNIK, 2011, p. 25). Essa perspectiva é interessante pelo fato dela mostrar-nos que a subjetividade é algo que surge no contexto do Capitalismo Mundial Integrado (CMI) e, portanto, constitui-se como um elemento poderoso que nos atravessa com o objetivo de contribuir para a consolidação de condições, ideias e valores hegemônicos. Isso acontece pelo fato do CMI operar a partir de dois tipos de engrenagens: a primeira ligada ao capital e que se ocupa de uma sujeição econômica e, uma segunda, a que nos interessa, ligada à cultura e que se ocupa da sujeição subjetiva (GUATTARI; ROLNIK, 2011). É assim que os processos de fabricação subjetiva têm também a capacidade de perpassar pontos mais íntimos e impalpáveis dos seres humanos, engendrando desejos e modos de ser que influem “no coração dos indivíduos, em sua maneira de perceber o mundo, de se articular com o tecido

urbano” (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p. 34). Sendo assim, a subjetividade que procuramos entender converge para este campo menos concreto e mais abstrato da vida.

A subjetividade sendo vista como um elemento fabricado em meio à ambiência capitalística age sobre os indivíduos engendrando devires que, como citamos na epígrafe, formam-se para entrar em “harmonia” com o que a cerca. Colocamos a palavra harmonia entre aspas, pois ela indica uma relação positiva entre os dois lados de uma relação, mas nem sempre, nessa via de mão dupla da subjetividade e o indivíduo, o resultado é harmonioso. Muitas vezes, há movimentos de subjetivação tão violentos que provocam mutações existenciais que podemos pensar como “não harmoniosas”, nas quais se cristalizam desejos coletivos que se distanciam de um fim positivo ou algo do gênero. Guattari, na obra *Caosmose* (1992), lembra-nos sobre a revolução subjetiva que atravessou o povo iraniano nas décadas de 1980 e de 1990, na qual houve a proliferação de arcaísmos religiosos e atitudes extremamente conservadoras. Neste caso, vemos uma complexidade de atores e de instituições como o Estado, as mídias, a religião e as próprias pessoas, contribuindo voluntária ou involuntariamente para a consolidação de uma subjetividade que reproduz o conservadorismo e outros princípios ligados a ele.

Nosso objeto pode não parecer fazer parte de um processo de subjetivação que traz impactos tão visíveis como guerras, restrição de direitos e constituições de sistemas totalitários, como o caso do Irã citado anteriormente. Mas, direciona-nos para formas de sociabilidade, convívio, e para pistas sobre a subjetividade que se constitui na contemporaneidade. A construção das questões problema (postas mais a frente) levou-nos a entender que seria necessário desvendar especificidades desse objeto, e a partir delas, projetou-se o que chamamos de *subjetividade publicizada*¹, um tipo subjetivo muito próprio do contexto em que vivemos e que se caracteriza pelo estímulo constante à reflexão da vida a partir de um ponto de vista particular e individualista, voltado para o hedonismo e, principalmente, para a exploração de momentos banais, corriqueiros da vida, de modo a angular o foco tanto midiático como social para pessoas comuns e, claro, para a vida comum que elas possuem. Com esta definição, conseguimos configurar um primeiro eixo fundante que iluminou nossa construção do referencial teórico e ajudou-nos a delinear nosso objeto empírico.

A partir desses primeiros movimentos, fizemos o exercício de entender quais seriam os atos próprios desse tipo subjetivo que nos interessou para que, a partir deles, pudéssemos

¹ Esta definição será aprofundada no capítulo seguinte.

entrar em contato com o universo de ação desta faceta subjetiva. Assim, com a observação dos modos de publicização, percebemos uma reconfiguração das formas de vivenciar as experiências, que passaram a ser vividas com uma intenção adicional, a do registro. Logo, os atos próprios dessa subjetividade seriam os de produzir, de registrar, e, especialmente, de compartilhar instantes, sejam eles ligados a si ou outros assuntos externos a ele. Veja-se que é essa a variação, de tornar público, que nos interessou quando problematizamos a fabricação da subjetividade publicizada, pois ela não só produz o desejo da exibição por si só, mas cristaliza o desejo constante do compartilhamento, do *share*.

A partir da multiplicidade de formas com as quais se pode publicizar a vida, centramo-nos no campo audiovisual e, especificamente, em um gênero de vídeos que condensou essas práticas de uma maneira efetiva, o vlog. Ele tornou-se o segundo eixo fundante do nosso trabalho e, além disso, opera como contorno do *corpus* por apresentar uma coerência em relação à *subjetividade publicizada* que nos chamou atenção. Isso acontece fato dele apresentar como matéria-prima a existência por ela mesma, a exploração do fluxo da vida tanto em produções que mostram construtos cotidianos (diários) como outras que se fundam em acontecimentos isolados, mas que, da mesma forma, compõem este universo da *natureza da vida* a partir da publicização.

Adiantamos que a nossa definição de vlog não é equivalente à definição comum: vlog = videolog. Como explicamos e aprofundamos no capítulo 3, com o passar do tempo e da nossa imersão no YouTube, percebemos que o termo vlog era utilizado para sinalizar um gênero específico de vídeos, e não mais para sinalizar em que espaço eles estavam sendo postados (videolog). Foi a partir desta descoberta que nos empenhamos em desenvolver uma definição própria sobre vlog. Para isso, buscamos inspiração nas próprias produções audiovisuais, já que em nossa pesquisa bibliográfica não encontramos autores que conceituassem vlog do modo como estamos entendendo nesta pesquisa. Essa perspectiva pode ser vista de duas formas: como limitadora, ao passo que não partimos de nenhum autor que nos dê base sobre este termo, ou de forma inovadora, pois foi por meio dessa dificuldade inicial que partimos para a criação da nossa própria definição de vlog. Sendo assim, nosso objeto de pesquisa é a subjetividade publicizada e o objeto empírico constitui-se em um conjunto de vlogs publicados no YouTube que tem por temática eventos da vida.

Com este contorno do objeto e o contato constante com as abordagens e conteúdos explorados nos vlogs, percebemos que é interessante e necessário que o leitor tenha, daqui para frente, uma visão aberta com relação aos vídeos. Assim, ele poderá acompanhar nosso

trajeto na observação de um objeto empírico que da mesma forma que pode dar margem para juízos de valor, pode oferecer pistas valiosas no entendimento de práticas contemporâneas audiovisuais.

Para estabelecer a conexão teórica entre o objeto de pesquisa e o objeto empírico, fundamos o terceiro eixo que diz respeito aos incitamentos e estímulos vindos do contexto tecno-imagético especificamente. Essa escolha deu-se por dois motivos: por acreditarmos que a via da exteriorização e, principalmente da publicização, consolidam-se com a ação da tecnologia imagética combinada ao contexto digital, tornando-se elementos potencializadores da prática que nos interessa; segundo, observamos atentamente essa questão pelo viés comunicacional que assumimos nesta pesquisa. Procuramos focar na tecnologia imagética porque é a partir dela que o objeto empírico da pesquisa, o vlog, é realizado. Por ser oriundo dessa matriz digital, este material possui uma série de especificidades que o torna diferente das produções feitas a partir de tecnologia analógica.

1.1 CONHECENDO AS MOTIVAÇÕES DA PESQUISA

Para conhecer o objeto que esta pesquisa propõe-se a estudar e as escolhas metodológicas, acreditamos ser importante contar alguns pontos do trajeto do pesquisador. Além dos agradecimentos este é o único momento em que escrevo em primeira pessoa no intuito de contextualizar o leitor dessa dissertação dos movimentos que me trouxeram até aqui.

Começo falando um pouco sobre minha afeição por audiovisuais de internet e pelo YouTube que teve início ainda na graduação (2008) e renderam-me o trabalho de conclusão de curso e dois anos na iniciação científica. Na ocasião, como bolsista, fui acolhida por uma linha de pesquisa que tinha como um dos seus interesses o audiovisual, além de uma perspectiva teórico-metodológica totalmente nova para mim e que me iniciou no pensamento pós-estruturalista que, como falo a seguir, mantém-se como uma escolha agora, no mestrado. Tendo contato com autores como Henri Bergson, Vilém Flusser, Walter Benjamin, Jacques Derrida, meu posicionamento teórico foi sendo maturado, mesmo que no início, em 2009 (entrada na iniciação científica), isso ainda não estivesse tão claro. Lembro-me que as aulas na pós-graduação eram cheias de dúvidas e muitas vezes eu saía dos encontros não entendendo quase nada do que havia sido discutido. Hoje, olhando para trás, com um passo mais à frente, vejo que este “não entender” da época foi crucial para que os princípios fossem sendo lentamente armazenados para um resgate futuro.

A partir de um estímulo constante de observar meus afetos e trazê-los para perto da pesquisa, fui buscar no meu entretenimento diário um objeto para observar. Foi o que aconteceu no trabalho de conclusão e o que acontece com o objeto empírico atual. Minha prática constante de passar horas vendo vídeos no YouTube tornou-se algo que me afetou além do lazer, quando observei pessoas mostrando seu cotidiano por meio de vídeos, e outras, como eu, investindo tempo em vê-los.

Para mim, sempre foi estranho e difícil falar sobre minhas reflexões, sentimentos, e realidade familiar, eu só dividia estes assuntos com pessoas que eram próximas a mim, ou seja, amigos. Ver estas pessoas com uma naturalidade imagética tão grande e, acima de tudo, querendo mostrar suas vidas e serem vistas por desconhecidos realmente provocou-me um desconforto e uma vontade de entender que fenômeno era aquele que estava se formando. Foi assim que o objeto de pesquisa começou a tomar forma e passou a ser pensado gradativamente ao longo dos dois anos de curso.

De uma forma geral, minhas motivações para a realização desta pesquisa partiram da trajetória acadêmica, que, mesmo sendo breve, sempre me impulsionou a pensar sobre objetos que compõem o nosso universo de vida, nossos afetos. Com isso fazendo parte dos meus princípios, a decisão por estudar o YouTube e as práticas que ganham vida e sentido a partir dele, foi apenas um resultado desta motivação.

1.2 QUESTÕES PROBLEMA, OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA

É importante observar que os eixos sustentadores da proposta de pesquisa foram tomando contorno no trajeto realizado ao longo de dois anos. Isso implica alterações de percurso, desvios teóricos e metodológicos, reavaliação constante. Dessa maneira, a questão direcionadora que se focava na intimidade² no início da pesquisa, passou a organizar-se sobre a subjetividade, da mesma forma que a inspiração metodológica da cartografia foi aprofundada e a demarcação dos vídeos a serem estudados que, inicialmente, era imprecisa, ganhou uma definição.

Assim, a partir da perspectiva teórica apresentada, aliada às minhas motivações de pesquisa, ao procedimento metodológico adotado (abordado adiante) e com a troca constante

² Ao iniciarmos nosso trajeto tínhamos como foco a intimidade e como ela se configurava neste novo contexto tecnológico, das novas mídias e redes sociais. A partir do progresso do estudo reorganizamos nosso foco e direcionamos nosso olhar para outro ângulo, chegando ao que está disposto nessas linhas.

com outras figuras centrais na construção desta pesquisa, houve a invenção³ de algumas questões problema: *Que subjetividade constitui-se por meio de vlogs do YouTube; o que a conexão de múltiplos vlogs mostra-nos sobre a prática de publicização da vida; que construtos sobre o fluxo da vida são constituídos nestes materiais.*

Para responder estas questões, fez-se o exercício de delinear algumas metas que a pesquisa propõe-se a alcançar não no sentido de delimitar as processualidades do estudo, mas sim de apresentar uma organização do que se pretende fazer ao longo do desenvolvimento da dissertação:

- Compreender o processo de constituição da subjetividade contemporânea na relação com a produção audiovisual amadora de internet;
- Averiguar os pontos de intensidade (platôs) que se formam nessa multiplicidade de vlogs e mapear suas conexões para o entendimento sobre como a subjetividade opera nos materiais empíricos;
- Identificar e compreender que construtos sobre a natureza da vida surgem com a prática dos vlogs;
- Aprender se, na realização do desejo de publicização, há produções audiovisuais que se comportam como processos de singularização, linhas de fuga e compreender porque elas são formas de resistência.

Ao nos depararmos com essas metas e com outros movimentos realizados durante nosso trajeto, como a construção do estado da arte⁴, visualizamos a justificativa para a realização deste estudo concentrando-se na urgência de pesquisas que discutam movimentos contemporâneos como este, o da publicização da vida. Além disso, vemos uma necessidade de pesquisadores que vejam estes materiais com olhares otimistas, aceitando sua existência e procurando nas suas mais simples manifestações traços do tempo em que vivemos.

³ Segundo Deleuze (1999), os problemas na sociedade, em sua maioria, são dados, ou seja, eles são impostos aos indivíduos com este dever de resolução implícito. Este movimento de distribuição dos problemas e das suas respectivas respostas leva-nos a um regime de escravidão e a verdadeira liberdade estaria no poder de decisão e da constituição dos nossos próprios problemas (DELEUZE, 1999). O importante seria, então, saber colocar o problema e não apenas diretamente resolvê-lo. Saber formulá-lo envolve uma invenção, o que é diferente da descoberta. “A descoberta incide sobre o que já existe, atualmente ou virtualmente; portanto cedo ou tarde seguramente ela vem. A invenção dá o ser ao que não era, podendo nunca ter vindo” (DELEUZE, 1999, p. 09).

⁴ O Estado da Arte desta pesquisa foi realizado para a etapa da qualificação e estava voltado para um escopo de observação diferente do que adotamos agora na versão final. Por esse motivo ele não foi anexado à dissertação, mas ainda cintila questões importantes para nos situar no panorama das pesquisas em Comunicação que se aproximam da nossa temática.

Como dissemos na abertura deste texto, a principal contribuição alcançada com a pesquisa é o entendimento de que as superfícies midiáticas de uma época podem dizer muito sobre a subjetividade que as rodeia. Por essa razão, o desenvolvimento do nosso entendimento sobre a *subjetividade publicizada* torna-se uma contribuição relevante.

Ao Programa de Pós-Graduação da UFRGS e à Linha de Pesquisa Linguagem e Culturas da Imagem, este trabalho faz-se importante por trazer uma discussão acerca do audiovisual de internet, tentando apreender com mais intensidade o gênero vlog. Como superfície midiática que é, ele nos ajuda a contornar e mapear os possíveis caminhos para chegar à subjetividade que problematizamos aqui.

1.3 INSPIRAÇÃO METODOLÓGICA

Assim como Guattari configurou-se como um autor base para nossa discussão de fundo, ele também dá luz ao nosso processo metodológico. Essa percepção inicia-se a partir do momento em que somos tocados pela palavra *entre* que, no caso das considerações teóricas sobre a subjetividade, assinala o estado processual da fabricação subjetiva que se dá na conexão de múltiplas esferas. Já no campo metodológico, esse termo torna-se inspirador no sentido de encararmos o processo de construção acadêmica como uma troca constante, tanto com os autores, as teorias e materiais, quanto com os colegas de trabalho e mestres. Ao atentarmos para isso, percebemos que o fazer científico é paulatinamente acometido por momentos de dificuldade, de angústia, de caos, oriundos dessa condição de *entre* na qual nos embrenhamos ao passo que nos tornamos pesquisadores.

Ignorar a existência destas crises é negar também o progresso que surge com essas rupturas, que são extremamente produtivas para a escrita e o desenvolvimento da pesquisa. Por essa razão, escolhemos a epígrafe que abre esta dissertação, pois ela retrata-nos muito bem, tanto por refletir nosso posicionamento sobre o processo acadêmico, quanto pela escolha metodológica, que entre todas as características aceita e pede essa aposta mais subjetiva, mais sensitiva, comportando movimentos múltiplos.

A Cartografia, procedimento metodológico que nos inspira, opera com o objetivo de pensar os fenômenos, os conceitos, não a partir de dualidades e formas hierárquicas, mas sim de forma múltipla, sempre com o intuito de acompanhar o objeto ao invés de representá-lo. Com ela, temos a oportunidade de acompanhar os traçados deixados pelos vídeos que compõem nosso universo de observáveis e estabelecer conexões entre eles. Este é o papel do cartógrafo, acompanhar uma paisagem ao passo que ela vai se constituindo (KASTRUP,

2007). O acompanhamento dessa paisagem resulta na criação de um mapa que dá a ver as configurações, as intensidades, os fluxos, os ritmos, dos materiais empíricos.

Nesta pesquisa, a cartografia que nos inspira é vinda de Deleuze e Guattari e configura-se como procedimento guarda-chuva, ou seja, que tem a potencialidade de articular-se com outros procedimentos para a realização do exame atento dos materiais coletados, ao mesmo tempo em que contorna estas escolhas. Vale alertar que a cartografia, apesar de já teorizada, não traz consigo nenhum regulamento de modo de uso ou que nos ensine o passo a passo para aplicá-la, isso porque ela não se configura como uma metodologia/método estruturado que serve de modelo para ser utilizado. A cartografia, como dito anteriormente, realiza-se no percurso, cada cartógrafo desenrola seu novelo e vai ao encontro da invenção do objeto, da pesquisa e do próprio texto. Por este motivo, foi interessante utilizar como referência a experiência de outros cartógrafos como Suely Rolnik, Virgínia Kastrup, entre outros, para observar que há uma processualidade para cada um.

Inspiramo-nos nas quatro variações de atenção propostas por Kastrup (2007) para o auxílio no modo de organização do pensamento cartográfico. Trata-se do *rastreio*, *toque*, *pouso* e *reconhecimento atento*, movimentos que serão aprofundados no capítulo 3, destinado à cartografia. O que é importante esclarecer, desde agora, é que o uso destas variações implica a reflexão sobre os modos da atenção do cartógrafo e, como tal, fazem-nos pensar sobre algumas fases da pesquisa. Percebemos que é de bom tom que os critérios utilizados nessas etapas seletivas, sejam elas de escopo teórico ou empírico, não sufoquem o pesquisador a ponto de não o deixar dar atenção a seus afetos. Vejam que essa perspectiva pode ser vista como algo pouco científico ou que torna a cartografia um procedimento que não apresenta rigor. Mas, a grande diferença em utilizá-la é que, com ela, o cartógrafo pode criar, inventar e estipular seus critérios de busca e de seleção e, com isso, seu próprio trajeto. Ao contrário do paradigma do método que determina abordagens padronizadas e pré-estabelecidas para um universo de pesquisas múltiplas (ROSÁRIO; AGUIAR, 2012). A partir do momento em que este cartógrafo estipula suas metas e maneiras de pesquisar ele segue com rigor aos seus princípios.

A partir das contribuições de Deleuze e Guattari sobre a cartografia e dos seus respectivos leitores, foi possível buscar inspiração para uma jornada cartográfica que abrangeu o exame atento de 31 vídeos, os quais deram vida a seis platôs: Cotidiano, Família, Monólogo, Empatia, Técnica Audiovisual e Corpo. Entendemos platôs como zonas de

intensidade que reúnem ritmos moventes e, por tal motivo, podem conectar-se e estabelecer ligações que dão a ver um complexo de nós, uma rede (KASTRUP, 2013).

Este total de vídeos (31) surgiu a partir dos quatro movimentos propostos por Kastrup, e passaram intensamente pelo procedimento metodológico auxiliar proposto por Flusser (2002), o *scanning conceitual*. Para evitar repetições de elementos optamos por um trabalho mais focalizado em 20 destes 31, que pode ser visto ao longo dos capítulos 3 e 4 desta dissertação. Os outros 11 vídeos, da mesma forma, passaram pelos procedimentos, mas ficaram dispostos apenas no mapa (Figura 29) e no esquema que construímos (Figura 30). Pensando nisso, nos processos criativos que tivemos e na possível dificuldade de visualização e entendimento sobre os vídeos elaboramos um Guia Cartográfico que tem como objetivo esclarecer nosso processo cartográfico.

Vale lembrar que pelo fato da cartografia posicionar-se como um procedimento guarda-chuva e que inspira esta pesquisa, ela pode abrigar outros procedimentos para o alcance de objetivos específicos. No nosso caso, o *scanning* proporcionou uma visualização circular das imagens, que se assemelha a uma varredura (FLUSSER, 2002). A partir dele, é possível identificar códigos sobre a subjetividade publicizada que queremos entender.

1.4 GUIA DA PESQUISA

Esta dissertação conta com cinco capítulos, os quais receberam nomes que remetem a uma viagem, a viagem que tivemos a oportunidade de realizar nestes dois anos de curso. Sendo assim, sistematizamos nosso pensamento da seguinte forma:

1 – Decidindo Destinos – Esclarecendo a Pesquisa: Este capítulo é introdutório, no qual apresentamos a pesquisa, suas metas, justificativa, questões problema e motivações.

2 – Fazendo as Malas – Incitamentos Tecno-imagéticos para a Fabricação de uma Subjetividade Publicizada: Este capítulo traz nosso referencial teórico dividido em três subcapítulos. Destinamos o primeiro para falar sobre a perspectiva teórica de Guattari sobre a subjetividade, aprofundando conceitos e a visão do autor acerca da fabricação subjetiva que nos dá condições de ver o campo midiático e tecnológico como esferas importantes na formação da subjetividade. A partir disso, construímos o segundo subcapítulo, no qual nos direcionamos para as contribuições que a tecnologia imagética e as novas mídias têm em nossa problematização e, ao fim, no terceiro subcapítulo, chegamos à formulação da definição de *subjetividade publicizada*, constituída a partir dos avanços feitos nos subcapítulos anteriores.

3 – Caminhos Metodológicos: Após a construção do referencial teórico, passamos a delinear o procedimento metodológico utilizado neste estudo, bem como o contorno do corpus (vlog).

Guia Cartográfico: Nossa intenção foi reunir em um material “móvel” todas as informações necessárias para a visualização e entendimento da cartografia. O leitor pode utilizar o guia do texto (ele está no apêndice A deste trabalho) e o usar ao mesmo tempo em que lê o capítulo 4. Essa alternativa mostra-se importante pelo fato de o guia apresentar pequenos resumos de cada vídeo, com informações como duração, a quem pertencem e as principais características destes audiovisuais. Seu uso é obrigatório para o leitor entender como organizamos a cartografia e para a facilitação do reconhecimento dos vídeos, já que há cruzamentos e conexões entre eles. Além disso, o guia traz todas as informações necessárias sobre o mapa das conexões que construímos e do esquema das mesmas conexões, dispostos ao final da dissertação.

4 – Encontros – Conexões Cartográficas: Este é o capítulo no qual realizamos a cartografia dos materiais. Nele, preferimos falar de cada vídeo que foi submetido ao *scanning* e encadear o texto a partir dos sentidos que surgiram deles. Em outras palavras, não necessariamente escrevemos de forma pausada, dirigindo-nos a um vídeo de cada vez, procuramos construir um texto que foi se constituindo ao passo que realizávamos o procedimento.

5 – Despedidas – Sobrevoos Final: Aqui, fazemos um último esforço de retomar as principais contribuições da pesquisa, o que a cartografia trouxe para entender nosso objeto de pesquisa e nossas impressões sobre o processo acadêmico. Vemos este último passo como um verdadeiro sobrevoos, no qual tivemos a oportunidade de rever, de longe, as etapas da pesquisa e seus resultados.

Esclarecemos que, geralmente, a ordem de importância apresentada em pesquisas acadêmicas acaba reservando para o final dos trabalhos as descobertas mais interessantes e inovadoras. No nosso caso, transpusemos essa ordem, de modo que o que está por último, ou seja, os vídeos, os platôs, e suas respectivas conexões, foi o que nos deu fôlego e base para que construíssemos nossas contribuições teóricas, como a definição de vlog e de subjetividade publicizada. Em outras palavras foi o encontro com os materiais empíricos que nos permitiu avançar também no campo teórico, e assim, criar nossas mais valiosas contribuições, que não estão ao final deste texto e sim, em outras partes.

2 FAZENDO AS MALAS - INCITAMENTOS TECNO-IMAGÉTICOS PARA A FABRICAÇÃO DE UMA SUBJETIVIDADE PUBLICIZADA

*“A única finalidade aceitável das atividades humanas é a produção de uma subjetividade que enriqueça de modo contínuo sua relação com o mundo.”
Félix Guattari (1992, p.33).*

Depois de anos de uma tradição de estudos sobre a subjetividade baseados em problemas de cunho inatista e com um raio de observação que considerava a família e algumas poucas outras instituições na constituição do sujeito, a visão do psicanalista e filósofo francês Félix Guattari vem conferir outras perspectivas a ela. Na obra *Caosmose* (1992), o autor afirma que os estudos desenvolvidos pela psicanálise apresentavam limitações, já que reduziam as discussões sobre a subjetividade aos mecanismos psicológicos apenas, deixando de lado outros aspectos que podiam funcionar como fortes influenciadores nessa formação. Sendo assim, vendo outras possibilidades de observação, além das “faculdades da alma”, o filósofo propôs uma visão mais transversalista, reconhecendo que a subjetividade é algo plural, polifônico, e que se constitui a partir do que ele chamou de “*amarrações territorializadas idiossincráticas* (Territórios Existenciais) e de sistemas de valor (Universos Incorporais)” (GUATTARI, 1992, p. 14). Assim, “as máquinas sociais, *mass* mediáticas, linguísticas aliadas a outras que podem não ser qualificadas como humanas” (GUATTARI, 1992, pg. 20), tem a capacidade de incidir sobre a constituição desta subjetividade.

Nesta reflexão sobre os componentes dos processos de subjetivação, Guattari ainda faz a seguinte questão: “devem-se tomar as produções semióticas dos *mass* mídias, da informática, da telemática, da robótica etc... fora da subjetividade psicológica?”. Ele responde, “penso que não” (1992, p.14). Esta reflexão do autor tem grande importância neste trabalho, pois é a partir dela que se funda a configuração deste capítulo. Ele foi construído tendo em vista essa visão, de que o contexto tecnológico, informacional e comunicacional, na sua realização como máquina concreta (fios, cabos, celulares, câmera, etc.) e como máquina abstrata (devires que não podem ser tratados como formas ou materialidades), constitui-se como elemento que contribui para a formação de sistemas modelizantes que geram sentidos, desejos, práticas sociais e que dão origem a uma subjetividade específica. Assim, vemos a fabricação subjetiva como uma questão de fundo que será tratada no primeiro subcapítulo deste referencial teórico.

Duas autoras brasileiras, Paula Sibilia (2008) e Fernanda Bruno (2004), separadamente, já teorizaram sobre este contexto subjetivo contemporâneo e tiveram como resultado o conceito de *subjetividade exteriorizada*. Trata-se do oposto de uma subjetividade *introduzida*, ou seja, aquela que se baseava muito mais nas práticas privadas do que nas públicas (BRUNO, 2004). As autoras não partem do mesmo ponto de vista de Guattari, mas cooperam para a reflexão sobre a subjetividade contemporânea. O que fizemos foi tomar essa contribuição como um princípio para observar que subjetividade é essa mostrada nos audiovisuais estudados. Ela exhibe-se? Sim, mas, além disso, ela é atravessada por outras características que queremos explorar ao passo que nos debruçamos sobre os materiais empíricos. Então, o conceito das autoras coloca-se como abertura teórica e não como ponto de chegada. Dessa forma, passamos a nominar o aspecto que compõe o objeto de estudo como *subjetividade publicizada*, apreciação que pretendemos desenvolver ao longo do trabalho.

Quando entendemos que a subjetividade é atravessada por outros aspectos que vão além da exibição, referimo-nos também a todo o contexto tecnológico em que vivemos e aos incitamentos oriundos disso. Para problematizar essas questões, no segundo subcapítulo, detemo-nos sobre a intensificação das relações humano-máquina, o desenvolvimento das novas mídias (MANOVICH, 2001), bem como o que elas representam culturalmente. Cremos que a partir do momento em que o indivíduo aprende a utilizar um aparelho⁵, dispõe de um ambiente propício para a divulgação constante de suas produções, recebe incentivos para isso, e, além de tudo, vê as mídias resultantes desse processo como parte do seu cotidiano, podemos dizer que ele passa a encarar o mundo de outra forma, produzindo imagens de si mesmo para alcançar essa “harmonia” com o contexto em que vive.

É importante dizer que a esfera tecnológica opera como uma vertente que compõe um labirinto de forças que fabrica a subjetividade que, como dissemos anteriormente, é constituída em meio a uma multiplicidade de fatores humanos e não humanos. Vale destacar ainda que são muitos os aspectos que contribuem para esta fabricação e por uma questão de foco e de adequação para esta pesquisa restringimo-nos a tratar a tecnologia pelo seu viés comunicacional.

O subcapítulo terceiro é a ponte para a etapa cartográfica desta dissertação. Nele, encontram-se as reflexões sobre que subjetividade é essa que resulta de todos estes incitamentos, sobre como ela comporta-se na contemporaneidade e que relações podemos fazer entre ela e outros momentos históricos, nos quais se observa não os mesmos

⁵ Aqui, entende-se aparelho a partir do viés de Vilém Flusser, autor que será apresentado e problematizado adiante.

movimentos culturais da atualidade, mas sim momentos que cintilam rupturas da relação do homem com a sua privacidade, intimidade e cotidiano.

2.1 FABRICAÇÃO DE SUBJETIVIDADES, UMA QUESTÃO DE FUNDO

Para começar esta seção, acreditamos ser importante discutir sobre o que é a subjetividade a partir da visão de Félix Guattari (2011). Segundo ele, ela não implica uma posse única de um indivíduo, mas sim uma produção que se dá em continuidade, ao passo que vivenciamos nossas experiências de vida. Isso acontece pelo fato de que, em cada encontro com o outro, com a natureza, com as mídias e, com instituições que estão a nossa volta, são produzidos efeitos sentidos em nossos corpos e que afetam nossa maneira de viver. Isso seria a subjetividade: modos de ver o mundo, algo não totalitário e não centralizado, mas que se constitui no *entre*.

É importante destacar que a subjetividade é formada a partir de uma cultura, de um contexto, de uma ambiência que engendra certos tipos de sistemas modelizantes, máquinas produtivas que se instauram edificando uma subjetividade que, dentre diversas características possíveis, desenvolveu a de se publicizar, de se expor, e de observar a exposição do próximo. Pretendemos considerar essa questão mais à frente quando estes conceitos estiverem desenvolvidos.

A partir desta primeira definição sobre a subjetividade, esclarecemos que Guattari (2011), especificamente, investigou a subjetividade formada no contexto do Capitalismo Mundial Integrado (CMI). Este sistema difere dos anteriores - “pré-capitalistas” ou “arcaicos” - por abranger máquinas diferenciadas, além de alcançar um leque de alvos produtivos bem maior do que o apresentado em outros contextos. Estes últimos (alvos produtivos) funcionam segundo duas dimensões, a econômica e a subjetiva, passando a englobar todo e qualquer tipo de atividade, até aquelas que formalmente não pertencem ao campo do trabalho tradicional. Logo, neste contexto, os postos de trabalho passam a não se resumir mais aos locais industriais apenas, mas se expandem para territórios como o da vida doméstica, o da escola, dos esportes e para outros tipos de esferas que não se configuravam como produtivas e de grande valia para outros sistemas. Mas que agora são rentáveis e de suma importância para a consolidação do modelo do CMI.

Estes trabalhos que surgem nos postos aparentemente mais informais dão-se de maneira transparente, ou seja, muitas vezes nem se percebe que nestes ambientes se está trabalhando em prol do CMI, em prol da constituição e consolidação de uma subjetividade.

Sendo assim, a partir dessa atuação camuflada, cria-se uma lógica de produção que se retroalimenta, pois mesmo que existam indivíduos não “aptos” para exercerem a função de mão-de-obra em um trabalho tradicional, eles estarão preparados para reproduzir uma subjetividade que se formou no seu contato constante com as instituições citadas acima, nos “postos informais de trabalho”. Isso faz com que o sistema (CMI) incida de forma ainda mais poderosa na sociedade, justamente por funcionar disfarçadamente.

Este discurso sobre o capitalismo pode até, erroneamente, ser visto como próximo de uma questão marxista, por justamente discutir acerca destas formações sociais, mas o que diferencia realmente a perspectiva guattariana da de Marx é seu viés psicológico e psicanalítico, frutos da formação do autor. Sendo assim, não vemos as ações do CMI impactando apenas nas esferas do trabalho, ou da sociedade, mas, acima de tudo, afetando aquilo que se dá num campo de difícil alcance, que engloba o que “acontece conosco quando sonhamos, quando devaneamos, quando fantasiemos, quando nos apaixonamos, e assim por diante (p. 22)”, e mais ainda:

A ordem capitalística produz os modos das relações humanas até em suas representações inconscientes: os modos que se trabalha, como se é ensinado, como se ama, como se transa, como se fala, e não para por aí. Ela fabrica a relação com a produção, com a natureza, com os fatos, com o movimento, com o corpo, com a alimentação, com o presente, com o passado e com o futuro – em suma, ela fabrica a relação do homem com o mundo e consigo mesmo. Aceitamos tudo isso porque partimos do pressuposto de que esta é “a” ordem do mundo, ordem que não pode ser tocada sem que se comprometa a própria ideia de vida social organizada (GUATTARI, ROLNIK, 2011, p. 51).

Somos embebidos em um contexto que nos coage sem que percebamos, que nos toma de maneira tão complexa que nos leva a agir, pensar e ver o mundo a partir de uma determinada forma que faz parte de uma ordem maquínica constituinte do CMI. Tudo o que parece estar fora desta ordem é rotulado como caótico, errado e nocivo, mas o que parece estar de acordo com ela, mesmo que de difícil compreensão, é melhor aceito e reproduzido, pois faz parte da ordem vigente na qual a sociedade insere-se.

Este trabalho destina-se a estudar um dos resultados desses atravessamentos provocados pela ordem do CMI que diz respeito a uma subjetividade que passa a publicizar a vida em diversos estratos e configurações, tão múltiplas e complexas como as conexões que lhe deram origem. As formas de ação desse processo de subjetivação atualizam-se em constantes estímulos e criações de desejos e necessidades, como a de precisarmos estar cada vez mais conectados à internet, de fazer parte de redes sociais, de produzir fotos, vídeos,

textos, áudios, sobre assuntos do mundo ou sobre nós mesmos. São tantas coisas a que somos incitados a produzir que nossa vida, privacidade e cotidiano passam a habitar campos midiáticos abrangentes, como a internet.

Assim como dissemos que a consolidação de uma subjetividade publicizada é compatível ao momento de instauração de uma ordem ou sistema modelizante, há, na sociedade ocidental contemporânea, algumas lógicas que se sobrepõem a outras e levam os indivíduos a agirem e pensarem de forma específica. Uma que identificamos (mesmo não tendo relação direta com o objeto da pesquisa) é a produção maquínica da ideia de corpo perfeito, a qual promove o culto ao corpo magro, por exemplo. São diversas as indústrias que investem e ganham com a proliferação desta ideia, como: a indústria farmacológica, que, a cada dia, coloca no mercado novos produtos para o emagrecimento; a indústria de roupas que divulga e comercializa produtos para corpos esguios, deixando para a moda chamada *plus size* – produtos com o tamanho acima da média - apenas um nicho de mercado ainda pouco explorado, entre outras. Essas são algumas das máquinas concretas e abstratas que acabam alimentando essa ordem da magreza por meio destas “mensagens” propagadas na mídia de forma geral por estes incitamentos citados acima, que parecem ser sutis, mas que juntos e somados a outras máquinas provocam um efeito considerável.

As grandes máquinas de controle social também operam na esfera das construções políticas, econômicas, sociais, inclusive no campo ideológico (GUATTARI, ROLNIK, 2011). Os modos pelos quais os indivíduos vivem essa subjetividade que, como já afirmamos, incide em múltiplos aspectos da vida e oscila entre dois extremos: de um lado, está o sujeito que desenvolve uma resposta que tende para a alienação, na qual se recebe o impacto desta subjetividade de maneira submissa; do outro, há o sujeito que trafega por territórios subjetivos alheios ao sistema e que configura seus atos como modos de resistência, de ruptura. Isso seria o que Guattari (2011) chama de processos de singularização que se dão a partir do ato de captar os elementos do contexto da subjetividade e construir uma referência própria sobre eles, em outras palavras engendrar devires que são minoritários.

Recusar todos esses modos de encodificação preestabelecidos, todos esses modos de manipulação e de telecomando, recusá-los para construir modos de sensibilidade, modos de relação com o outro, modos de produção, modos de criatividade que produzam uma subjetividade singular (GUATTARI, ROLNIK, 2011, p. 22).

Podemos ver estes processos de singularização em movimentos que se encontram nas bordas do sistema, que ainda não se configuraram como práticas massivas, ou que apenas

assinalam grandes chances para o surgimento de criações que preservam a autonomia do sujeito em relação ao sistema. No caso do nosso objeto, vlogs que mostram o cotidiano e a vida em fluxo, identificamos um processo no qual a prática de se expor configurava-se como algo novo e com potência inventiva, mas que, com o passar do tempo, passou a ser não mais algo da borda, mas sim do centro. Estamos falando do deslocamento do YouTube de uma plataforma que se configurava apenas como um repositório de vídeos (2005) para a rede social que se tornou hoje. Essa mudança também afetou as produções que compõem o canal, modificando-as de materiais de uso restrito para materiais com potência para grandes visualizações, como se constituem hoje os audiovisuais postados no site.

Em 2005, por exemplo, a prática da publicização da vida por meio de vídeos era ainda pouco explorada e apresentava-se como um comportamento de borda, que pertencia a um território marginalizado. Dizemos isso, primeiro pelo fato de a tecnologia imagética não estar tão difundida entre os indivíduos como vemos hoje, bem como o acesso à internet mais restrito do que é atualmente⁶. Sendo assim, no início do YouTube, as produções eram menos controladas, geravam muito menos referências de realização, configurando-se como movimentos de ruptura com relação aos modos tradicionais de exposição da vida como os realizados pela televisão, pela imprensa e até mesmo pelo cinema.

Além de ser uma ruptura em relação às produções mais comerciais, em meados de 2005, os vlogs estabeleceram-se como “novidade” por apresentarem uma proposta de mostrar a vida privada de indivíduos comuns, indo contra as práticas desenvolvidas naquela época de explorar o íntimo de celebridades, de pessoas famosas apenas. Os projetos que se aproximavam desta ideia de revelar a vida de pessoas comuns eram os reality shows como o Big Brother Brasil, que começaram suas produções no país nos anos 2000.

Por outro lado, hoje, o que ocorre parece ser uma alienação que transborda no cotidiano que é diretamente proporcional às respostas submissas a que Guattari refere-se. Podemos constatar isso todas as vezes que nos deparamos com o constante crescimento da venda e compra de aparelhos (celulares, câmeras, *tablets*) que são produtores de imagens, bem como quando nos deparamos com a constante “necessidade” de fazer parte da rotina digital que inclui visitar sites específicos todos os dias, observar o *feed* de notícias das redes

⁶ Fazemos as devidas ressalvas sobre a disponibilização de dispositivos e aparelhos que não se realiza de forma igualitária. Mas, ainda com essa noção, podemos afirmar que há uma grande difusão destes dois elementos no mundo (aparelhos e internet) com base em pesquisas, como a realizada pelo Ibope, que mostra que só no Brasil o número de pessoas com acesso à internet em casa cresceu 4% só no terceiro trimestre de 2013, resultando em 76,6 milhões de pessoas com possibilidade de conexão. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/numero-de-pessoas-com-acesso-a-internet-no-brasil-chega-a-105-milhoes.aspx>>.

sociais, e claro divulgar algo, produzir, fazer-se presente nesse ambiente. Essa necessidade é criada visando não apenas o espectador, mas também o produtor de conteúdo que busca público para as suas postagens. A produção audiovisual sobre a vida privada e o cotidiano é apenas mais uma das formas de responder ao que a subjetividade contemporânea incita nas suas instâncias diversificadas.

É importante notar que os processos de singularização, ou seja, os movimentos de resistência e criação, não são bem aceitos pela subjetividade capitalística, porque podem ser o gatilho de mutações nos sistemas dominantes, levando a possíveis revoluções ou modificações a níveis *molares*. Mas, é também verdade que estes processos podem nem sempre representar revoluções tão paradigmáticas assim, e sim permanecer nos estratos micro, como o da criança que não se adapta ao sistema escolar e gera outros mecanismos no processo de aprendizagem, ou no caso dos doentes mentais que pela sua condição acabam desenvolvendo suas próprias formas de ver o mundo. Uma coisa é certa, é muito difícil olhar para a ordem social vigente quando se faz parte dela.

A partir do momento em que os indivíduos adquirem essa liberdade de viver seus processos, eles passam a ter uma capacidade de ler sua própria situação e aquilo que se passa em torno deles. Essa capacidade é que vai lhes dar um mínimo de possibilidade de criação e permitir preservar exatamente esse caráter de autonomia tão importante (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p. 46).

Nas duas formas de reação, há a presença do indivíduo que, para o autor, não é a mesma coisa que a subjetividade, apesar de ser, como ela “resultado de uma produção de massa (...) serializado, registrado, modelado” (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p. 31). Acima de tudo, a subjetividade não atua sob o campo individual apenas e sim na amplitude dos processos sociais e materiais, enquanto que sujeito é um conceito que se refere muito mais ao campo individual.

O que se poderia dizer usando a linguagem da informática é que, evidentemente, um indivíduo sempre existe, mas apenas enquanto terminal; esse terminal individual se encontra na posição de consumidor de subjetividade. Ele consome sistemas de representação de sensibilidade, etc. – sistemas que não tem nada a ver com categorias naturais universais (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p. 32).

De uma forma muito didática, na obra *Cartografias do Desejo* (2011), o autor dá três exemplos sobre como esta diferença entre a subjetividade e o sujeito pode ser enxergada. Dentre elas, está o da criança que, quando pequena, passa a perceber o mundo a partir de personagens do seu território doméstico como o pai, a mãe, os irmãos, e outros entes

familiares próximos a ela que dedicam tempo para construir laços. Com a entrada de mídias como a televisão nas casas, e com a dedicação temporal para este aparelho, as crianças passaram a constituir seu universo referencial também a partir da televisão e o que surge dela, ou seja, terão toda a subjetividade também modelizada pelo aparelho. As crianças, então, seriam este sujeito que vê televisão, e toda a sua percepção sobre ela e sobre o mundo é originária da subjetividade.

Quanto maior o contato com a obra deste autor e de seus leitores mais claro fica que um dos maiores desafios de se estudar a subjetividade pelo viés guattariano é o vocabulário e a forma de construção textual adotada pelo autor. Os conceitos utilizados possuem uma usabilidade no cotidiano que faz com que nós, leitores, criemos significados próprios para eles. Pensemos em identidade, singularidade e a própria subjetividade, convivemos com o uso destas palavras a todo instante e, com a entrada no universo da problemática de Guattari, elas ganham novos contornos e complexidades.

A identidade e a singularidade, conceitos passíveis dessa confusão, tendo em vista suas apropriações comuns, têm uma diferença importante para Guattari. A singularidade estaria ligada à subjetividade, a algo mais existencial.

Tem a ver, sim com a maneira como em princípio todos os elementos que constituem o ego funcionam e se articulam; ou seja, com a maneira que como a gente sente, como a gente respira, como a gente tem ou não vontade de falar, de estar aqui ou de ir embora (GUATTARI, ROLNIK, 2011, p.80).

Já a identidade tem sua gênese na personificação, em outras palavras é onde se atualizam os modos de ver o mundo de uma forma geral. Vejamos, um *videologger* convive com todos os tipos de referências sobre audiovisual dispostos em seu contexto, no entanto, ele pode relacionar-se com este complexo de referências de forma singular e vamos reconhecer este processo criativo – que se passa no âmbito da subjetividade – nos seus modos de identificação. Sendo assim, com essa diferença entre os conceitos, problematizamos no subcapítulo seguinte alguns elementos que contribuem para a formação de sistemas modelizantes que ajudam a engendrar uma subjetividade que vai ser observada no nível da identidade, ou seja, nas pistas que os indivíduos deixam a partir da expressão, das formas de comportamento que aparecem nos vídeos. Respondendo à pergunta que iniciou esta apresentação de conceitos, trazemos o contexto tecnológico (tecnologia imagética, internet, softwares de edição) constituindo-se como elemento que abala nossa percepção e que contribui para a constituição de um ser que se publiciza. Sobre essa construção falaremos a seguir.

2.2 TECNOLOGIA IMAGÉTICA E NOVAS MÍDIAS, FONTES DE ESTÍMULOS

Como dissemos no subcapítulo anterior, a subjetividade constitui-se não só por componentes da relação humana, mas também por aspectos não humanos, e isso inclui as esferas da comunicação, da informática, entre outras. Por este motivo, vamos discutir como a tecnologia tornou-se um dos equipamentos coletivos de subjetivação fulcrais para a constituição da subjetividade publicizada, pois não basta ver o desenvolvimento tecnológico como “meras extensões do olhar, mas próteses da razão corrigindo a visão, ou melhor, que fundam uma nova visão, ensinando aos nossos olhos a ver” (PARENTE, 1993, p. 12). Em outras palavras, as tecnologias são parte de uma lógica complexa que nos invade e, entre outras coisas, incita-nos a comprá-las, a utilizá-las (constantemente), e também a reinterpretar alguns valores e ideias de maneira diferenciada, exatamente como Parente afirma.

Não se trata de assumir uma perspectiva apocalíptica sobre as novas tecnologias, muito menos declarar-nos como parte da visão integrada, mas sim perceber de forma crítica a complexidade do nosso tempo e compreender que “o impacto que uma tecnologia produz no imaginário de uma cultura é tão importante quando avaliar suas repercussões econômicas, sociais e materiais” (FELINTO, 2002, p. 53).

As tecnologias passaram a ser vistas como um componente capitalístico, principalmente, a partir do século XVIII quando houve um crescente desequilíbrio das relações humano-máquina (GUATTARI, 1992). A partir de então, o desenvolvimento tecnológico passou a consolidar-se não só como máquina concreta, mas também sendo capaz de engendrar máquinas abstratas a partir dele. Sabendo disso, iniciaremos nossa problemática pensando acerca da proximidade que há entre nós e os dispositivos tecnológicos de diversas naturezas que caracterizam o contexto atual. Por ora, pensemos no nosso cotidiano e tentemos visualizar nosso entorno, quantos e quais dispositivos misturam-se com nossas roupas e acessórios? Pensemos em como nos sentimos quando esquecemos algum destes dispositivos em casa ou saímos com eles sem energia armazenada suficiente para o dia. Muitas vezes o sentimento é de nudez, de solidão criado a partir da natureza fantasmagórica das tecnologias que, segundo Turkle (2007), paira sobre nós mesmo quando não estão de fato conosco.

É como se nos misturássemos com estes artefatos de modo a construir um enlace entre eles e a vida cotidiana que, agora, está a todo momento, passível de compartilhamento e de visualização por parte de conhecidos e, principalmente, de desconhecidos. Em uma simbiose

constante, as experiências vividas passam a ser a matéria-prima das relações e combustível para a consolidação deste laço “tecno-humano”.

Para ajudar-nos a entender como a tecnologia, especificamente a imagética, produto genuinamente artificial, aproxima-se do homem e conquista um espaço considerável no seu contexto social, trazemos as contribuições do filósofo tcheco Vilém Flusser. O autor discute acerca da artificialidade que rodeia os atos humanos e sobre como a cultura é capaz de transformar algo tido construído em algo “natural”. Ele afirma que a própria comunicação é um processo baseado na artificialidade, ou seja, não é natural do homem comunicar por meio de códigos: “na fala não são produzidos sons naturais, como por exemplo, no canto dos pássaros, e a escrita não é um gesto natural como a dança das abelhas” (FLUSSER, 2007, p. 89). O que é natural, segundo Flusser, é o homem apenas, vivendo sem estes códigos que as linguagens nos apresentam. A comunicação seria, então, uma das inúmeras estratégias criadas por/para o humano lidar com crises existentes ao longo da sua história.

Assim como a comunicação, há outras criações, invenções do homem, que são artificiais e que são tomadas pela sociedade por experiências naturais. Para identificá-las, o autor faz uma diferença entre os atos que são constituídos instintivamente pelos seres humanos e aqueles que são engendrados secundariamente, que não fazem parte da gama de respostas diretas aos estímulos externos ao nosso corpo. O interessante no pensamento de Flusser é que ele nota que até estes primeiros tipos de atos, pertencentes à primeira natureza, como a amamentação, o sexo, a alimentação, hoje acabam sendo atravessados por questões culturais, tornando-se parte da artificialidade, do que o autor chama de segunda natureza.

Acaba-se pensando essas práticas não só pelo seu valor instintivo, mas também pelo que a cultura produz sobre elas, o que a cultura ensina a pensar sobre elas, e essa incisão é tão forte que a noção de que há uma segunda natureza nem sempre é consciente (FLUSSER, 2007, p. 90). Assim, a subjetividade capitalística discutida por Guattari constitui-se justamente nessa não reflexão da sociedade sobre os sistemas que a rondam, gerando, então, apenas a proliferação de ideias que ensejam certos comportamentos, discursos, desejos para a sua melhor produtividade e camuflagem dos elementos artificiais. “A única finalidade aceitável das atividades humanas é a produção de uma subjetividade que enriqueça de modo contínuo sua relação com o mundo” (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p. 33). Em outras palavras, vemos que essa subjetividade que observamos faz um uso intenso das tecnologias tanto imagéticas quando de outros tipos, aprendeu a se autopromover e a viver os

acontecimentos da vida de outra forma. Agora não basta apenas vivê-los, mas também é interessante registrá-los e acima de tudo divulgá-los.

A seguir, falaremos mais especificamente de como as tecnologias imagéticas constituem-se como potentes elementos catalisadores da subjetividade publicizada.

2.2.1 Aparelhos, novas formas de perceber o mundo

Nosso conceito chave para esta discussão de *aparelho* está ancorado, mais uma vez, no pensamento do filósofo tcheco Vilém Flusser (1985). Segundo ele estas máquinas são responsáveis por um deslocamento na cultura tão importante quanto o da invenção da escrita, há mais de 3.500 anos. Vejamos o porquê. Com uma reflexão ensaística, o autor relata que na primeira quebra na estrutura da cultura, quando a linguagem escrita passou a existir e a ser utilizada, houve um novo direcionamento da sociedade para o pensamento construído a partir de uma lógica que vinha da experiência da escrita. Isso desencadeou uma percepção muito mais ligada à perspectiva linear, unidirecional, assim como acontece quando escrevemos um texto, colocando uma letra após a outra para a constituição dos vocábulos. Desta forma, houve a constituição da história crítica como forma de ver o mundo, já que ela se dá desta maneira cronológica e pontuada.

Antes disso, o homem dispunha apenas de imagens para compor seus mapas sobre o mundo em que vivia, já que “imagens são códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas” (FLUSSER, 1985, p. 7). Por isso, a invenção da escrita coloca-se como um momento cultural de quebra de paradigmas, onde o homem passa a reestruturar seus conceitos. Após décadas de consolidação dessa linguagem, acontece o que o autor chama de textolatria, ou seja, um momento de crise das sociedades no qual o uso exacerbado da linguagem escrita passa a cegar os indivíduos, não permitindo mais que eles enxerguem outras maneiras de ver o mundo, a não ser “unidirecionalmente” e linearmente.

Exemplo impressionante de textolatria é “fidelidade ao texto”, tanto nas ideologias (cristã, marxista, etc.), quanto nas ciências exatas. Tais textos passam a ser inimagináveis, como o é o universo das ciências exatas: não pode e não deve ser imaginado. No entanto, como são imagens o derradeiro significado dos conceitos, o discurso científico passa a ser composto de conceitos vazios; o universo da ciência torna-se universo vazio. A textolatria assumiu proporções críticas no percurso do século passado (FLUSSER, 1985, p. 9).

Naturalmente, em um momento de saturação da cultura há um movimento de quebra, de “limpeza” destes ruídos, como houve com a textolatria. A sociedade renova-se trazendo

outras formas de percepção sobre o mundo que encobrem aquelas que não fazem mais sentido. Assim, chegamos à segunda quebra da estrutura cultural que está relacionada à criação das imagens técnicas, imagens oriundas de aparelhos e que “inauguram um modo de ser ainda dificilmente definível” (FLUSSER, 2007, p. 04). Isso porque elas apontam para um contexto não mais industrial e sim pós-industrial, do qual ainda não temos conceitos adequados, pois estamos vivendo-o e ajudando a construir.

Então, no que estas imagens diferem daquelas que antecederam os textos historicamente, as chamadas imagens tradicionais? Elas diferem justamente pelo seu modo de criação, pelas máquinas que as criam, portadoras de uma complexidade diferenciada. No caso das imagens tradicionais, é fácil reconhecer que se trata de símbolos: há um agente humano (pintor) que se coloca entre elas e seu significado (FLUSSER, 1985). O indivíduo cria símbolos mentalmente, transfere-os para a mão munida de pincel, e de lá, registra-os na superfície imagética escolhida. Já com as imagens técnicas esse processo é menos evidente. É certo que há também essa via entre o aparelho e aquele que o opera, mas ao contrário das outras imagens, o processo codificador fica restrito aos contornos da máquina.

Somos tomados por estes aparelhos em diversos âmbitos da vida e, por isso, eles tornam-se tão naturais ao nossos olhos, como dissemos anteriormente. O interessante é que assim como houve a textolatria, o excesso da linguagem escrita com reverberações na cultura, também há a idolatria, que acontece quando o homem esquece os verdadeiros sentidos da imagem e passa a viver em prol dela (adoração), naturalizando-a e não mais usufruindo da sua funcionalidade. Dentro deste contexto o sujeito tende a converter-se em um funcionário programado e programável, que não reflete sobre os reais sentidos e funções da imagem, e apenas responde as questões colocadas pelo aparato técnico.

O pesquisador brasileiro Arlindo Machado (2007) alerta que acabamos nos tornando cada vez mais operadores dessas máquinas, apertadores de botões, ao passo que lidamos com eventos programados sem dar-mo-nos conta. Da mesma forma que Guattari fala-nos sobre os modos de respostas dos indivíduos à subjetividade, ele pode ser um funcionário, como Machado diz, e pode também ser alguém que se vale do que a máquina disponibiliza para criar novos olhares.

Podemos até proferir um discurso libertário, de que as novas tecnologias ofertam-nos modos para inovar como produtores e termos novas experiências, sim, essa possibilidade existe. Contudo, é comum que se encontrem formas repetitivas, maioritárias, baseadas em modelos que acabam homogeneizando os atos e seus resultados. Com a Cartografia,

procedimento metodológico que inspira esta pesquisa, estamos abertos para encontrar estas novas formas de constituição, ao mesmo tempo em que sabemos que nos circuitos mais *mainstreams*, a liberdade e a capacidade de invenção estão cerceadas pelo software, pela rede social ou por outros sistemas que nos restringe. Em outras palavras: o que vemos realmente, em um mundo dominado pelas imagens técnicas, não é o mundo, mas determinados conceitos relativos ao mundo impregnados na estrutura midiática (MACHADO, 2007).

A naturalização dos aparelhos é um dos fatores mais importantes para chegarmos a este contexto de dominação das imagens técnicas e ele dá-se a partir do momento em que cedemos aos diversos incitamentos e estímulos vindos destes objetos que podem ser observados em diversos níveis. Um dos que visualizamos e que contribui visivelmente na formação da subjetividade publicizada foi o crescimento da “disponibilidade” de câmeras fotográficas e filmadoras, aparelhos de uma forma geral, com preços acessíveis e com o discurso de facilidade do uso, de que qualquer pessoa poderia fazer suas próprias produções. Esse fato sinaliza uma tendência deste nicho produtivo que é o progressivo branqueamento das caixas pretas, seja por uma simplificação dos recursos dos aparelhos ou pelo forte processo de alfabetização imagética pelo qual indivíduos passam diariamente.

Assim acaba-se criando um sujeito que recebe todas essas incitações e tem como resultado dessa dialética humano-máquina um produto com especificidades complexas e que inaugura novas lógicas imagéticas que permitem novas formas de expressão e também outros postos informais de trabalho, ou seja, que são alvos do processo de subjetivação capitalístico. É sobre estas superfícies midiáticas que nos debruçamos a seguir.

2.2.2 *New Media*, novas formas de criar mundos

Aqui, é importante pensarmos sobre que tecnologia é essa de que estamos falando, como ela torna este momento cultural tão efervescente, contribuindo para a produção incessante de conteúdos e de compartilhamento. Talvez incessante seja um termo a princípio exagerado, pensamos sobre isso, mas quando nos deparamos com números como os mostrados a seguir, ele torna-se plausível. Segundo a pesquisa realizada pela Pingdom⁷, empresa de monitoramento de desempenho da web, sobre os fluxos de informações no ano de 2012, mais de 300 milhões de novas fotos foram adicionadas diariamente ao Facebook, sendo que, em 2011, o acervo de fotografias da rede já era de 140 milhões de arquivos. Além disso,

⁷ Acessado em 28/10/2013. Disponível em: <<http://royal.pingdom.com/2013/01/16/internet-2012-in-numbers/>>.

o YouTube, rede social que abriga os vídeos observados nesta pesquisa, recebe 100 horas de vídeo a cada minuto, segundo dados da sua página⁸.

Estes números são importantes e dizem-nos que a produção de conteúdo, não só imagética, já que o crescimento do fluxo de informações na internet vai muito além destes dados, está ultrapassando os limites do “lazer” (como atividade livre) e tornando-se, muitas vezes, um “trabalho”, ou seja, uma forma de alcançar um capital social que, com o passar do tempo, torna-se econômico. Acreditamos nisso, pois, a contemporaneidade produz um contexto que propicia este comportamento produtivo, justamente pela criação de facilitadores como a tecnologia.

Para termos uma noção dos avanços e deslocamentos que várias estruturas facilitadoras tiveram em prol de se tornarem gatilhos desta produção “informal” de conteúdo, destacamos o surgimento da web 2.0⁹ como uma ideia que inspirou atuações comerciais, culturais, comunicacionais, entre outras. Mesmo que muitos não gostem do uso deste termo, porque traz uma perspectiva mais comercial, ainda assim escolhemos trazer essa noção à tona, uma vez que representa com mais precisão características da tecnologia e do contexto que falamos aqui. O grande apelo deste segmento da internet era trabalhar com o princípio da arquitetura da participação, no qual a lógica é de que cada interagente da rede possa ser um “cliente” dela. Em outras palavras, o usuário pode usufruir o que ela tem a oferecer de uma maneira plena, ao mesmo tempo em que ele mesmo contribui para que outros internautas possam ser clientes, corroborando para a amenização das hierarquias entre produtores de conteúdo e receptores, tornando essas relações mais horizontais. Claro, é preciso fazer uma ressalva: ainda que se entenda que esse objetivo da web 2.0 não pode ser totalmente atingido, tendo em vista que a acessibilidade e usabilidade das tecnologias não são totalmente horizontais, ou seja, não temos a mesma condição para todos os indivíduos, não se pode desconsiderar as transformações produzidas na sociedade no que se refere à produção e compartilhamento de conteúdo.

⁸ Acessado em 28/10/2013. Disponível em: < <http://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html>>.

⁹ Termo criado, em 2004, pela empresa americana O'Reilly Media e pela MediaLive International como denominação de uma segunda geração de serviços online e também acabou sendo utilizado para identificar uma série de conferências que tiveram início em outubro de 2004 (O'Reilly, 2005). Segundo eles, este é um termo para identificar uma mudança na internet baseada no melhoramento das suas funções, potencialização das formas de compartilhamento e publicação, bem como a formação de um ambiente que passou a não reproduzir mais por completo o modelo produtor-receptor, e sim liberou o polo emissor da rede para que os usuários pudessem produzir o seu próprio conteúdo e fazer da internet um ambiente colaborativo, o ideal proposto pela Web 2.0 (AQUINO, 2007). Além disso, a proposta era que se pensasse a Web 2.0 como uma plataforma, isto é, como um espaço que tem a capacidade de proporcionar funções via online que antes só eram possíveis por meio de programas instalados no computador, individualizados, mas que agora podem facilmente ser acessados e utilizados por meio da internet.

Sendo assim, diversas estratégias localizadas no funcionamento da internet foram pensadas para a atualização deste conceito, como: a introdução da *folksonomia*¹⁰ como sistema de indexação, a gradativa personalização dos serviços oferecidos e até mesmo a criação de uma ideia de compartilhamento que é própria deste ambiente, a qual muito nos interessa já que é a partir desse desejo do *share*, que os usuários acabam deslocando o limiar do que é privado para um ponto mais afastado, dividindo-o com outras pessoas.

Além dessas diversas estratégias mais amplas que identificamos com a implementação da web 2.0, destacamos também a que o YouTube adotou, após o seu lançamento em 2005. A missão do site e sua real função modificaram-se bastante desde este ano, demonstrando uma perspicácia mercadológica de acompanhar as transformações dos seus usuários. A primeira forma de a empresa declarar a que veio apareceu na aba *Quem Somos* do site e consistia em explicar os possíveis usos do YouTube:

Exiba seus vídeos para o mundo.
Faça vídeos de seus cães, gatos e outros bichos.
Publique em seus blogs os vídeos que você fez com a sua câmera digital ou celular.
Exiba seus vídeos com segurança e privacidade aos seus amigos e familiares no mundo todo
x... e muito mais! (BURGESS e GREEN, 2009, p. 20)

Vejam que o slogan *Your Digital Vídeo Repository* (Seu Repositório de Vídeos Digitais), desenvolvido em 2005, mostra que o canal autodeclarava-se como um recurso de armazenamento pessoal de material audiovisual apenas. Hoje, com o slogan modificado para *Broadcast Yourself* (Transmita-se), o site passa a ser uma plataforma de expressão pessoal (BURGESS e GREEN, 2009), de interação e de movimentação de recursos.

Neste cenário construído pela recolocação do YouTube como canal de compartilhamento de vídeos e de toda a complexidade do uso de aparelhos, destacado acima, surgem os audiovisuais que observamos. Eles são realizados por pessoas comuns (homem ordinário) e tratam sobre diversos assuntos do cotidiano mostrando o que a pesquisadora brasileira Fernanda Bruno (2005) chama de “penetração da esfera privada na cena pública midiática”. Em outras palavras, é o deslocamento do foco midiático dos assuntos consolidados como “públicos” para aqueles que pertenciam a um território minimamente privado.

¹⁰ Criada pelo arquiteto de informação Thomas Vander Val, a palavra é formada pela junção das palavras *Folk*, do inglês povo, e *taxonomia*, estudo e classificação sistemática. Logo, é um sistema de indexação que é realizado pelo povo, pelos interagentes de uma forma colaborativa, e não apenas por um grupo seletivo de especialistas, com regras rígidas, como a taxonomia.

De certa forma, a mídia tradicional já fazia esse movimento de descobertas de pessoas anônimas, atribuindo-lhes a condição de famosos, mesmo que durante os chamados “quinze minutos de fama”, além de explorarem assiduamente a vida privada de celebridades. O que difere o movimento que ocorre no YouTube desse tipo de publicização massiva é fato de que não são mais somente as mídias de massa que fazem ascender estas personas, mas há também a ação inversa: as pessoas comuns constroem-se a partir das suas produções e das interações que conseguem desenvolver nos seus espaços digitais.

A partir disso, vemos que há todo um movimento que vem dos meios para os indivíduos que é de constituir uma ideia de “existência” midiática que está atrelada à visibilidade, ou seja, é como se ocorresse uma expropriação simbólica que sugere que “é bom aparecer, e o que aparece é bom” (BUCCI; KEHL, 2004). Em outras palavras um conjunto de movimentos se põe em ação e desencadeia essa sensação de necessidade de compartilhamento, de registro dos momentos da vida, sejam eles mais importantes como a conquista de uma maratona ou até mesmo os banais como a faxina de casa. Vejam que não há a publicização somente de elementos considerados íntimos, e que provocam essa estranheza de “até isso as pessoas mostram?”, mas também há a publicização do fluxo de acontecimentos e de atividades que povoam nossa existência, simples, independentes do nível de importância agregado a eles.

O “aparecer” midiático pode realizar-se a partir de diversas linguagens, a que observamos, aqui, é a audiovisual, e nesta, especificamente, percebemos que há um elemento indispensável para a realização dessa expropriação simbólica de que falamos acima: o olhar do outro. Sem ele não há sentido em mostrar-se, em aparecer, é preciso haver uma recíproca entre os indivíduos (voyeur – exibicionista) para que este ciclo da publicização seja completo.

A psicanálise aponta que essa linha de mão dupla entre o voyeurismo e o exibicionismo tem base no início da existência humana, quando acontece a forma mais primitiva de identificação, na infância. Ela se dá por meio da imagem espectral (estádio do espelho – Lacan), imagem que a criança vê de si refletida no espelho e que serve como ponte ligando o indivíduo e a sua singularidade. Ao visualizar este reflexo, a criança passa a diferenciar-se dos outros elementos que vê ao seu redor: os pais, os brinquedos, outras pessoas, percebendo-se como um ser único (NASIO, 2009). O interessante nesse momento da vida é que esse reconhecimento sobre si mesmo se dá a partir da tríade criança/imagem espectral/pais, sendo que este último elemento legitima o processo, pois confere uma existência a este ser que está se vendo refletido.

O olhar do outro se constitui, então, como um elemento essencial que move a identidade dos indivíduos, como dissemos acima, e também move a existência destes vídeos que observamos. Isso acontece pelo fato destes materiais demandarem um verdadeiro ritual de visualização que consiste em acompanhar momentos da vida das pessoas, como: fazer o jantar, limpar a casa, cuidar dos filhos, etc. Na experiência da visualização, o espectador, além de ser um *voyeur* ganha um “status” de participante do momento, de acompanhante, que compete somente a ele. É como se houvesse um compartilhamento de tempos, de “agoras”, mesmo que o vídeo não possua essa natureza da simultaneidade.

O curioso é que estes compartilhamentos têm sua natureza calcada em uma relação entre entes mais próximos, que habitam nossas esferas sociais. Isso implica o conhecimento do outro, no nível de intimidade ou de confiança que se estabelece entre eles para que estas informações fluam. Nas práticas de exposição da vida por meio do nosso objeto empírico, este fator do conhecimento daquele que nos vê não se torna essencial, pois não importa para quem eu estou contando, mas sim que estou contando.

A “troca” formalizada de momentos entre o que se exhibe e o que assiste se dá, na prática, apenas no momento em que quem vê comunica-se por meio de outras ferramentas, como os comentários, botões de curtir, entre outras formas, e isso, cabe lembrar, pode nunca acontecer. O vídeo pode nem se quer ter visualizações, pode ficar ali sem circulação, funcionando apenas como dado.

Essa característica, da possibilidade desses vídeos de existir em potência, sem a atualização real das suas funções de visibilização, levou-nos a pensar sobre as especificidades dessa mídia digital e no que ela difere-se de outras, de outros momentos da história das mídias. O pesquisador russo Lev Manovich (2001) traz contribuições importantes para ajudar a pensar as *novas mídias*, como o fato delas comportarem-se como reconfigurações de propriedades de outras mídias e que seus usos trazem implicações culturais.

É interessante o exercício do autor de refletir, de perguntar a si mesmo se os conceitos que temos sobre as novas tecnologias midiáticas podem ser simplificados como são hoje. Vemos essa perspectiva de uma maneira positiva, já que é muito comum que o contato constante com a tecnologia em geral mascare alguns dos seus aspectos, como as motivações econômicas da sua criação e o que elas criam em nós mesmos. Então, o autor adverte: o entendimento popular sobre as novas mídias não alcança suas reais proporções e por isso devem ser constantemente repensadas (MANOVICH, 2001).

No primeiro capítulo da obra *The Language of the New Media* (2001), Manovich aborda justamente essa preocupação sobre as formas de reconhecimento desse novo e escolhe a pergunta *What's New in Media?* (O que há de novo na mídia?) como título para problematização. Popularmente, quando se fala em novas mídias, pensa-se mais nos resultados que podem surgir a partir das potencialidades do computador do que outra coisa. Quando muito, pensa-se em alguma outra tecnologia, mas que, de alguma forma, está ligada ao universo que rodeia todas as possibilidades que o computador oferece. Mas será que é só isso?

De acordo com Manovich, não. As novas mídias vão além do que o computador pode produzir e são mediadoras de um movimento que intensifica não só a produção, mas também a distribuição de conteúdo, ao passo que assinala um deslocamento na cultura que ultrapassa a instância comunicacional. As novas mídias correspondem a todo e qualquer produto que advenha de um dispositivo que funcione a partir de um universo binário (sites, multimídia, jogos, instalações interativas, animações computacionais, audiovisual digital, fotografia digital, interfaces homem-máquina, entre outros).

O que leva a esta “binarização” do conteúdo é o processo de digitalização, central para o início do entendimento sobre as novas mídias. Ele corresponde, segundo Rosney (*apud* SANTAELLA, 2003, p. 83), à divisão de uma grandeza em pequenas frações e na posterior divisão das mesmas em intervalos regulares. Após essa separação, atribui-se um valor por meio de códigos sob a forma binária, 0 e 1 (*bits* da informação). O sinal digital traduz-se por um fluxo de *bits* estocado em um disco laser e agrupado em pacotes, sendo suscetível de ser tratado por qualquer computador.

Todos estes termos técnicos representam, na prática, uma mudança de paradigma dos conteúdos que passam a adquirir novas características, diferentes da chamada “*old media*”, quando os conteúdos realizavam-se apenas no plano analógico. Além da vantagem de realização ou produção, há outras especificidades relevantes com a digitalização: maior possibilidade de estocagem de material, transmissão de conteúdo independente do meio de transporte e maior qualidade nos produtos.

Outra contribuição que Manovich (2001) traz é a de pensar sobre os princípios/especificidades que juntos dão vida a estas mídias e, de acordo com ele, são cinco. Tentaremos daqui para frente articulá-los com o objeto desta pesquisa e outros no intuito de compreender como estes aspectos fundantes, do *New Media*, interligam-se para o desenvolvimento das incitações que criam e alimentam a prática de publicizar a vida e o

cotidiano, como: o estímulo para a participação nas redes sociais, para o compartilhamento de conteúdo e para a produção imagética.

O primeiro princípio que o autor identifica nas novas mídias é o da Representação Numérica. Segundo ele, uma nova mídia pode ser descrita formalmente a partir de códigos digitais. Como dito acima, esse é o processo de digitalização, onde todos os dados passam a funcionar por meio de combinações de números, já que são criados digitalmente. Esse princípio faz com que esta informação que povoa este universo esteja apta para uma manipulação diferenciada (algorítmica), que transcende a materialidade podendo até ser reprogramada a qualquer minuto. Isso é possível graças à intangibilidade da informação digitalizada: ao mesmo tempo em que é real e visível, a partir de materialidades auxiliares, como o computador, a tela, o celular, é impalpável, pois só é real na sua virtualidade. Uma fotografia, por exemplo, não tem mais a necessidade de ser revelada para existir, ela pode ser “real” apenas no ambiente digital e jamais ser transformada em imagem impressa sobre o papel, “algo material”.

Isso remete-nos, novamente, ao subcapítulo anterior no qual falávamos sobre os aparelhos, que são produtores de novas mídias, justamente por comporem materiais com estas características. A imagem técnica é natural deste contexto digital, podendo ser criada 100% a partir de softwares. Então, estas imagens (fotográficas ou audiovisuais) são imagem síntese - imagem digital (DUBOIS, 2004) e o real¹¹ não é mais tão fulcral para a sua realização como era para as máquinas imagéticas primitivas como a pintura e o desenho e para as analógicas como câmeras fotográficas e filmadoras. Para estas, produtoras das imagens tradicionais/analógicas, o real era crucial, pois os artistas reproduziam-no. Hoje não é tão necessário, já que “a própria máquina pode produzir seu real” (DUBOIS, 2004, p. 47). Isso perpassa toda a natureza da imagem síntese que pode sim valer-se de um momento da realidade para ser gerada, mas da mesma forma, pode ser totalmente criada a partir de um software.

O segundo princípio das *Novas Mídias* apontado por Manovich é o da Modularidade, e pode ser conhecido como a estrutura fractal. Nele, cada elemento que compõe uma mídia possui a mesma armação intrínseca, têm sua identidade própria. Estes elementos, por sua vez, são compostos também de partes menores, que possuem autonomia entre si e reduzem-se até chegar ao nível dos pixels, dos caracteres de texto, etc. Assim, mesmo sendo independentes, essas características podem ser moduladas a ponto de serem combinadas a outras em um

¹¹ Entendemos o real aqui como uma situação que serve como referência para a constituição de uma imagem, um momento que se tornará uma cena produzida por aparelhos.

mesmo material. Para esclarecer, tomemos como exemplo um audiovisual. A partir do uso de um software que nos permita editar este material, podemos fazer a inserção de uma trilha sonora (áudio), de uma fotografia e até mesmo de um trecho de um texto para compor este vídeo. Note que a trilha sonora, a fotografia e o texto, mesmo depois dessa experiência, continuam intactos nas suas pastas de origem, ao passo que passam a habitar também esta nova produção. Isso é a modularidade, essa capacidade de se compor diversos materiais sem perder este acesso originário (MANOVICH, 2001, p. 31).

A Automação é o terceiro princípio que o autor aponta e diz respeito à autonomia que estas mídias passaram a ter perante os materiais que produzem. Para entendermos melhor, pensemos nas tecnologias imagéticas ao longo da história: com as imagens tradicionais¹², por exemplo, o processo criativo dos artistas só tinha uma “barreira” para tornar-se real. Isso porque as ferramentas de realização eram de baixa complexidade, não interferindo de maneira mais incisiva no resultado das produções. Com as imagens síntese, imagens que funcionam como *New Media*, produzidas por aparelhos, esta interferência é extremamente mais forte, começando pelo fato de que não conseguimos mais acompanhar o processo completo de realização destas imagens, e identificamos apenas o *input* e o *output* das mesmas; em outras palavras, como acionar o aparelho e como finalizá-lo “retirando” a imagem.

Além desta questão da complexificação dos aparelhos, há também o crescente investimento em softwares, os quais dão ao usuário opções prontas de uso, como o *Photoshop*, e outros dessa linha de manipulação imagética. Estes programas têm como funções primeiras a correção de ruídos na imagem, o melhoramento de iluminação e opções de cortes. Algumas vezes, o usuário nem precisa acionar estes recursos, porque o programa identifica os “problemas” do material e realiza imediatamente o reparo ou ainda sugere que se faça. Esse é um exemplo claro da Automação, onde os softwares, por si só, já tomam o controle de alguns aspectos.

Indo além do panorama dos softwares de edição, podemos ver esse princípio em redes sociais como o *Instagram* que, da mesma forma, disponibilizam uma diversidade de filtros e outros recursos que são aparentemente menos complexos que o programa citado acima, criando uma incitação ainda mais forte para o seu consumo. Nos primeiros usos do *Instagram*, pode-se pensar em toda a liberdade que temos em “criar” nossas imagens de maneira diferente e compartilhá-las com nossos pares. Mas, por outro lado, estas ofertas de como modificar as

¹² Imagens tradicionais vão ao encontro do conceito organizado por Vilém Flusser (2002) que diz respeito às imagens que antecedem às imagens técnicas. Em outras palavras são imagens que são originárias de dispositivos de “baixa complexidade”, não aparelhos.

imagens, de corrigir automaticamente a cor e o contraste da foto, além das ofertas de filtros e contornos de imagem, sempre das mesmas formas, cerceia-nos, torna-nos reprodutores da mesmice.

Neste contexto, os aparelhos assumem um caráter de autonomia perante seus produtos que acabam reduzindo nossas possibilidades criativas a partir do momento em que “criam” circuitos, nos quais nos inserimos e passamos a reproduzir modelos. Outro exemplo de como se dá essa automação está em programas de inserção de objetos em 3D como carros, chuva, pássaros, pessoas, enfim, “conjuntos” de coisas que preenchem o quadro de um filme, por exemplo, e que são criados de modo automático. Elas fazem parte de uma parcela pronta desse software e compõem o que Manovich (2001) chama de automações de “baixo-nível”. As de “alto-nível” demandam uma capacidade maior do computador, ao ponto que ele possa entender o significado de algumas operações. Um exemplo advém da inteligência artificial (AI) dos vídeo games, onde há uma série de combinações de estímulos-resposta que compõem o quadro de ação do jogo.

O quarto princípio discutido por Manovich (2001) é o da Variabilidade. Segundo ele, um número indeterminado de mídias (versões) pode ser criado a partir dos mesmos dados, por humanos e não humanos, já que programas podem também realizar esta função. Com o *old media* o produtor fazia o material, o fixava em uma matriz, que possibilitava a produção posterior de cópias idênticas a ela. Agora, dispomos de uma variedade de versões dos programas e até mesmo podemos fazer as nossas próprias versões dos materiais, basta termos suas informações básicas de configuração.

O quinto princípio é o da Transcodificação e significa traduzir algo de um formato para outro. Isso só é possível graças ao primeiro princípio – o da Representação Numérica – e merece atenção por implicar significações mais amplas. No processo da digitalização, ao transcodificar as informações, altera-se a estrutura organizacional dos materiais, adequando-as ao que funciona para o ambiente destino. Esta estrutura e composição que existe no digital é constituída de elementos da cultura, pois dispõe de ícones largamente reconhecidos (pastas, relógio, calculadora, entre outros), como a estrutura gramatical nos arquivos de texto, as coordenadas cartesianas definindo espaços virtuais, ao passo que se constitui também de sistemas específicos computacionais, como as funcionalidades e propriedades matemáticas e formais do computador.

Então, para Manovich (2001), as novas mídias são compostas de duas camadas: uma camada cultural e uma camada computacional. Como as novas mídias são criadas,

distribuídas e guardadas por computadores, pode-se esperar que a lógica computacional influencie cada vez mais a camada cultural. Essa “camada computacional”, é importante destacar, não se mantém estática, ao contrário, transforma-se rapidamente, desenvolvendo-se a partir da própria relação com a “camada cultural”. Estes estratos influenciam-se compondo o que Manovich (2001, p. 46) chama de uma *nova cultura computacional*: “uma mistura de significados humanos e computacionais, de modos tradicionais pelos quais a cultura humana modela o mundo e os próprios meios do computador representá-lo”.

Assim, com a consolidação das novas mídias, há a possibilidade da criação de novos mundos totalmente genuínos das capacidades digitais e que dão base para a criação de novos conceitos que passam a compor o contexto do sujeito contemporâneo. Aparelhos e novas mídias constituem-se como uns dos elementos catalisadores do fenômeno da publicização da vida e, como vimos, têm propriedades para a criação de construtos sobre os acontecimentos da vida que se realiza neste universo digital.

2.3 SUBJETIVIDADE PUBLICIZADA

Depois de passarmos pela problematização da questão de fundo da dissertação (a fabricação da subjetividade) e pela visualização da tecnologia como uma potente fonte de estímulos e incitamentos, chegamos ao terceiro subcapítulo desta etapa do referencial teórico que recai sobre a *subjetividade publicizada*, expressão que criamos para denominar um tipo de subjetividade que responde ao contexto da sociedade ocidental contemporânea que, por meio de atravessamentos econômicos, culturais, psicológicos, tecnológicos e comunicacionais (discutidos anteriormente), passa a apresentar características específicas. Esclarecemos anteriormente que duas pesquisadoras brasileiras teorizaram sobre uma subjetividade chamada *exteriorizada*, mas que nós utilizamos essa visão como um ponto de partida para nossa discussão. Tendo isso em vista, procuramos perceber características que dessem um contorno mais claro sobre o “ponto de chegada” da nossa reflexão subjetiva que culminou nas características a seguir.

A *subjetividade publicizada* constitui-se como um resultado de uma máquina desejanse da nossa cultura que se baseia na exploração da vida dos indivíduos. Em outras palavras, a vida, o cotidiano, o que há de comum no fluxo dos acontecimentos da trajetória de um indivíduo é o que tem importância e serve como matéria-prima para produções diversas que publicizam, divulgam estes aspectos entre aqueles que fazem parte da esfera social do sujeito em questão e mesmo entre aqueles que não fazem.

A grande diferença entre uma subjetividade que é vista apenas como exibicionista ou exteriorizada, por exemplo, é a presença do elemento que a torna publicizada, a tecnologia. Por isso trouxemos nos dois subcapítulos anteriores subsídios para entendermos melhor como a esfera tecnológica traz incitamentos e potencialidades importantes para a consolidação deste tipo subjetivo. Em outras palavras, vemos todo esse movimento de publicização calcado em um sujeito que faz uso de tudo o que dispõe de tecnologia para engrandecer-se com conhecimento, informações, mas também para sanar o desejo de constituir uma imagem pessoal, de compartilhar suas questões íntimas ou não.

É interessante esclarecer que quando falamos sobre as contribuições tecnológicas, não nos referimos apenas ao uso de câmeras ou de celulares que desenvolvem esta função imagética, mas também dos computadores, do uso de softwares de edição, e, sobretudo da realidade das redes sociais que possibilitam que essa subjetividade ultrapasse o limite da exposição para tornar-se publicizada. Identificamos essa prática como um sintoma de uma ambiência que revela uma sociedade que passa a enxergar os movimentos do seu entorno a partir da sua imagem, da sua experiência, ou seja, ela torna-se o centro do qual os outros movimentos surgem. Não é que este indivíduo não se importe e não se engaje mais em questões coletivas, ele apenas passa a fazer parte delas por meio de uma lógica que o edifica e o coloca como elemento propulsor. Assim, podemos dizer que a *subjetividade publicizada* é aquela que incita a auto referência, que privilegia os interesses pessoais e evidencia-os publicizando a existência por ela mesma.

Tendo esses contornos em mente fomos à busca de autores que ajudassem a entender a subjetividade a partir deste viés e nos deparamos com a obra do filósofo francês Gilles Lipovetsky (1983) que faz um diagnóstico interessante e amplo sobre a contemporaneidade, mas que recai em uma abordagem com juízo de valor determinando que as práticas voltadas ao hedonismo, ao individualismo, ao narcisismo, por exemplo, levam o indivíduo a uma vivência vazia “fraca, lábil e sem convicção” (p. 14). Entendemos a proposta do filósofo com entusiasmo, mas preferimos não entrar nesta zona de qualificar essas práticas em positivas ou negativas, e sim de entendê-las.

A subjetividade publicizada, por se basear na construção da necessidade de exploração da vida comum, acaba por modificar os modos com os quais os indivíduos lidam com a vivência de experiências. Isso diz respeito à criação de necessidades, entre elas, a que apontamos no subcapítulo anterior, de dispor de aparelhos, de internet, de conexões, mas também necessidades de vivenciar duplamente a realidade, vivendo-a e ao mesmo tempo

registrando-a. Quantas vezes já não vimos fotos tiradas em shows, concertos, peças teatrais que revelam que ao invés dos indivíduos verem o que se passa nesses palcos eles “visualizam” o que se passa através das lentes de câmeras que registram estes instantes e simultaneamente publicam-nos, publicizando-os.

Nessa confluência de elementos, há a exposição da vida a partir de diversos níveis que vão da exposição de momentos comuns (faxina, show, jantar) a momentos mais intensos e privados (parto, sexo, morte). Estes dois estratos, apesar de serem diferentes, são tratados da mesma forma, como parte do espaço público, foco da prática de publicização. Ao nos depararmos com isso, começamos a perceber que há uma espécie de apagamento do limiar que divide estas esferas (pública e privada) que se realiza a cada momento em que não sabemos mais identificar se algo diz respeito a nós ou também pode ser mostrado ao outro.

Para nos munirmos de mais informações sobre como se construíram esses espaços ao longo do tempo, buscamos identificar momentos da história nos quais ficassem claras outras formas de lidar e de perceber o que pertence a qual esfera e quando isso começa a mudar. Vale a pena fazer esse resgate pelo fato de que as modificações da subjetividade são naturais e ocorrem pela constante circulação dos elementos que a compõem, ou seja, em outros momentos históricos houve uma configuração diferente da que temos hoje e por tal motivo as incitações e estímulos de comportamento eram outras.

Por isso mesmo, eles podem ser abandonados, modificados e reinventados em um movimento de misturas e conexões que não cessa. Pode-se dizer, então, que os múltiplos componentes de subjetividade difundem-se como fluxos que percorrem o meio social, dando-lhe movimento (MANSANO, 2009, p. 111).

O primeiro movimento que identificamos data dos séculos IV e V D.C., onde aconteceram os primeiros incentivos¹³ para que o homem realizasse o exercício de entrar em contato com aquilo que habitava seu interior. Isso foi possível graças às atividades de Santo Agostinho, monge que ficou conhecido como o pai da interioridade por apresentar para a história o exercício da auto-exploração. Para ele, a reflexão era um ato fundamental para se chegar à verdade de si mesmo, ou seja, para encontrar Deus dentro de si próprio.

Não se pode negar que o foco religioso foi um dos primeiros incentivadores da prática da “conversa consigo mesmo”, seja por meio de leituras bíblicas, pela meditação, ou até mesmo pela via da escrita, a vontade de evolução divinal configurava-se como o fim dessas práticas. A introspecção característica da filosofia de Sócrates – “conhece-te a ti mesmo” -

¹³ É importante destacar que estes foram os primeiros incentivos vindos de uma fonte externa ao indivíduo para um contato com o interior. Isso não quer dizer que, antes deste momento, o homem não tenha desempenhado nenhum ato de auto-exploração, mas se o realizou, foi a partir de outras vias.

ajudou na constituição da filosofia agostiniana no conhecimento da auto-exploração. Mas é com Agostinho que a interioridade firma-se, de fato, e influencia os demais, como Descartes com a interioridade imaterial da mente na sua famosa citação: “Penso, logo existo”.

Esta “auto-viagem” com destino ao interior e a Deus acontecia ainda de maneira solitária, em algumas práticas que mais pareciam rituais. O ato da leitura, que, por volta dos séculos VI e VII, era restrito aos religiosos, era feito inicialmente em total silêncio para que se assemelhasse à meditação. Assim, somava-se o voltar-se para si às palavras da bíblia e constituía-se um exercício valioso para quem quisesse alcançar um estágio de ligação com o divino. Sibilia (2004), em um dos textos que deram origem à sua tese de doutorado, faz uma genealogia da interioridade e mostra quando a prática da leitura silenciosa foi rompida para dar início aos cânticos e às rezas em conjunto dentro do ambiente religioso. Segundo ela, tudo começou, ainda na era medieval, com um monge cisterciense que comparou uma experiência de desconcentração ao ler os textos (vista com normalidade hoje) apenas mentalmente com uma interrupção provocada por demônios que o visitavam diretamente, impedindo-lhe assim da assimilação das palavras sagradas.

Mesmo com essa nova percepção, de que ler os materiais em voz alta provocava um grau maior de assimilação justamente por trabalhar com três sentidos (visão, fala e audição), a leitura ainda se estabeleceu como uma prática feita mentalmente, silenciosamente e típica da solidão. Não a solidão no sentido negativo que se desenvolveu na contemporaneidade, mas sim com um sentido que converge para o desfrute do fato de estar sozinho. Assim foi se construindo um mundo fértil para a edificação de um ambiente interior propício para o constante cultivo, isso graças às informações novas vindas com os livros e com o aprimoramento do exercício da leitura mental.

Com o Renascimento e o Iluminismo, a busca do homem pela verdade por meio do exercício do pensamento e da reflexão começou a ir além da religião e passou a ter outros objetivos: um deles foi o do conhecimento além de Deus. René Descartes e a sua célebre frase *Penso, logo existo* pode ter dado uma pista para essa tomada de consciência do sujeito moderno, para o fato de que ele tinha uma interioridade forte e que o contato com ela precisava ser constante de modo a perceber gradativamente que o fundamento da existência de cada um recai na razão.

Como segundo movimento importante para pensar aspectos articuladores das esferas pública e privada, destacamos o final do século XVII e início do XVIII quando houve a passagem de uma sociedade que ainda não tinha clara a ideia de um mundo privado, para uma

que conseguiu delimitar espaços e lógicas que diferenciavam estas duas esferas. Foucault (1988) identifica a sociedade ainda do século XVII como uma organização que não procurava manter segredo sobre as suas atitudes, tendo até uma familiaridade com aquilo que era considerado ilícito. Ainda não se possuía um conceito sobre o pudor que perpassasse pelo imaginário da comunidade e isso gerava um contagioso comportamento em que a vergonha não imperava. “Gestos diretos, discursos sem vergonha, transgressões visíveis, anatomias mostradas e facilmente misturadas, crianças astutas vagando, sem incômodo nem escândalo, entre os risos dos adultos: os corpos “pavoneavam”” (FOUCAULT, 1988, p. 09).

Até então, não se via um limiar consolidado entre o que pertencia ao domínio do privado e do público, mas, mais à frente, na sociedade burguesa da Europa do século XVIII e XIX, identificamos a consolidação das fronteiras entre estes espaços. Com o despontar da era industrial, a vida privada mantinha-se ainda nos territórios do lar, local reconhecido como aquele em que a burguesia podia desligar-se da pressão do mundo público. Com a modernidade, a vida urbana acabou mostrando ao indivíduo o quanto as ruas eram perigosas, hostis e que exigiam um cuidado maior daqueles que as frequentavam. Este fator só consolidou a casa como um espaço de segurança, onde o indivíduo poderia lidar com a sua intimidade e poderia ser ele mesmo de forma garantida, “um verdadeiro refúgio onde o *eu* se sentia resguardado, um abrigo onde era permitido ser si mesmo” (SIBILIA, 2008, p. 62-63).

Para ter-se noção de como esse limiar entre os dois mundos, o público e o privado, constituía-se além da relação de segurança física que a casa apresentava, era instaurado nos indivíduos um sentimento de aversão àquilo que não era pertencente ao seu território doméstico, ou seja, ao desconhecido. Trazemos uma passagem de um dos manuais de boas maneiras que circulavam entre as famílias para ensinar os filhos a portarem-se de maneira correta. Essas ideias eram tidas como regras e passadas de pai/mãe para filho. Na lista de boas maneiras da baronesa Staffe¹⁴ estavam:

Quanto menos relações mantermos com a vizinhança, mais merecemos a estima e a consideração dos que nos cercam; no trem ou em qualquer outro local público, as pessoas bem educadas jamais travam conversa com desconhecidos; não devemos falar de assuntos íntimos com os parentes ou amigos que viajam conosco na presença de desconhecidos. (PROST, 2009, pg. 115)

Estas regras sobre conduta povoavam o imaginário construído em família e tinham um papel tão importante quanto o da escola. Já era da natureza da família desde o século XVIII

¹⁴ Baronesa famosa pelos manuais de boas maneiras para moças e famílias. Entre suas obras, está o *Lady's Dressing Room*, que fala essencialmente da relação da moça com seus aposentos e os respectivos rituais que aconteciam apenas ali.

ser uma instituição pertencente ao universo privado e ela acabava por reproduzir dentro da própria casa esta lógica da dualidade entre o que era íntimo e o que poderia ser público (em algum grau). O arquiteto canadense Witold Rybczynski (1991) fez um estudo no intuito de entender como se configurou a história da casa e como a partir dela construiu-se uma ideia de íntimo que não existia em outros tempos históricos. Segundo Rybczynski (1991), “junto com essa privatização do lar surgiu um sentido cada vez maior de intimidade, de identificar a casa exclusivamente com a vida familiar”.

As estruturas das casas são elementos importantes para entender como o íntimo era configurado dentro de um território físico. Os domicílios eram pensados para que tivessem cômodos em que a intimidade ficasse longe daqueles que não podiam conhecê-la. A sala de estar, por exemplo, tornou-se o local “público” da casa, no qual as visitas eram recebidas e tudo o que podia ser “descoberto” sobre a família estava lá. Ou, tudo o que não estava contido no íntimo da família poderia ser exposto neste local. Os quartos ficavam longe, nos andares de cima, quando possível, e se configuraram como um ambiente que tinha um potencial íntimo considerável, muito maior do que os outros cômodos da casa. Era neles que os tesouros das famílias eram guardados, tanto tesouros materiais - como joias, prataria, tapeçaria, imagens santas - como os tesouros imateriais: a relação de marido e esposa, o momento do ócio e também os escritos (diários íntimos, uma das primeiras expressões da subjetividade). “Sozinha, e a sós comigo mesma, a própria subjetividade podia se expandir sem reservas e auto afirmar em sua individualidade” (SIBILIA, 2007, p.56).

Logo, vemos que o fato de estar sozinho contribui para o estímulo deste movimento de voltar-se para si como Sibilia afirma, mas percebemos que esse refúgio não é mais tão procurado pelos produtores dos vídeos que observamos, ou talvez seja para a realização de tipos específicos de vídeos. O que vemos é que nosso objeto amplia essas especificidades e realiza-se na também presença de outros indivíduos, em outros locais além da casa, justamente porque não nos restringimos ao que é tido como íntimo apenas, mas também outros estratos da vida, conforme dissemos anteriormente.

Com este breve resgate, vemos que a constituição de uma esfera pública e privada deu-se de forma construtiva, revelando que houve momentos em que essa noção entre o que pode e o que não pode ser compartilhado não era considerada. Hoje, é claro que há essa reflexão sobre o que pertence a uma esfera e a outra, mas vemos nos vídeos um exercício de renovação destes territórios ao passo que cada produto mostra-nos facetas da vida que, a princípio não imaginaríamos que seriam mostradas dessa forma. E o mais interessante, não

imaginaríamos não só pelo grau de intimidade ou privacidade que é mostrado, mas também pelo grau de banalidade.

Nosso próximo passo é mergulhar no universo empírico da pesquisa, identificar de maneira mais efetiva o tipo de audiovisual que examinaremos, bem como o procedimento metodológico que nos inspira. Assim adentramos no território da cartografia no qual tentaremos apreender como a subjetividade publicizada se realiza no complexo de vídeos que nos propomos a observar. Para alcançar um conceito mais abrangente apostamos em uma concepção heterogênea dos materiais de modo a atravessar audiovisuais de diferentes naturezas.

3 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Desde o início do mestrado, identificamos a necessidade da utilização de procedimentos metodológicos que não agissem sobre o objeto de forma comum, reproduzindo modelos de métodos já consolidados, e sim que permitissem a criação. Como o objeto de pesquisa é algo contemporâneo e está se atualizando ao mesmo tempo em que escrevemos estas linhas, o desafio de entendê-lo é constante e, por isso, a preocupação de trabalhar com uma perspectiva teórica e metodológica que operassem neste sentido é válida.

A cartografia, procedimento metodológico que inspira esta pesquisa emerge de algo bem maior do que sua aplicabilidade. Surge por meio da perspectiva teórica das multiplicidades, posicionamento que traz novas visões sobre o modo de produzir conhecimento e que rompe com a imposição de modelos metodológicos. Fundamentada em uma crítica ao modo tradicional de conceber as pesquisas, a cartografia foi, inicialmente, utilizada no campo da Psicologia, mas se expandiu para outras áreas, partindo sempre de uma negação das concepções arbóreas e dualistas. A intenção dela, falando de modo mais sucinto, é dar voz a um universo movente de elementos e às suas conexões e ligações, gerando um mapa que servirá como um guia nesse processo.

Na Geografia e Geologia, por exemplo, ela é utilizada no desenvolvimento de mapas sobre o objeto estudado ao mesmo tempo em que o pesquisador vai conhecendo-o. Para ter uma ideia do seu uso nessas áreas do conhecimento tomemos um geógrafo como exemplo. Imagine que ele tem como desafio observar as características de um território e organizá-las. Ele, então, vai a campo e coloca-se no universo de ação de diversos elementos que formam este local, que podem ser relativos ao solo, ao ar, ao clima, ao povo, à vegetação, à fauna e etc. Assim, ele vai perceber todos esses aspectos do ambiente e através da cartografia dispõe de operações técnicas para a elaboração de um mapa sobre todos os resultados que surgem da observação do território, bem como da sua exploração.

Nas pesquisas de Comunicação, por outro lado, a cartografia ainda é pouco utilizada e por não ter um protocolo, ou um texto que regule seu uso, é pensada a partir de múltiplos vieses metodológicos e com diversas finalidades. Para termos noção sobre o uso do procedimento em pesquisas acadêmicas da nossa área, fazemos uso das informações disponíveis na dissertação de Lisiane Machado Aguiar, defendida em março de 2011, no Programa de Pós-Graduação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Na ocasião, a pesquisadora tinha como foco entender mais sobre os usos teórico-metodológicos

da cartografia e, para isso, fez o exercício mapear pesquisas que fizessem uso do procedimento. Ao todo, a pesquisadora utilizou três palavras chave específicas na busca de trabalhos: “Cartografia, Deleuze, Guattari”, nos seguintes repositórios: Banco de Teses da Capes; Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e no banco de dados online de 37 Programas de Pós-Graduação em Comunicação, filiados à Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação/COMPÓS (AGUIAR, 2011, p. 13). Neste exercício de pesquisa exploratória, foram encontrados¹⁵ 80 trabalhos dos quais nove eram da área de Comunicação.

Ao fazer este movimento exploratório, a pesquisadora observou que a cartografia era acionada de muitas formas e para estudar diferentes objetos. Isso se dá, como dissemos anteriormente, justamente por ela não ter um texto “guia”, um modelo de como utilizá-la, permitindo que cada cartógrafo encontre maneiras de viver seus percursos e assim “concluir” sua jornada.

Um aspecto importante sobre o procedimento que se reflete nos resultados da pesquisa de Aguiar (2011) é que a cartografia perpassa todo o processo de pesquisa, do início ao fim, de modo a não restringir a discussão metodológica a um capítulo apenas, descolado do resto do trabalho. Em nossa experiência, ela fez-se presente desde os primeiros movimentos da pesquisa, pois procuramos sempre dar voz às descobertas, às mudanças de olhar e até mesmo às dúvidas que surgiram ao longo do percurso. Permitimos diversas entradas teóricas, olhares múltiplos para, então, construir um caminho que se adequou ao objeto de pesquisa.

Levadas por essa ideia do processo cartográfico, descrevemos, a seguir, como o nosso pensamento metodológico chegou ao seu ápice com a sua sistematização e efetivamente uma preparação para a etapa cartográfica. Sendo assim, construímos este capítulo com quatro objetivos que correspondem aos seus tópicos:

1 – Construção da Perspectiva Teórica – A partir de um apanhado teórico que se inspira em Deleuze e Guattari, buscamos entender a cartografia como uma perspectiva de reflexão que tem a capacidade de abarcar tanto aspectos teóricos, quanto vieses do método e da metodologia. Nesse trabalho, apesar dos esforços para construir uma configuração teórica por esse percurso, preferimos ater-nos com mais profundidade ao viés metodológico, tentando deixar claro o porquê de nos referirmos à cartografia como uma inspiração.

¹⁵ Além dos trabalhos na área de Comunicação foram encontrados mais 35 da Psicologia, 22 da Educação, quatro das Artes, dois da Sociologia, um da Saúde Coletiva, um da Letras, um da Literatura, um da Arquitetura, um da Música, um de Políticas Públicas, um da Enfermagem e um de Artes Cênicas (AGUIAR, 2001, p. 13).

2 – Visualização de Passos Operacionais – Após este apanhado teórico, trabalhamos com duas visões de cartógrafas que nos auxiliaram de forma mais operacional, ou seja, de uma maneira mais efetiva sobre como configurar a atenção e o olhar cartográfico.

3 – Esclarecimentos sobre que audiovisual é esse do qual falamos – Depois da exposição sobre os passos operacionais da cartografia, entramos de fato no objeto empírico, primeiramente apresentando o audiovisual que é foco deste trabalho. Destinamos espaço para este esclarecimento, porque este material tem suas próprias especificidades e é a partir delas que há a construção e delimitação do *corpus*.

4 – Procedimento Auxiliar – Como operamos com a inspiração cartográfica o procedimento funciona como um grande guarda-chuva da pesquisa e como tal, abriga outro procedimento que nos auxiliará na análise dos materiais empíricos. É neste espaço que o apresentamos.

3.1 CONSTRUÇÃO DA PERSPECTIVA TEÓRICA

Nossa intenção aqui é lançar alguns conceitos de base da própria cartografia para que haja uma visualização maior do processo, sem ter a intenção de montar modelos e sim situar as ideias dos autores e tornar clara a nossa finalidade em trabalhar este procedimento como uma inspiração. Como referência bibliográfica direta para este texto destinamo-nos a pensar a partir das obras *Mil Platôs I: Capitalismo e Esquizofrenia* (2011) e *Cartografias do Desejo* (2011), onde pudemos encontrar um pensamento mais “direto” sobre a Cartografia, o rizoma e seus princípios.

Mil Platôs I situa-nos na proposta da dupla de autores Gilles Deleuze e Félix Guattari, na qual se discute uma teoria das multiplicidades que ultrapassa os dualismos e as dicotomias como natureza e história, corpo e mente, normal e louco, entre tantas outras, construídas ao longo do trajeto do conhecimento. Com um projeto construtivista e um vocabulário muito próprio, a obra versa sobre a subjetividade que se constitui em multiplicidades com a anulação das unidades.

Os princípios característicos das multiplicidades concernem a seus elementos, que são *singularidades*; a suas relações, que são *devires*; a seus acontecimentos que são *hecceidades* (quer dizer, individualizações sem sujeito); a seus espaços-tempos, que são espaços e tempos *livres*, a seu modelo de realização, que é o *rizoma* (por oposição ao modelo da árvore); a seu plano de composição, que constitui *platôs* (zonas de intensidade contínua); aos vetores que as atravessam, e que constituem *territórios* e graus de *desterritorialização* (DELEUZE; GUATTARI, 2011, p. 10).

O primeiro conceito que nos preocupamos em elucidar é o de rizoma. Ele advém da botânica e tem como princípio um posicionamento antifundamentalista no qual se pensa que o conhecimento não se desenvolve por meios lógicos e hierárquicos, ou seja, a partir de níveis que o edificam em estruturas e sim por meio de diferentes pontos de observação e conceitos que surgem na multiplicidade.

Podemos pensar nele como um aglomerado de linhas que não são nem verticais nem horizontais, que não estão ligadas necessariamente por pontos fixos, que não são duais, mas que são nômades, sem definições de início, meio e fim. “O rizoma conecta-se por contato, ou antes, por contágio mútuo ou aliança, crescendo por todos os lados e em todas as direções” (KASTRUP, 2004, p.81).

Ele ainda é diferente de outras formas de pensamentos que se constituem ao longo da história e que os autores, de uma forma didática, retomam na obra, são eles: a árvore raiz e o sistema-radícula. O primeiro corresponde ao pensamento clássico, mais velho e mais cansado (DELEUZE; GUATTARI, 2011), ligado à lógica binária e que possui um centro que dá origem às ramificações posteriores. Pode-se tomar como exemplo a imagem de uma árvore que se constitui a partir de partes específicas: o caule, os galhos e as folhas e, portanto, constrói-se a partir de um centro único que dá vida aos seguintes. Esta característica de unidade que dá origem ao resto é um fator definitivo na sua concepção, já que ela representa uma visão totalitária e rígida sobre o conhecimento que baseia suas construções em dualismos. “Isto quer dizer que este pensamento nunca compreendeu a multiplicidade: ele necessita de uma forte unidade principal, unidade que é suposta para chegar a duas, segundo o método espiritual” (DELEUZE, GUATTARI, 2011, p. 20).

O segundo modelo, o sistema-radícula, diz respeito a um “avanço” perante o primeiro tipo no que tange à anulação da extremidade, da raiz principal. Tendo como objetivo aproximar-se da condição das multiplicidades, o exercício que se faz é de abandonar a visão do centro e dar vida a raízes múltiplas. Então, há essa “aproximação” com a ideia do múltiplo, mas mesmo assim ainda há a existência de troncos que originam as discussões. Desse modo, na verdade, o sistema-radícula ainda se configura como um sistema centrado que privilegia as lógicas arbóreas e hierárquicas.

O Rizoma, a terceira proposta, configura-se como uma haste subterrânea que se distingue destes dois modelos de raízes e radículas citados anteriormente e configura-se sempre a partir da subtração da unidade da multiplicidade. É assim que surge a expressão $n-1$, no intuito de “(...) fazer o múltiplo, não acrescentando sempre uma dimensão superior, mas,

ao contrário, de maneira simples, com sobriedade, no nível das dimensões que se dispõe sempre subtraído dele” (DELEUZE; GUATTARI, 2011, p. 21).

Buscamos entender o âmbito do rizoma na nossa pesquisa a partir da constituição do fluxo dos acontecimentos da vida, do cotidiano. Em outras palavras, a dimensão dele em diversos e incontáveis aspectos da existência que constituem um devir que não tem começo e nem fim identificáveis, mas que possui contornos, nuances e nós, como os que observamos com mais proximidade na pesquisa. Um construto sobre o cotidiano que se constitui neste ambiente digital e especificamente no YouTube equivale a um universo constituído por múltiplas formas, algumas das quais buscamos identificar em seus processos de configuração, em suas diversas conexões, intensidades e linhas de fuga.

O conceito de rizoma foi pensado pelos autores a partir de seis princípios que são características aproximadas deste pensamento. Os dois primeiros correspondem à conexão e heterogeneidade. Segundo eles, qualquer ponto de um rizoma pode ser conectado a qualquer outro. Uma analítica rizomática procura promover conexões transversais entre seus platôs, estratos e níveis, sem ter a função de centrá-los em algum ponto, mas sim de atravessá-los e, assim, dar a ver a multiplicidade (GUATTARI; ROLNIK, 2011).

O terceiro princípio do rizoma corresponde ao da multiplicidade e consiste em tratar o múltiplo como substantivo e não o ver mais em relação com o uno, não ver mais dualidades nas construções. O quarto diz respeito à ruptura assignificante, segundo ele um “rizoma pode ser rompido, quebrado em um lugar qualquer, e também retoma segundo uma ou outra de suas linhas e segundo outras” (DELEUZE; GUATTARI, 2011, p. 25).

O quinto e o sexto princípios, o de Cartografia e Decalcomania, refletem o procedimento metodológico com o qual trabalhamos e também aquele que não corresponde às nossas intenções: a Decalcomania. O segundo, o decalque, funciona mais como um “antiprincípio” que vale mais pelo que ele recusa do que pelo que ele afirma, ele seria equivalente a todas as tentativas de estruturar o pensamento a partir de modelos prontos, repetíveis ao infinito, aproximando-se do modelo da árvore que falamos anteriormente, que consiste em decalcar algo que já foi feito. Um exemplo trazido pelos autores para elucidar o decalque e suas limitações é o do psicanalista que tenta entender o quadro do seu paciente somente a partir de modelos que conheceu por meio da literatura tradicional (o Édipo, o bom e o mau pai, a boa e a má mãe), mas que se esquece de perceber os sinais que o paciente dá e que transcendem os códigos encontrados nos livros.

O rizoma não pode ser aprisionado na estrutura do decalque, ele é mapa e, portanto, constrói e não copia. Se é mapa, é “aberto, é conectável em todas as suas dimensões, desmontável, reversível suscetível de receber modificações constantemente” (DELEUZE; GUATTARI, 2011, p. 25). Sendo assim, essas considerações teóricas mostram-nos que a cartografia constitui-se primeiro como uma perspectiva teórica que vai ao encontro da construção do conhecimento a partir das multiplicidades e não deve configurar-se como um método ou uma metodologia totalizante.

A Cartografia, enquanto um dos princípios deste campo de multiplicidades e de variação contínua que caracteriza o rizoma, é tomada como um mapa em constante processo de produção, instaurando um processo de experimentação contínua capaz de criar novas coordenadas de leitura da realidade, criando uma ruptura permanente dos equilíbrios estabelecidos. Com este procedimento cartográfico colocam-se em questão as hierarquias e fronteiras que dividem os campos de conhecimento e propõe-se uma recriação permanente do campo investigado (ZAMBENEDETTI; SILVA, 2011).

Olhando diretamente para a pesquisa e para o seu objeto, a ideia da citação acima se desenvolve da seguinte forma: a partir da imersão no YouTube e do acompanhamento constante de audiovisuais foi possível identificar contornos, nuances, intensidades e ritmos que nos mostraram diversos modos de construção da vida nesta ambiência e fora dela. Deste universo, há alguns pontos que brilharam mais intensamente e outros que quase ficam na escuridão. Os que brilharam até agora deram origem ao *corpus* da pesquisa e permitiram-nos detectar lógicas e especificidades que constituíram os platôs, estratos que se sobrepõem e se interconectam formando relevos com configurações diferentes umas das outras.

A partir da cartografia destes movimentos, interessa-nos perceber as diferenças e conexões. Assim será possível entender este objeto movente e múltiplo e apreender o construto do cotidiano e da vida atualizados por meio da experiência de visualização destes audiovisuais no YouTube.

3.2 PASSOS OPERACIONAIS

Além dessas noções mais basilares importantes para o entendimento de como a cartografia configura-se como perspectiva teórica e inspiração para a nossa pesquisa, trazemos também algumas pistas sobre o desenvolvimento do olhar do cartógrafo e da constituição da atenção como elemento central na constituição da cartografia. Buscamos essas informações na experiência de outros pares (cartógrafos), tentando apreender pistas dos usos deste procedimento.

A primeira cartógrafa que nos ajudou efetivamente no processo da pesquisa foi Virgínia Kastrup (2007). A partir de um apanhado histórico sobre conceitos e teorias a respeito da constituição e do funcionamento da atenção, ela proporciona-nos uma reflexão sobre as formas de operacionalização deste elemento para a observação dos objetos da pesquisa.

É importante refletir sobre a atenção, pois ela configura-se como um elemento operacional da pesquisa que dá a ver os elementos que a constituirão. Podemos ver essa importância através de exemplos práticos do seu uso, por exemplo: durante o trabalho de campo, ou simplesmente em uma coleta de dados, é comum que o pesquisador acabe desenvolvendo uma atenção viciada para aquilo que parece dar vida ao objeto, de modo a negligenciar outros pontos e questões dispostas no território da coleta. Ou ainda quando encontramos informações que se tornam relevantes para a problematização, corremos o risco de nos prender a elas de modo circular, sempre retornando sem alçar novos voos. Na busca pelo que Kastrup (2007) chama de *variedades atencionais*, a autora encontrou, nos estudos sobre a prática psicanalítica de S. Freud, uma alternativa para preparar-nos contra esse círculo vicioso da seleção que se estabelece nas primeiras etapas da pesquisa. Trata-se da técnica da atenção flutuante, o ato de não dirigir a atenção para algo específico e sim tentar mantê-la constante e “uniformemente suspensa” tentando extrair do contexto pontos de interesse a partir de critérios de busca previamente estabelecidos.

Essa escolha proporciona ao profissional (neste caso, o psicanalista) a possibilidade de observar e selecionar não só as queixas e o material trazido pelo paciente, mas também prestar atenção em outros elementos não tão evidentes, deixando a atenção aberta.

O uso da atenção flutuante significa que, durante a sessão, a atenção do analista fica aparentemente adormecida, até que subitamente emerge no discurso do analisando a fala inusitada do inconsciente. Em seu caráter desconexo ou fragmentado, ela desperta a atenção do analista. Mesmo que não seja capaz de compreendê-la, o analista lança tais fragmentos para sua própria memória inconsciente até que, mais à frente, eles possam vir a compor com outros e ganhar algum sentido (KASTRUP, 2007, p. 16)

Trazendo esse conceito para a pesquisa, identificamos que mesmo que os materiais pareçam estar dispostos de uma maneira ilógica, surgindo e ressurgindo a cada ida a campo, é a partir deles e da conexão com outros, que pode surgir uma corrente única que os atravessará de modo a conseguirmos estabelecer nossas incisões no objeto. Por isso, é interessante que haja critérios de seleção ao mesmo tempo em que uma lógica do funcionamento desta atenção do cartógrafo, para que se possa tirar o máximo proveito das etapas da pesquisa. Assim,

surtem as quatro variações de atenção do cartógrafo propostas por Kastrup (2007), o *rastreio*, o *toque*, o *pouso* e o *reconhecimento atento*.

A primeira variação, o *rastreio*, caracteriza-se pela varredura do campo, da paisagem na qual desempenhamos uma observação movente. Lembremo-nos do exemplo do geólogo que demos no início deste capítulo, ele retorna, aqui, porque o *rastreio* é justamente o momento de se abrir para as primeiras descobertas que servirão de base para os próximos passos. Na prática, reconhecemos esta variação de atenção a partir de dois aspectos e momentos da pesquisa, o primeiro quando escaneamos o YouTube para descobrir suas possíveis lógicas, funcionamentos, regras e produções. Este passou aconteceu a partir do instante em que delimitamos o YouTube como plataforma que abriga o material empírico e compreendeu visitas às páginas de estatísticas, aos manuais que o próprio site disponibiliza, de como eles declaram-se perante a imprensa, entre reportagens de apoio sobre ele. Todos estes materiais foram importantes para darmos nossos sobrevoos no território estudado.

A partir dessa inserção/*rastreio* foi possível entender como se estabelecem algumas lógicas da vizinhança dos vídeos, bem como perceber a intenção da própria plataforma de intervir, de incentivar, de incitar não só a produção dos vídeos, mas o constante melhoramento dos mesmos e da mínima instrução do produtor em prol de uma atuação de sucesso dentro do sistema. Esse destaque e reconhecimento dependem do constante aprendizado por parte do usuário de que a circulação dos vídeos não se dá apenas com a postagem e a manutenção das próprias páginas, mas sim com o passeio pela plataforma e pela interação entre os usuários, seja ela por meio de comentários, pelo ato de “curtir”, inscrições nos canais ou apenas com as visualizações.

A segunda forma de *rastreio* aconteceu no campo teórico, quando buscamos povoar nossa dimensão intelectual e reflexiva com informações, conceitos e perspectivas teóricas que nos ajudassem a pensar sobre a realidade do objeto de pesquisa e empírico. Estes dois movimentos práticos são formas de *rastreio*.

O segundo passo é o *toque*. Ele é procedente ao *rastreio*, pois é a partir do contato que emerge um primeiro vislumbre que desencadeará todo o processo de reconhecimento do mesmo. É importante lembrar, e Kastrup (2007) chama atenção para isso, que esse “relevo, estes objetos que nos chamam atenção, não nascem de forma subjetiva, ou seja, a partir dos gostos e inclinações do cartógrafo” e sim de uma afetação, que acontece no nível das sensações. Quando escrevemos anteriormente que o contato com o YouTube e com os respectivos vídeos deu-se muito mais deles para nós do que de nós para eles, estamos

tentando explicar que eles “nos chamaram para a visualização”. No nosso caso, fomos afetados por vídeos que, de alguma forma, comunicavam aspectos da vida dos sujeitos que os produziam. Mas, isso não bastava para compor o *corpus* e assim acionamos o que Kastrup (2007) defende sobre o rigor das buscas, que permite ao objeto mostrar-se e ao pesquisador a noção de que ele pode ser levado pelas sensações e pelos seus critérios de escolha, mas que estes critérios permitam a que a voz das impressões fale e diga: tem algo aqui, este aqui me afetou por algum motivo e é por isso que eu vou segui-lo. “O cartógrafo é pego por um modo involuntário, quase reflexo, mas não se sabe do que se trata. É preciso ver o que está acontecendo” (KASTRUP, 2007, p. 5). Esse movimento de *toque* exigiu muitas idas e vindas ao YouTube, muitos questionamentos sobre o que entender como cotidiano, como subjetividade e o rigor da busca.

Tendo em vista que Kastrup está situada na área da Psicologia, entendemos que seria pertinente acrescentar um viés mais comunicacional, cruzando as afetações pelos vídeos com os critérios de comunicabilidade. É preciso considerar ainda que nessa etapa os critérios usados para compor a atenção flutuante convergem também para o funcionamento do YouTube porque, ele mesmo indica-nos os vídeos que podem ser observados, tanto no campo de vídeos relacionados que aparece todas as vezes que um vídeo termina, ou então, pela barra de vídeos que fica ao lado direito do *player* de exibição que é totalmente escolhida pelo sistema do site. Sendo assim, nosso ângulo de visualização e o rigor do mesmo situam-se nas possibilidades de mapa que o próprio site compõe. Sabendo que nossas escolhas se configurariam nessa lógica do próprio site, estipulamos os critérios para o acionamento da atenção flutuante, são eles:

- a) O vídeo que nos interessa é aquele que deixa evidente a vontade do protagonista de se exhibir, ou, pelo menos, que a torne clara a partir do seu discurso audiovisual. Essa evidência surge a partir de algumas pistas visíveis nos materiais como o próprio indivíduo segurando a câmera ou direcionando-se para ela, sua “naturalidade”, entre outros elementos. É claro que se tratando de imagens técnicas não podemos afirmar que essa é a real intenção da pessoa que aparece no vídeo, nem é de nossa vontade discutir isso. Interessa-nos o que o vídeo mostra, alguém que quer se exhibir. Em outras palavras, não consideramos aqueles vídeos que aparentemente são feitos “contra a vontade” dos que aparecem nele por exemplo, prezamos pelo exibicionismo por ele mesmo, que se constrói nos vídeos;

- b) Buscamos *videologgers* amadores, usuários do YouTube que não façam parte do circuito midiático massivo atual e que restrinjam suas produções ao seu canal de vídeos. É importante esclarecer que mesmo na rede do próprio YouTube já existem aqueles produtores que se tornaram famosos e que se destacaram entre os outros pela sua atuação na plataforma, mas mesmo esses interessam-nos, pois eles ainda são midiáticos pelos seus materiais do próprio canal.
- c) Interessa-nos exclusivamente os audiovisuais que tratem de assuntos do fluxo da existência, da vida comum, sejam eles quais forem: família, corpo, alma, dor, carinho, cotidiano, entre outros. A partir do contato com eles, com a diversidade, conseguimos identificar o que nos afeta em cada um e dar vida aos platôs que falaremos mais adiante.

Além destes três critérios mais operacionais surgiu, enquanto nos deparávamos com os materiais, um quarto filtro que contornará nosso ângulo de observação de forma macro, trata-se da escolha do Vlog como gênero que circundou nossa atenção neste movimento de *toque*. Pela sua importância e pela delimitação de que audiovisual estamos falando, o apresentaremos no subcapítulo a seguir.

A partir desses critérios saímos em busca e fomos tocados por alguns vídeos que serão acionados no terceiro movimento proposto por Kastrup (2007), o *pouso*. Ele é justamente a aproximação mais específica de cada um dos vídeos para ver, de fato, o que está acontecendo com eles, para checar o que nos provoca essa afecção, além de interconectar as observações das conexões que os vídeos realizam entre eles e também com os conceitos apresentados no referencial teórico.

Nessa etapa, foi preciso examinar com atenção cada um dos vídeos tanto quanto ao seu conteúdo de cotidiano e subjetividade quanto à sua forma audiovisual. Para isso, buscamos reconhecer e entender a configuração de aspectos técnicos como enquadramentos, iluminação, posição do objeto da filmagem, sonoridades, uso de caracteres e modos de uso da pós-produção. No que se refere ao conteúdo, examinamos o tipo de narrativa escolhida, o perfil do protagonista, a forma de construção da fala, a temática escolhida, observação dos elementos constituintes do cenário, bem como a presença de outros personagens e a configuração dos mesmos.

É importante destacar que temos a ciência de que outros elementos que compõem a página do YouTube seriam importantes para entendermos que sentidos também surgem a partir deles. Mas, optamos por centrar-nos no que o audiovisual fala sobre esta subjetividade publicizada e como os acontecimentos da vida constituem-se como um construto nesse material em movimento constante.

O quarto movimento é justamente a saída da suspensão para o que a autora chama de *regime de reconhecimento* (KASTRUP, 2007). O reconhecimento atento proporciona uma intersecção entre a percepção sobre algo e a memória, é ela que nos faz reconhecer em certos pontos algo que nos afeta. É como se retornássemos a um movimento de sobrevoos final, fazendo a ligação do que apreendemos com o exame dos materiais e o que pensamos teoricamente¹⁶. Nesse momento, enquanto examina-se atentamente a coleção de vídeos, é preciso recorrer aos conhecimentos adquiridos sobre subjetividade, novas mídias, imagem técnica, audiovisual, entre outros conceitos e perspectivas localizados no referencial teórico da pesquisa. O mais importante, nessa etapa, é realizar a conexão entre os sentidos produzidos pelo conjunto de vídeos, verificando os níveis de intensidade e os ritmos dos relatos.

3.3 QUE AUDIOVISUAL É ESSE?

A partir das escolhas teórico-metodológicas, partimos para uma aproximação do objeto empírico e começamos com o entendimento de que audiovisual é esse que estamos falando. Esse subcapítulo é resultado, portanto, do percurso teórico e do percurso metodológico, por esse motivo optamos por inseri-lo nesse momento.

Por si só, na sua natureza, o audiovisual já se revela como um híbrido, como um produto que agrega elementos do cinema, da televisão, da literatura, entre outras mídias, ao mesmo que tempo em que os reinterpreta, atribuindo-lhes novos valores e sentidos. Mesmo assim, ainda se vê que “o audiovisual adquiriu uma espécie de postura parasitária em relação aos outros meios que lhe deram origem” (MACHADO, 1997, p. 188), e isso acontece principalmente pela maleabilidade e facilidade com que esse material se liquefaz e acaba se adaptando e sendo utilizado em diversos espaços, com finalidades diferentes, camuflando aparentemente essa unidade caracterizadora que o cinema e a televisão, como mídias consolidadas, por outro lado, propagam claramente.

¹⁶ Fazendo um paralelo com a Teoria Bergsoniana, especificamente com o método intuitivo, este regime de reconhecimento está para a Cartografia, assim como a Reviravolta está para a Intuição.

Nessa esteira de pensamento construída por Machado (1997, p. 189), há também a discussão acerca de encarar o audiovisual como uma linguagem tendo em vista o uso restritivo deste vocábulo em um intuito puramente normativo. O autor esclarece, “Ora, as regras de forma, no universo do vídeo, não são tão exatas e sistemáticas como nas línguas naturais. A gramática do vídeo, se existir, não tem o mesmo caráter normativo da gramática das mensagens verbais”. Para esclarecer melhor exemplificamos: podemos dizer que a sentença *Ana é feia* está correta por ela seguir exatamente as regras estipuladas pela gramática da língua portuguesa de que o sujeito deve vir antes do predicado e assim por diante. Na mesma via, não podemos dizer o mesmo sobre *Ana sabem inglês*, porque ela não corresponde à regra de concordância verbal estipulada na gramática e, portanto, estaria incorreta, passível do não entendimento. No audiovisual é diferente. Quando falamos que uma produção deve constituir um plano geral, excessivamente aberto, por exemplo, estamos apenas indicando como a cena deve ser composta, não dispendo de uma regra que nos diga de uma única forma como se faz um plano geral. Há a indicação de um padrão de constituição do plano que pode ser repensado e utilizado pelo cineasta para atingir fins específicos. Por exemplo, é sabido que com a adoção do plano geral extremamente aberto, corre-se o risco de expandir tanto a imagem que os elementos que a constituem percam-se em meio a tanta informação. Em um primeiro momento, isso pode parecer problemático tendo em vista os padrões de limpeza de imagem já estabelecidos, no entanto, este efeito pode ter sido a intenção do cineasta, de ter uma despersonalização dos personagens ou até mesmo uma poluição na tela, que só seria alcançada usando este tipo de plano geral. O importante é que “nunca se pode dizer que o recurso esteja ‘errado’, pois não existe, em lugar algum, uma tábua de valores, uma gramática normativa que estabeleça o que se pode e o que não se pode fazer em vídeo” (MACHADO, 1997, p. 190).

Concordamos com Machado no aspecto da gramática audiovisual não se estabelecer de forma totalitária e absoluta, mas percebemos, por outro lado, que há formas de expressão que funcionam como rastros identitários e nos mostram padrões que se repetem nos vídeos. Aqui, acompanhamos a formação de um modo de ser mais específico que contorna as produções escolhidas para o *corpus* desta pesquisa, e que se constitui como o quarto critério de seleção de que falamos anteriormente, os Vlogs. Em nossos *rastreios* audiovisuais, percebemos a utilização desta palavra (Vlog) para identificar audiovisuais que têm como objetivo mostrar o cotidiano de pessoas, seja em casa ou fora dela.

Foi a partir deste contorno que começamos a delimitar o objeto que realmente nos importa: audiovisuais feitos por indivíduos comuns que querem expor facetas da sua vida e que mostram disponibilidade em mostrar-se. Esses vídeos foram buscados no YouTube e seguem um padrão que varia entre quatro e 30 minutos.

Na bibliografia sobre audiovisual que tivemos contato, não encontramos nenhuma definição sobre este tipo de vídeo, pelo menos nenhuma que se aproximasse da maneira como estamos vendo-o aqui. Então, tentaremos explicá-lo a partir dos próprios materiais, com os resultados gerais dos quatro movimentos de *rastreio*, *toque*, *pouso* e *reconhecimento atento*, esclarecendo o universo de vídeos que abriga nossa multiplicidade.

3.3.1 Vlogs

A primeira coisa a esclarecer é que o termo “vlog” é empregado em muitas situações e também é reconhecido como equivalente de outro termo semelhante, o videolog. Explicamos: estas duas palavras, desde o início da prática da postagem de audiovisuais na internet, representavam a mesma coisa, um espaço no qual um usuário poderia postar, em forma de vídeo, suas histórias. Vejam que eles possuem o mesmo raciocínio do Blog, são um diário que o indivíduo pode acionar todas as vezes que quiser registrar algo, só que por meio do audiovisual.

Esta definição acima está correta, mas ela diz respeito apenas ao sistema operacional que abriga o vídeo. A partir da nossa coleta progressiva de dados, notamos outra perspectiva sobre os vlogs que nos chamou atenção e que diz respeito a outro aspecto, o audiovisual. Ele surgiu no momento em que vimos que os usuários do YouTube chamavam de vlog um gênero específico de vídeo e não mais se referiam ao espaço videolog como vlog. Em outras palavras, o termo vlog passou a adquirir um uso específico que diz respeito ao modo e o que o vídeo mostra.

Antes de partimos para a definição, é importante destacar que percebemos ao longo do caminho uma dificuldade de contorno deste termo justamente pela característica ainda processual que o envolve e também pela presença desta definição primeira de que falamos anteriormente. Decidimos, então, verificar outras tipificações que não eram compatíveis com nossa ideia sobre vlog para o desconstruirmos a partir da diferença, da visualização do que torna ele único.

Vlogs são construtos que, acima de tudo, têm como objetivo mostrar momentos da vida, como uma festa infantil, um dia no parque, uma refeição em família, uma conversa, ou

ainda um dia inteiro de atividades, depende da temática que o produtor escolher. Além disso, percebemos que o que os diferencia de outros gêneros de vídeos é a constante busca pelo que é ordinário, pelo que é comum a todos nós. É isso que nos olha, que nos chama atenção desde o início da pesquisa, mas que em diversos momentos não estava claro. Descobrimos que se trata de um compartilhamento das vivências entre aquele que realiza o vídeo, que se exhibe e aquele que vê. Vale ressaltar, desde agora, que esta “definição” sobre o que é um vlog foi concebida a partir das nossas experiências de *rastreio*, *toque*, *pouso* e *reconhecimento atento*, nas quais ficaram evidentes algumas características que dão conta da nossa problematização. Sendo assim, outras definições sobre este gênero podem surgir tendo em vista um modo de olhar diferente do nosso.

Vamos partir para a desconstrução pela diferença. Usamos como exemplo oposto ao vlog o vídeo tutorial, produto audiovisual que tem como objetivo compartilhar informações, dicas de como fazer algo específico, seja maquiagem, comida, artesanato, entre outros. Há, nos tutoriais, também o compartilhamento de momentos, afinal há alguém ali ensinando-nos a realizar uma atividade que ele sabe fazer, assim como há o compartilhamento de momentos nos vlogs. Mas, entendemos que estes instantes dos tutoriais correspondem a algo muito mais “programado” ou com um objetivo mais prático e técnico sobre determinado assunto, ou seja, a finalidade é mostrar como se faz. Nos vlogs, pode até haver o devir técnico sobre algo, no sentido de em uma passagem do dia estar-se fazendo o jantar e mostrar o processo desse evento, pode acontecer, mas a técnica não era o objetivo do vídeo em si, como acontece com os tutoriais.

Sabemos que não há como afirmar que um vídeo foi pré-programado ou se foi inteiramente “espontâneo”, nem é essa nossa intenção. O que nos dá fôlego para a cartografia é observar o que o vídeo nos diz, é ele o ponto de partida para qualquer interpretação. Por isso, vimos que, com os vlogs, a configuração é diferente, há um paradoxo entre o que ele é e o que ele quer que vejamos dele. Da mesma forma que nos tutoriais, identificamos neles uma tendência à pré-produção daquele que se mostra, no que tange ao cuidado em elaborar um pré-roteiro (apenas para organizar as informações); um cuidado com a própria aparência (mesmo que em alguns vídeos as pessoas aparentem estar de “cara limpa”, sem maquiagem) e até um cuidado com a mínima edição dos vídeos. Mas, paradoxalmente, o que esse vídeo quer mostrar (o que quer que vejamos dele) é algo que pareça casual, que não mostre preparação, que se assemelhe a realidade da vida cotidiana, portanto, algo que se constitui sem estes “filtros” que a *natureza do vídeo* permite construir.

Como dissemos anteriormente, “imagens são códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas” (FLUSSER, 1985, p. 7) e, portanto, o vídeo acaba sendo uma construção do real. Para alcançar esta característica, os vlogs, em especial, admitem introduções e a permanência de instantes que suscitam a casualidade, a normalidade, como códigos que sinalizam que este tipo de vídeo é um construto do que conhecemos como “real”, da nossa vida comum. Isso só faz com que ele aproxime-se da nossa vivência e de nós mesmos, pela presença deste elemento em especial, o acaso. Dizemos isso porque o que também o difere de um vídeo tutorial, por exemplo, é essa abertura, essa possibilidade de abranger momentos que surgem ao longo da realização da filmagem que são da ordem do inesperado, da *natureza da vida* e não da *natureza do vídeo*, como dissemos anteriormente e, o mais importante, ainda assim parecer completo e coeso. Não que um vídeo tutorial não possa incluir momentos inesperados, como um erro com a câmera ou até mesmo quando a maquiagem dá errado, por exemplo, ele pode, mas não é da sua natureza explorar estes momentos. Dentro dos tutoriais que acompanhamos para chegar a esta conclusão, vimos que quando havia essa inserção dos momentos inesperados, do acaso, eram alocados ou para os “erros de gravação” ou eram moldurados por um filtro preto e branco, ou outro tipo de código que sinaliza que isto não faz parte do vídeo ou que não é da sua natureza. Os vlogs, por outro lado, fluem, funcionam em torno deste fluxo mais aberto que se atualiza a partir dos acontecimentos da vida cotidiana, mesmo que estes estejam minimamente preparados por um roteiro, por exemplo.

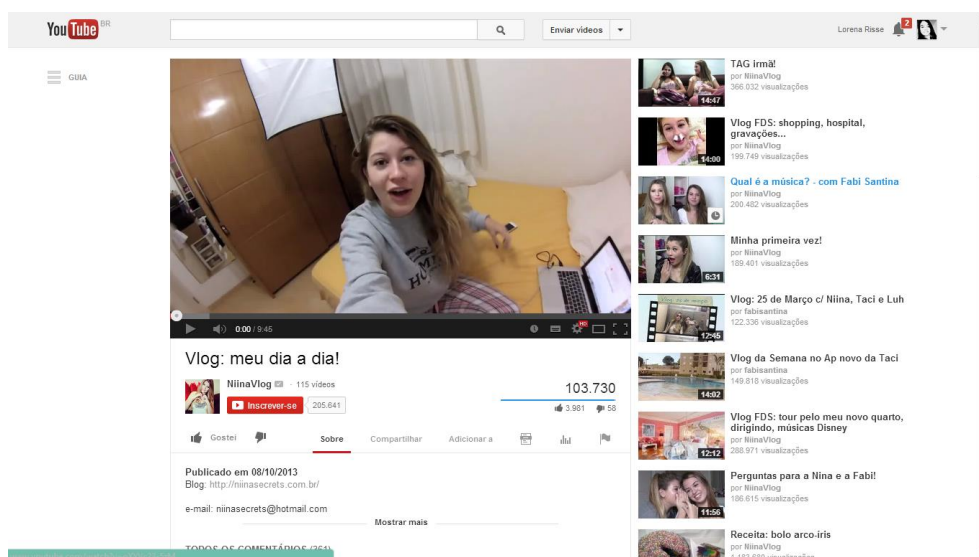
Além destas características, percebemos, ao longo do contato com os materiais que os vlogs constituem-se a partir de duas especificidades. A primeira é aquela em que o próprio protagonista filma o vídeo, ou seja, não há diferença entre aquele que aparece e aquele que realiza tecnicamente a produção. Este tipo de vídeo é mais explorado em canais que o usuário toma para si a condição de *videologger*, de pessoa que se publiciza e que se constituiu como uma figura no YouTube.

A segunda diz respeito ao vídeo que conta com um protagonista mais aquele que filma o vídeo, configurando dois “participantes” da produção. Esse segundo tipo de vlog acontece quando há, por exemplo, uma mãe mostrando o seu filho comer, tomando banho, ou fazendo alguma atividade que lhe convém publicizar, ou algo do gênero. Há a mãe que não aparece no vídeo, mas o filma, e o filho que é o protagonista e dá vida a proposta do vídeo. Usualmente, quem filma é o “dono” do canal, o *videologger*, e aquele que é mostrado faz apenas parte do seu universo social, como o filho, o cachorro, o colega de trabalho, etc.

Vale lembrar que estas duas tipificações não conflitam em nada com os três critérios citados anteriormente para a construção do nosso viés teórico metodológico sobre os vlogs, pois estes vídeos continuam exibindo a vontade de se mostrar (o exibicionismo), continuam sendo feitos por usuários amadores e, portanto, continuam sendo vlogs em sua essência. Trouxemos essas duas variações, pois elas ficaram muito claras no momento do *posso* e ajudam-nos a entender melhor os aspectos sobre a vida que procuramos nestes audiovisuais.

Para visualizarmos todas as características citadas sobre a nossa definição de vlog, tomemos como exemplo o caso do vídeo “Vlog: meu dia a dia”, postado no dia 08/10/2013. Nele, a *videologger* Niina explora diversos instantes do seu cotidiano desde momentos em casa, até interações realizadas fora dela, configurando-se como um vlog do primeiro tipo, quando o protagonista é quem dirige nosso olhar por meio da câmera. Logo no início do vídeo, aos 17 segundos, Niina ainda está em casa, de pijamas, no quarto, e esclarece aos espectadores o que eles verão: “Acompanhar um dia típico meu, o que eu tenho pra fazer, o que eu faço”. E mais, mesmo com a agenda cheia de compromissos, ela diz “Ué, já estou cheia de coisas para fazer, porque não gravar mais um vídeo para vocês? Vou gravar um vlog”. E, assim, o vídeo ao mesmo tempo em que mostra o cotidiano da jovem, configura-se como um evento que faz parte dele.

Figura 1 - Vlog: meu dia a dia!



Nina ao acordar; Fonte: YouTube, 2013¹⁷.

O que notamos mais expressivamente é a via de mão dupla entre o cotidiano em si, que possui acasos e momentos que surgem com o passar do dia (mostrados no vídeo) e o

¹⁷ Acessado em 23/01/2014. Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=MsmtQEi9vE8>>.

cotidiano que Niina quer produzir com o audiovisual, como dissemos há a natureza *da vida* e a *natureza do vídeo*. Aos 1 min 46 s, Niina aparece no carro, como mostra a figura 2, com a câmera posicionada no para-brisa e realmente parece conversar com alguém (espectador), pois fala tranquilamente enquanto dirige. Neste momento o incitamento da ausência de um roteiro completo (unificado), que já destacamos como característica dos vlogs, fica evidente, pois, com o carro em pleno movimento, os gestos e a sua feição de atenção, de preocupação com os outros carros, e com os semáforos destaca-se.

Figura 2 - Vlog: meu dia a dia!



Além deste momento, identificamos outro instante em que o acaso, a *natureza da vida*, parece influir sobre a produção e passa a ser explorada por ela. Niina está em um elevador, dirigindo-se ao banco e conta que teve que começar a gravar com o iPhone porque o cartão da máquina estava cheio. Essas inclusões dos acontecimentos não previamente imaginados, ou simplesmente que acontecem sem uma “aparente importância”, fazem deste gênero um captor de momentos comuns.

Nos minutos seguintes, fica ainda mais clara essa mistura entre o cotidiano de fato e aquele que a *videologger* quer expor, pois Niina explica e mostra como ela prepara-se para as gravações com os tutoriais de maquiagem que ela também produz, já que, naquele dia, estava no seu roteiro também gravar um tutorial para postar no seu próprio canal.

O que percebemos é que quando um indivíduo coloca-se em trânsito, em trânsito com o seu pensamento (monólogos), em trânsito com a cidade (cotidiano), em trânsito com outras pessoas (família), e em trânsito com diversas coisas e resolve documentar, gravar e

disponibilizar, configura-se este tipo de vídeo que nos interessa investigar, pois ele se constitui como a vida sendo mostrada, em todos os graus de ocorrência. E quando nos colocamos no *entre*, no movimento, a vida realiza-se e estes vídeos têm o objetivo de captá-la.

É interessante pensar que essa espiral entre a vida filmada e a vida vivida acaba se tornando muito mais complexa se virmos este audiovisual como um exemplo de imagem síntese (DUBOIS, 2004). Mais uma vez acionamos este autor para dizer que este tipo de imagem tem o poder de ser o próprio real (o referente imaginário) já que a máquina que concebe esta imagem não está mais interessada apenas em representar aquilo que está a sua frente, mas sim em conceber algo que pode até não existir.

Operacionalmente, este caráter de vlog seria o único contorno, a natureza que perpassa todos os audiovisuais do *corpus* e, como dissemos anteriormente, a multiplicidade realiza-se dentro deste escopo, atualizando-se na diversidade de vlogs que encontramos.

Ao todo selecionamos 31 vídeos para compor nosso universo de observação. Todos são resultado das quatro variações de atenção sugeridas por Kastrup (2007), e passaram pelo procedimento auxiliar, que explicaremos no tópico seguinte, mas por questões de foco e para evitar a repetição de elementos, destinamos 19 para “fazer a cartografia”, ou seja, para serem melhor trabalhados textualmente, trabalho esse localizado no capítulo seguinte. Dos 12 vídeos restantes, um está disposto nesse capítulo, trata-se do vídeo que utilizamos para esclarecer nossa definição de vlog e os outros dez restantes serão abordados somente no mapa final da cartografia¹⁸.

Como resultado da nossa observação de todos os vídeos, conseguimos observar a formação de seis platôs que, vale lembrar, não são espécies de categorias nas quais reunimos materiais que respondem a um mesmo gênero, constituindo uma classificação. Mas sim, regiões que operam pela aproximação de elementos que diferem entre si e que estão reunidos pelo seu impulso de existência que nos afetou no momento do *toque*. Então, constituímos os seis platôs sabendo que, em cada um deles, haveria a presença de devires majoritários e minoritários que podem ser pontes de conexão para outros platôs dentro do nosso universo de observáveis. Em outras palavras, um vídeo que faz parte de um platô “A” pode conter no seu interior elementos que também habitam outros vídeos, pertencentes a um platô “B”. Nos casos em que isso acontecer, estaremos reforçando a analítica rizomática que, como dissemos anteriormente, procura promover conexões entre seus platôs, independente de suas formas (GUATTARI; ROLNIK, 2011).

¹⁸ Essa lógica será melhor explicada no Guia da Cartografia.

Por meio do *rastreio*, do *toque*, do *pouso* e do *reconhecimento atento*, identificamos algumas zonas de intensidades contínuas (platôs) que aproximam determinados atributos dos vídeos e que, ao mesmo tempo, contêm elementos distintivos. É importante observar, contudo, que essas zonas não comportam intensidades iguais para todos os atributos, há ritmos diferentes para aspectos que os compõem. Espera-se encontrar na cartografia sentidos e conteúdos territorializados, desterritorializados e reterritorializados, bem como componentes heterogêneos e homogêneos que se ligam às multiplicidades audiovisuais.

3.4 PROCEDIMENTO AUXILIAR

Como procedimento auxiliar para o exame dos vídeos, utilizamos mais uma vez o filósofo tcheco Vilém Flusser (2002), mas, agora, com suas contribuições metodológicas. Vamos trabalhar com o *Scanning Conceitual*, técnica que consiste em retirar o material do seu fluxo natural e fazer uma espécie de varredura, olhando cada ponto que o compõe de uma maneira circular, de modo que todos os elementos que o constituem sejam vistos e revistos. Assim estabelecemos uma temporalidade de eterno retorno, tempo esse totalmente diferente do tempo linear encontrado na leitura das imagens de forma superficial. O tempo do *scanning* é o que o autor chama de *tempo de magia*.

No tempo linear, o nascer do sol é a causa do canto do galo; no circular, o canto do galo dá significado ao nascer do sol, e este dá significado ao canto do galo. Em outros termos: no tempo da magia, um elemento explica o outro, e este explica o primeiro. (FLUSSER, 2002, pg. 07).

Tendo essa noção sobre o *tempo de magia* nos dedicamos a olhar as imagens repetidamente, anotando seus sentidos aparentes e retornando para ver aqueles que, por ventura, não foram descobertos nas primeiras visualizações. A retirada do fluxo também foi realizada, bem como a visualização com os três tipos de tela que o YouTube oferece ao seu usuário: a grande – na qual a interface natural da plataforma some dando lugar apenas ao vídeo em tela cheia-, a média – na qual temos a presença da interface semi-completa do canal, e a pequena, na qual a interface é completa. Ao longo destas visualizações, deixamos nosso olhar vaguear pela imagem, objetivando o acompanhamento do vídeo e, assim, o desvelamento dos seus sentidos, na relação com a caracterização desse tipo de audiovisual e com a subjetividade construída por ele.

O autor propõe entender as imagens técnicas a partir dessa perspectiva por encarar a aparente facilidade de compreensão que elas apresentam como uma forma de ilusão que nos leva a acreditar que essas imagens possuem a função de representar o mundo, fazendo com que o observador olhe-as como janelas e não como imagens. A aparente objetividade produzida por imagens técnicas é ilusória, segundo Flusser (2002), pois, na verdade, elas são tão simbólicas quanto as imagens não técnicas, e, portanto, devem ser decifradas e varridas por nossos olhares para que o significado seja apreendido.

Com o passar do tempo, com a maior relação com as imagens e com os dispositivos que lhes dão origem, o funcionamento imagético acaba sendo naturalizado. Isso faz com que nos tornemos “cegos” por situação e não consigamos perceber a essência do material. Em grande parte, isso ainda ocorre por conta de uma resistência do objeto em dar-se a ver e por uma dificuldade que temos de adentrar as imagens técnicas (KILPP, 2010, pg. 16). Por isso, o procedimento do *scanning* faz-se importante aqui, já que trabalhamos com imagens técnicas e almejamos a decifração dos seus sentidos.

4 ENCONTROS - CRIAÇÃO DE REDES

4.1 PLATÔ COTIDIANO

Nosso percurso cartográfico começa com as considerações sobre vídeos em que se intensificam as ações do cotidiano. A primeira coisa que nos saltou aos olhos nesta parada e na organização deste platô foi o fato de se ativarem temáticas cujo elemento comum era as práticas e hábitos diários de seus produtores e protagonistas. Sendo assim, notamos que a forma “cotidiano” abrange produções sobre os acontecimentos habituais da vida do ser humano, em que cabem vivências e situações do dia a dia com diversos vieses espaço-temporal, como: parentesco, trabalho, casa, doença, etc. Assim, a experiência coloquial toma relevo nos vídeos que exibem ações comuns, próprias dos afazeres diários de uma pessoa. Lembramos que a definição de vlog que procuramos desenvolver aqui tem o termo “cotidiano” como um de seus direcionadores, contudo, o que difere este platô do contorno vlog é que o segundo engloba outras intensidades, temáticas, e o mais importante: devires que vão além do cotidiano.

Percebemos que, neste contexto dos vídeos que exploram atos cotidianos, há uma produção consolidada que surge no contexto dos EUA, no qual é comum que se façam vlogs diários contando o cotidiano de pessoas. Ao longo do *rastreio* deparamo-nos com diversos canais que seguiam essa lógica do vlog, e um que nos tocou e que observamos com mais atenção foi o canal do casal Judy e Benji. A partir dos primeiros contatos com o material percebemos uma constância e periodicidade das postagens que não se vê com tanta intensidade em videologs brasileiros, o que tornou a produção deste casal ainda mais interessante. Neste ano de 2014, por exemplo, para cada dia existe um vídeo feito pelos dois. Em uma entrevista para um site americano¹⁹, Judy revelou que a ideia dos vlogs contínuos surgiu a partir de uma experiência chamada de *Vlogtober*, na qual filmaram acontecimentos rotineiros durante todos os dias do mês de outubro. Com o passar do tempo, o casal recebeu constantes pedidos para que continuasse postando os vlogs, além de ter uma estrondosa resposta por meio do número de visualizações. Hoje, Judy e Benji possuem cinco canais diferentes no YouTube, *It's Judy's Life*, no qual Judy, o marido e a filha Juliana são filmados nas suas ações diárias; *It's Judy's Time*, no qual Judy direciona suas produções para a temática da beleza, produzindo tutoriais e resenhas de produtos; *It's Mommy's Time*, para o

¹⁹ Acessado em 22/01/2014. Disponível em: < <http://www.seattlemet.com/arts-and-entertainment/articles/judy-travis-is-the-21st-century-video-star-june-2013>>.

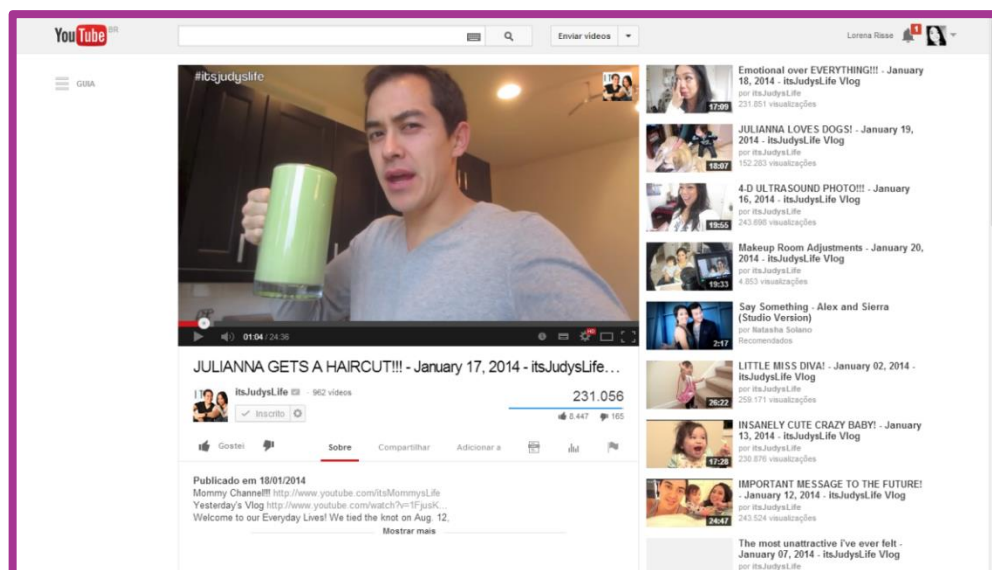
qual são direcionados os diários de gravidez (a gravidez de Juliana foi o primeiro tema do casal, e agora Judy está na sua segunda gestação, esperando gêmeos); Benji Man TV, no qual o marido de Judy concentra suas produções nas temáticas de comidas e chás, fazendo receitas e resenhas de produtos; e *BellezaConJudy* no qual Judy aparece fazendo seus tutoriais de maquiagem, comuns no segundo canal citado aqui, mas com uma voz *over* que a dubla em espanhol.

Nossa observação se deu de duas formas, a primeira observando os vlogs (contorno do *corpus*) e, em um segundo momento, abrimos rapidamente nosso campo de observação para o tutorial, gênero audiovisual que mesmo não estando no escopo de seleção para o *corpus*, neste caso dos canais de Judy, provocou reflexões interessantes sobre o nosso objeto e sobre o platô cotidiano²⁰. O primeiro vlog que realizamos o *scanning* foi o “JULIANNA GETS A HAIRCUT!!! - January 17, 2014 – itsJudysLife”, correspondente à figura 3. Ele começa com a usual frase de Judy que ela utiliza para abrir todos os vlogs: *Good Morning!* Essa expressão, muitas vezes é direcionada para alguém, ou Juliana ou Benji, mas em alguns casos, como o deste vídeo que selecionamos, é direcionada para a câmera.

Percebemos que o casal tem uma dinâmica de gravações intensa pois, nos parece que os dois possuem uma câmera e registram os momentos diários. Dizemos isso pelo fato do vídeo ser montado de tal forma que nos dá a impressão de uma linearidade simultânea, exibindo afazeres tanto de Benji como de Judy. A partir do primeiro segundo de vídeo (depois da vinheta de abertura), vemos uma primeira cena em que Judy está acordando e, logo aos 11 segundos de vídeo, há um corte para a cozinha onde Benji está preparando o café da manhã. Este primeiro movimento, que diz respeito à técnica audiovisual mostra-nos uma estratégia do casal, que nos faz entender a continuidade simultânea deste momento matinal. Em outras palavras, a edição do vídeo leva-nos a entender que, enquanto Judy está acordando, o marido está na cozinha. É claro que estes dois atos podem não ter sido realizados simultaneamente, mas o vídeo mostra-nos essa duração a partir de dois pontos de vista.

²⁰ Por este vídeo não se configurar como um vlog, e sim como um tutorial ele será assinalado de forma diferenciada ao longo do texto e do mapa, deixando clara a sua diferença em relação aos outros vídeos.

Figura 3 - JULIANNA GETS A HAIRCUT!!! - January 17, 2014 - itsJudysLife - Canal: itsJudysLife



Benji provando o *smoothie* que preparou para o café da manhã. Fonte: YouTube, 2014²¹.

O vídeo segue mostrando os acontecimentos do dia do casal e da filha e aos 2 min 48 s, Judy aparece no quarto explicando que como Benji retornou da caminhada e está cuidando de Juliana, ela pode filmar o vídeo tutorial daquele dia. Após a filmagem, eles brincam com a criança e saem para uma consulta médica, vão ao mercado, mostram as compras e retornam para a rotina dentro de casa. Nossa intenção ao fazer esse pequeno resumo do vídeo é enfatizar que a matéria-prima dele e, consecutivamente deste platô, são os acontecimentos habituais, ou seja, exploram-se os acontecimentos da vida nos vídeos.

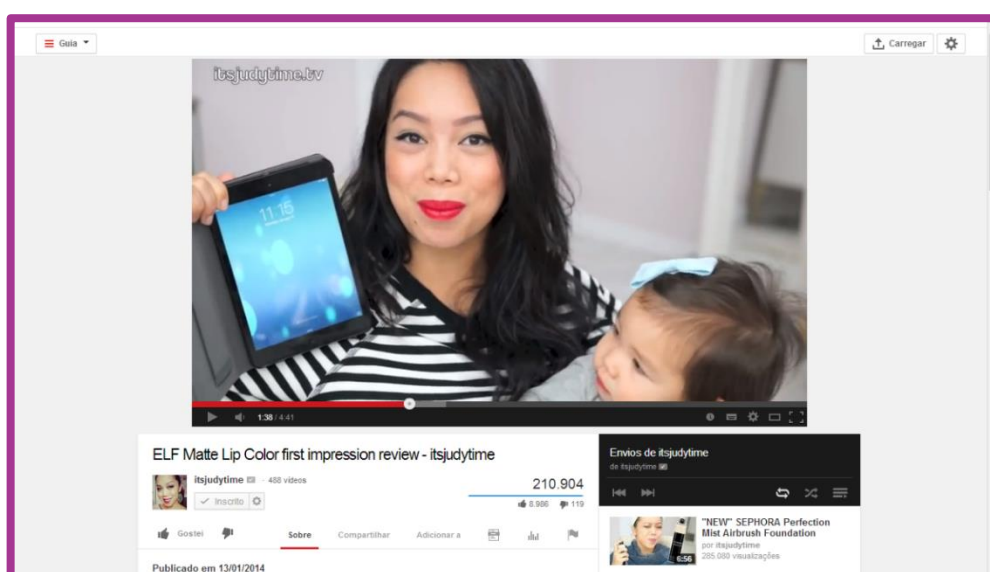
Nossa segunda inserção no universo de vídeos do casal se dá percebendo que apesar da “variedade” de canais citada anteriormente, há uma constante que gira em torno do cotidiano. É claro que procuramos deter-nos apenas ao primeiro canal (*It's Judy's Life*), pois ele se declara como um canal somente de vlogs, mas conseguimos ver movimentos reterritorializadores do cotidiano e do vlog em todos os outros, até mesmo nos canais de beleza, com os vídeos tutoriais que não são vlogs. Vemos essa característica nos vídeos do canal (*It's Judy's Time*), onde a protagonista faz tutoriais de maquiagem e resenhas que se destacam pela adoção dos conhecidos “testes de durabilidade do produto”, explicamos: geralmente os tutoriais de maquiagem são muito diretos, as protagonistas mostram apenas como fazer aquilo proposto e falam suas impressões sobre os produtos, gerando um vídeo rápido, com poucas ou nenhuma mudança de cenário e de edição. Judy realiza suas produções de forma diferente, explorando também o que acontece no seu dia. Ela inicia alguns de seus vídeos tutoriais falando dos produtos e faz a maquiagem. O

²¹ Acessado em 22/01/2014. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=cZyZ3tAsACU>>.

importante é que ela mostra o horário em que está realizando este ato, às 8h da manhã, por exemplo, e mostra para a câmera o relógio e sai para fazer suas atividades. A intenção é que vejamos como o batom reage ao dia a dia dela, se ele dura de fato. É claro que ela não explora tanto seus afazeres diários como acontece nos vlogs e, portanto, não explora diretamente o que estamos considerando como vlog, mas o comprometimento em mostrar como a maquiagem está no rosto, quais foram suas modificações ao longo do dia e se realmente ela possui a durabilidade que prometeu, é evidente e mostra um diferencial nos vídeos de Judy. Dizemos que há um processo de reterritorialização em andamento pelo fato do cotidiano, vir de outra prática, a dos vlogs, se reterritorializar nestes tutoriais pelo fato da *videologger* incorporar o objetivo do tutorial ao seu dia, ou melhor, por usar o seu cotidiano em prol desse objetivo. Nestes casos, o cotidiano acaba aparecendo nos momentos em que Judy mostra-nos indiretamente, com pequenas inserções visuais, o que fez ao longo do dia que influem na maquiagem utilizada.

Esse tipo de movimento dito acima pode ser visto no vídeo correspondente à figura 4, nele, Judy faz uma resenha de um batom. Aos 1 min 36 s, após aplicar o produto, ela mostra a hora no seu *tablet* (11 h 15 min) e avisa que volta em algumas horas para checar o produto. Aos 1 min 45 s, após três horas e meia de aplicação (14 h 40 min), Judy, em outro cenário, fala que voltou de um almoço em que comeu bastante e que precisou usar o guardanapo diversas vezes e que muito do batom acabou saindo com esse contato. Ela faz seu diagnóstico, reaplica o produto e retorna com passar de 8 horas, às 22 h 47 min, finalizando sua resenha com as impressões gerais.

Figura 4 - ELF Matte Lip Color first impression review – Canal: itsjudytme



Judy mostrando a primeira aplicação do batom. Fonte: YouTube, 2014²².

²² Acessado em 14/01/2014. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=2zdGxfQIBhQ>>.

Este vídeo territorializa especialmente uma experiência calculada sobre a durabilidade de determinados produtos, mas contém a potencialidade do coloquial, do dia a dia que é natural de outros momentos, dos vlogs do cotidiano, por exemplo, que são feitos para o canal *It's Judy's Life*. É claro que este vídeo baseia-se em experiências vividas pela *videologger* e adota uma forma de narrativa bastante informal, o que poderia colocá-lo no platô do cotidiano. Entendemos, contudo, que ele apenas aproxima-se desse platô e cria linhas de conexão com ele, configurando-se menos pela intensidade do cotidiano e mais pela proposta de ensinar o modo adequado de fazer e de avaliar as qualidades de produtos, já que sua meta primeira é ser um tutorial/resenha. Retomamos, mesmo que os tutoriais de uma forma geral não façam parte do nosso escopo de observação, este, de uma forma muito particular, nos traz contribuições interessantes para pensarmos os próprios vlogs.

Com o movimento do *pouso* e do *scanning* foi possível notar que o platô do cotidiano, ao contrário dos outros, não foi composto de vídeos que apresentassem uma diversidade na maneira de narrar seus acontecimentos e sim, apenas no que diz respeito ao conteúdo/pauta. Em outras palavras, os vídeos acabaram nos mostrando, quase sempre, uma semelhança grande na forma audiovisual de tratar esse cotidiano pela presença de códigos como a câmera na mão, o direcionamento do protagonista para a câmera, o tipo de enquadramento, além do mesmo discurso, buscando mostrar o dia a dia de maneira informal e apresentando acontecimentos corriqueiros. Podemos encarar esse dado como algo excludente, ou que anularia a relevância deste platô por não ter, aparentemente, uma complexificação que vem da diversidade. Mas, por outro lado, podemos ver isso como um sintoma deste tipo de vídeo, que nos fala o quanto se produz mais do mesmo quando a intenção é falar sobre o cotidiano.

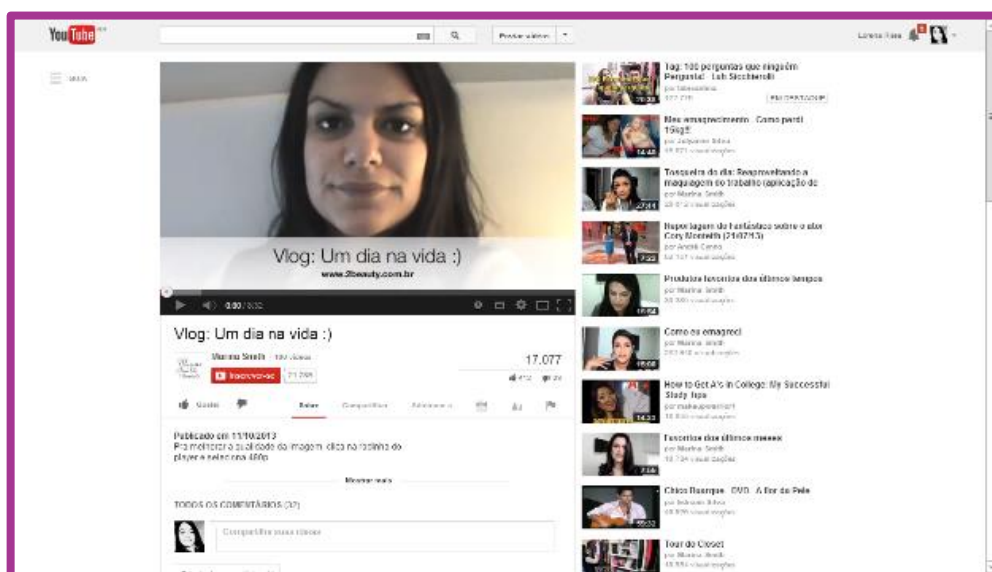
Essa repetição de formato pode vir do fato do dia a dia ter sido um dos temas que mais foi publicizado ao longo do tempo, nesse tipo de vídeo de internet. Uma vez colocado em prática, esse formato temático foi bem aceito e, talvez por sua fácil abordagem, tenha sido reproduzido por inúmeros *videologgers*. O cotidiano, então, passou a constituir-se com intensidade, trazendo ritmos marcados pela coloquialidade.

Lembremos os primórdios da prática do registro do cotidiano com o conhecido diário de bordo. Essa ferramenta era usualmente utilizada por marinheiros, com o objetivo de registrar os acontecimentos mais importantes do dia para que outros navegadores, no futuro, pudessem ter conhecimento sobre estes fatos. Além desse exemplo de uso, temos os diários de campo utilizados por antropólogos e por pesquisadores de outras áreas que saem a campo fazendo algum tipo de observação. Ele serve também para o registro de informações sobre o que foi realizado naquele

dia em prol da pesquisa. É certo que o que acontece com os vlogs é algo que está em outro patamar, e por isso, fica claro que o cotidiano para os vlogs é algo que está em outra instância que não a do registro com o objetivo de organizar e documentar informações que serão usadas e/ou retomadas adiante como referência. O cotidiano abordado pelos vlogs tem relação mais estreita com os diários individuais em que se escreviam/contavam ações do dia a dia apenas como uma forma de verbalizar o que tinha acontecido, tendo por meta o registro para a memória do próprio escritor, já que estes textos eram de domínio particular. Os vlogs seguem essa mesma linha com o diferencial de se publicizarem, de tornarem de domínio público aquilo que comumente era entendido como privado. Assim, é característica desse platô tornar midiaticizado a coloquialidade da existência de indivíduos comuns, que não buscam registrar informações de referências, mas sim registrar a trivialidade para que o produtor (autor) torne-se a referência. De certa forma, do ponto de vista de um mundo produtivista, podemos entender esse platô como registro e publicização da banalidade.

Para esclarecer de que modo estes vídeos assemelham-se nas suas formas, vejamos o caso do vídeo da *videologger* Marina Smith (Figura5). Nesta produção, a protagonista escolhe mostrar seu dia desde o momento em que acorda até o momento em que vai dormir. Ainda na cama, de manhã, ela fala sobre sua agenda para o dia e inicia uma narrativa cheia de cortes, dinâmica e que se caracteriza pela rapidez com que ela retrata os acontecimentos.

Figura 5 - Vlog: Um dia na vida :) – Canal: Marina Smith



Marina ao acordar. Fonte: YouTube, 2013²³.

²³ Acessado em 30/12/2013. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=DQKF5Zqf9Fk>>.

Assim, nessa escolha pela quantidade de momentos abordados, ficam implícitos ou ainda não são mostrados em sua totalidade vários instantes do dia como o café da manhã (só aparece o que ela vai comer), a academia (ela apenas chega ao local) e o banho (ela apenas anuncia-o). Marina só realiza e mostra com mais detalhe, de fato, duas ações: uma visita em uma loja de roupas que pertence a um membro da sua própria família (Figura 6) e no final do vídeo mostra o que vai jantar (Figura 7). Neste último momento, o cotidiano que tanto interessa-nos surge mais evidente quando a protagonista abre a geladeira e pensa conosco (espectador) o que vai fazer para jantar: “- Será que eu coloco uma manjerona no meio? Eu gosto de colocar um pouquinho de tempero! Que mais?”. Ela ainda completa: “Essa é minha geladeira *people!* Uhu! Loucura!”.

Figura 6 - Marina na Loja



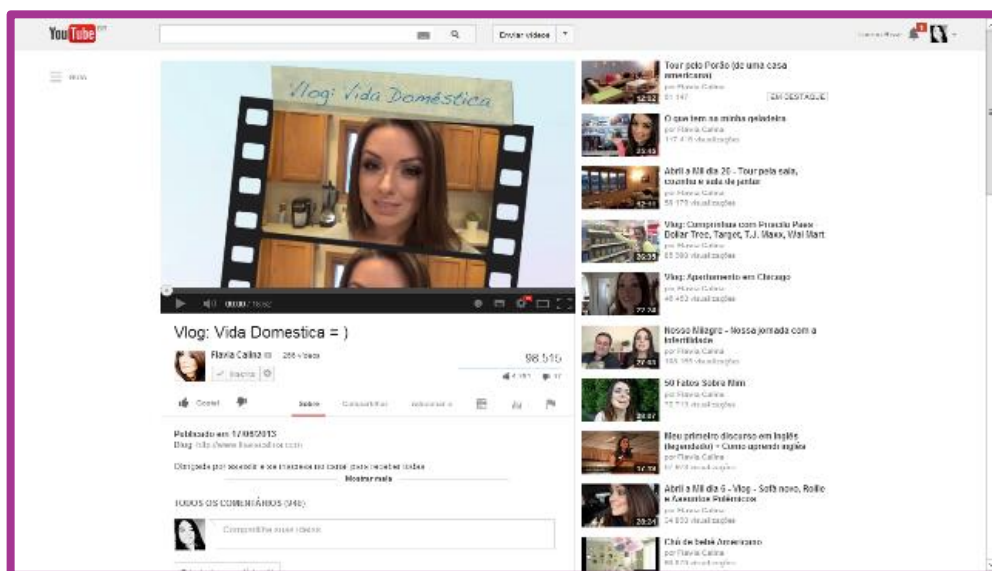
Figura 7 - Marina preparando o jantar



Ao relatar o que tem na sua geladeira, ela conecta o compartilhamento de momentos da vida comum, coloquial a níveis mais aparentes, fazendo o vídeo assemelhar-se ainda mais a uma conversa comum pelo seu grau de informalidade. Ela nos mostra o que há nas prateleiras do eletrodoméstico, sem parecer glamourizar este fato, apenas filma e, por meio disso, convida a conhecer aquele instante corriqueiro de sua vida.

O vídeo da *videologger* Flavia Calina (Figura 8), assim como o de Marina, assume a mesma característica de ser diferente no conteúdo específico, mas semelhante na forma de se constituir “audiovisualmente”. Vejamos, dessa vez a protagonista fala sobre como é um dia de faxina, que produtos usa e quais eletrodomésticos tem. O conteúdo específico mudou com relação ao primeiro, mas a intensidade do mote que se configura na narrativa ainda é o cotidiano banal. Da mesma forma que a *videologger* anterior, a protagonista deste vídeo direciona-se para a câmera e guia nossa experiência com a câmera na mão.

Figura 8 - Vlog: Vida Doméstica =) - Canal: Flavia Calina



Flavia abrindo o vídeo. Fonte: YouTube, 2013²⁴.

Apesar do tema (faxina) ser algo comum, Flavia fala “- Até nisso vocês vão me acompanhar”, e, realmente, ela filma e mostra passo a passo como faz para manter sua casa limpa, começando pela cozinha (Figura 9) e terminando pelo banheiro (Figura 10). Apesar de este vídeo possibilitar um aprendizado a partir da sua visualização, ele não se configura como um tutorial pelo fato de Flavia não ter como objetivo ensinar como limpar uma casa, e sim mostrar um dia em que ela está faxinando. O espectador pode aprender algo do vídeo, é verdade, mas isso seria apenas um resultado desta veiculação da faxina, mas não é a meta do vídeo.

Além da limpeza, ela mostra as diferenças entre os cômodos dos Estados Unidos, país onde mora atualmente, e do Brasil, além dos produtos de limpeza que são vendidos naquele país. Isso aparece na figura 10, a qual mostra uma “esponja” de limpeza do vaso sanitário que por meio de uma haste comprida não permite contato entre a mão de Flavia e o vaso.

Ao vermos isso, podemos pensar será que Flavia não está fazendo um *merchandising* destes produtos, assim como faz com os de maquiagem que recebe das lojas para realizar resenhas²⁵? Pois bem, até ela mesma questiona “o porquê” de fazer um vídeo desses e informa que este foi um pedido de espectadores, que entraram em contato pedindo para que ela

²⁴ Acessado em 16/01/2013. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=t3ocufIReZ4>>.

²⁵ É comum que blogueiras e *videologgers* de sucesso recebam produtos de lojas de maquiagem e de produtos de beleza em geral, para que façam uso nos seus vídeo. Esse movimento tornou-se mais comum depois da criação de mais este nicho mercadológico que surge com a consolidação dos blogs e videologs como espaços de força de consumo, que podem impulsionar a venda de produtos a partir da relação da marca com a imagem das protagonistas.

mostrasse como ela arrumava a casa e que produtos de limpeza eram usados. Além dessa demanda do seu público, Flávia também reconhece que esta produção vem também da vontade de inovar, da “novidade” que esse vídeo traz em relação aos que ela havia postado. Ela diz: “Hoje eu tenho que fazer isso [limpar a casa], eu pensei porque não mostrar como eu faço, o que eu faço, que produtos eu uso”. A lógica que se constitui aí é a de porque não mostrar, ao invés do porque mostrar.

Figura 9 - Limpando a pia

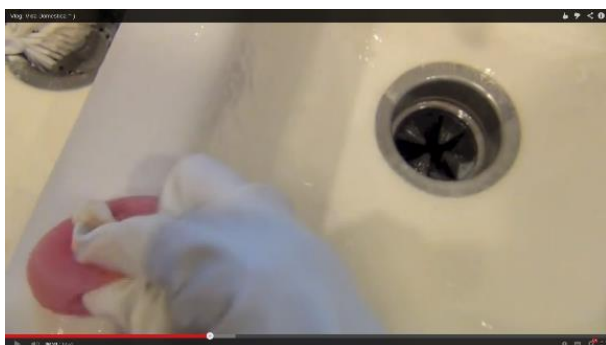


Figura 10 - Limpando o vaso sanitário

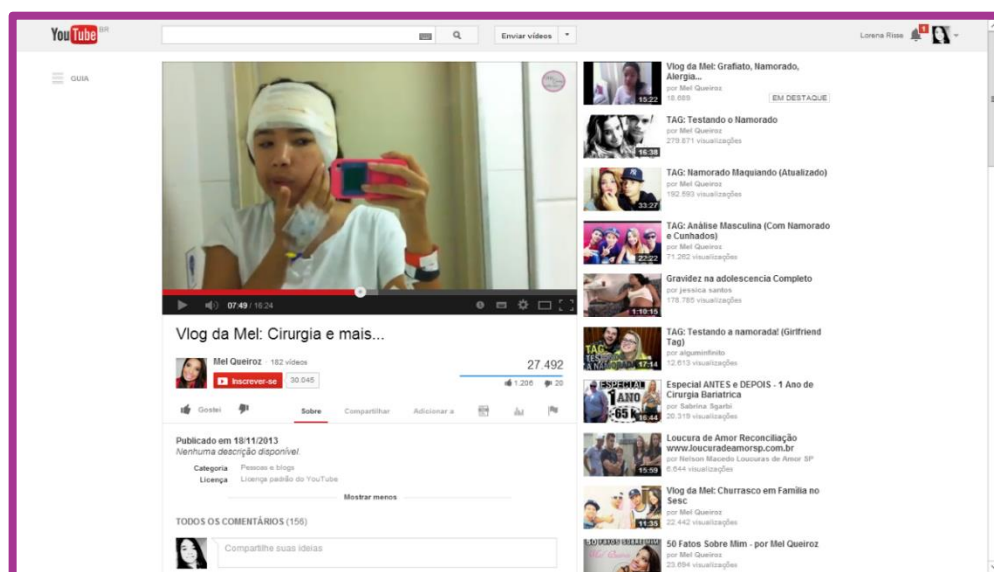


Sabendo desse contorno dos vídeos, percebemos que o que pode fascinar neles é, por um lado, o conhecimento do que não é nosso, daquilo que é dos outros e que, a partir destas superfícies audiovisuais, torna-se visível e conhecível. A lógica que se mostra na procura pelos sentidos de publicização da vida cotidiana nestes vídeos foi ao encontro da fascinação pela vida alheia que, no final das contas, acaba sendo íntima, privada, afinal poucas pessoas vão convidar um desconhecido para entrar em casa e mostrar como funciona a máquina de lavar louças (como Flavia mostra), e nem vão convidar alguém desconhecido para entrar no carro só para acompanhar uma pessoa na ida até a academia, como Marina faz. Essas práticas de publicização do cotidiano desenvolvem-se a partir das possibilidades da internet e da cultura que instauram este espaço em que o coloquial, o banal, assumem certa relevância, e que nos aproxima na virtualidade ao mesmo tempo em que nos mantém distantes geograficamente uns dos outros (SANTAELLA, 2003).

Mudando um pouco o direcionamento do nosso trajeto neste platô, passamos a observar o vídeo correspondente à figura 11. Ele mostra outra configuração do cotidiano que nos afeta pela real potência da subjetividade publicizada. Ou seja, faz-nos refletir sobre as lógicas dos indivíduos para desenvolver essa exibição. Nos vídeos anteriores, vimos uma construção do cotidiano mais banal, mais “soft” e sutil, a qual nos identificamos sem muitos questionamentos, pelo fato de serem situações ordinárias, nas quais se admite filmar, editar,

mostrar para o outro. Agora, o que pensar sobre pessoas que se encontram em uma situação que demanda cuidado e *repouso*, por exemplo, e desviam tempo de recuperação e tratamento para documentar seu cotidiano em prol do olhar do outro. É isso que se passa no vídeo a seguir. Nele, Mel Queiroz, *videologger* paulistana de 16 anos, retrata o dia em que realiza uma cirurgia para corrigir a articulação da mandíbula.

Figura 11 - Vlog da Mel: Cirurgia e mais... - Canal: Mel Queiroz



Mel, no banheiro mostrando o resultado do pós-operatório. Fonte: YouTube, 2013²⁶.

Ao nos depararmos com o vídeo nos impactamos pois nele fica mais evidente como há a criação de uma necessidade de compartilhar a intimidade, ou ainda pela aparente certeza de que os outros realmente querem saber sobre o que se passa na vida particular de determinada pessoa. Ao longo da produção de mais de 16 minutos, a protagonista sabe que o dia será de cuidados, de preparação e que será difícil filmar em alguns momentos, mas faz questão de evidenciar seu comprometimento com a proposta do vlog, ela diz: “- Eu não sei se vai dar pra filmar, mas eu vou fazer o possível”. É importante observar que o objetivo de Mel Queiroz não é o de registrar informações sobre a cirurgia, mas o de retratar o seu momento pessoal no hospital.

O cotidiano no vídeo de Mel, assim como o mostrado nos outros, é tratado com naturalidade que é evidenciada pela informalidade na fala da protagonista que parece não entender ou não se importar com a complexidade do procedimento que está prestes a realizar: “- Eu tô com a roupa de cirurgia já, e daqui a pouco vão vim trazer um anestésico pra me

²⁶ Acessado em 16/01/2014. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=ox3HPKJgej0>>.

chapar um pouco já e depois vou pra cirurgia”. E mais, ela mostra, rindo, no espelho, a roupa de cirurgia: “Esse é o look do dia de hoje”.

Mais adiante, aos cinco minutos de vídeo, Mel já aparece no quarto, sendo cuidada pela avó (Figura 12) e, a partir de então mostra a dificuldade do pós-operatório, dor no maxilar, impossibilidade de mastigação, tontura, inchaço e dor na região do procedimento. Aqui, vemos uma imagem que nos gera a dúvida se é ela quem está filmando (até neste momento) ou se passou esta incumbência para um acompanhante. Independente de quem está filmando, fica evidente a necessidade de prosseguir com a filmagem, pois este momento, por mais que desfavoreça sua imagem (beleza), também compõe o leque de acontecimentos desse dia no hospital e merece ser mostrado, seguindo firme com a proposta do vlog. Depois dessa passagem, ela exhibe o momento da tirada das ataduras da cabeça, as refeições e a volta para casa.

Figura 12 - Mel recebendo cuidados



Nestes cinco vídeos, vemos que o cotidiano para a subjetividade publicizada por vlogs é aquele em que não há momentos que não possam ser mostrados. Pelo contrário, a maioria dos instantes, independente do seu apelo ser mais privado ou mais comum, podem ser compartilhados, justamente pela constituição do desejo coletivo de observar, do desejo de entender e ver o que se passa na vida alheia. Estabelece-se aí a potencialidade para um voyeurismo do banal. Obviamente, outros vídeos coletados também trazem intensidades e ritmos do cotidiano publicizado que também poderiam ser abordados aqui, mas são abordados no mapa e no esquema apenas. Eles relatam a mudança de apartamento, o conteúdo da

geladeira, a organização da penteadeira, entre outros²⁷. Para evitar a repetição, optamos apenas por explorar nesse texto os cinco citados.

Foi a partir deste platô que percebemos que as experiências da vida cotidiana, sejam elas quais forem, passam a ser vividas de uma forma específica, quando publicizadas. Passam a ser experimentadas, vividas com uma vontade não só de vivê-las, mas de exibi-las, mais ainda: de compartilhá-las. Nesse processo, aquilo a que não se atribuiu valor, que passa despercebido, que é banal, torna-se importante, ocupa espaço midiático e adquire reconhecimento (pelo menos entre os espectadores que acessam a página).

4.2 PLATÔ FAMÍLIA

Nosso segundo exame atento dos vídeos revela-nos que a vida familiar também se constitui como uma pauta dos vlog e, como tal, torna-se um construto, ou seja, uma esfera visivelmente atravessada por códigos da prática da publicização. Os códigos que mais se repetiram no *pouso* e no *scanning* foram aqueles que enfatizaram a procriação, seja ela na surpresa ao contar a notícia de um teste de gravidez positivo, seja pela exibição de momentos do parto, seja pelas diversas festas em família. Estes aspectos configuram-se como as linhas de segmentaridade que operam sobre a estratificação, ou seja, articulam-se e territorializam a paisagem a ser cartografada. Além delas, observamos ainda a composição de uma família formada por um núcleo primário de pai, mãe e filho(s), podendo organizar-se com indivíduos com outros graus de parentesco também. Assim, o platô família ainda traz bastante intensidade, nos vlogs observados, sobre os sentidos de grupo social primário que se estabelece no âmbito doméstico. Obviamente, as linhas de fuga também se estabelecem, conforme será abordado mais adiante.

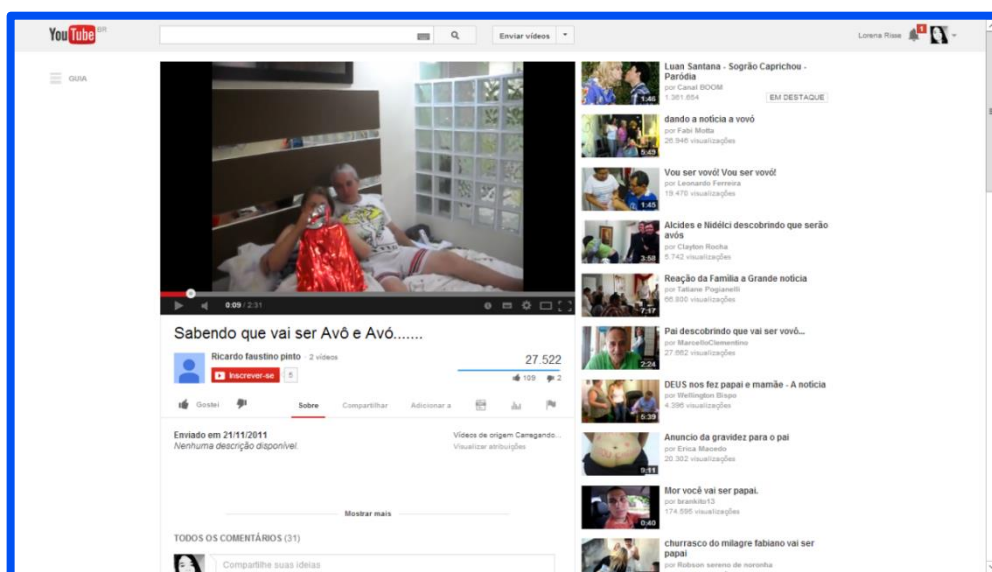
Nossa primeira experiência inicia com o primeiro vídeo deste platô (Figura 13), no qual um casal resolve documentar o momento em que avisa a família que eles irão se tornar pais. Este momento de revelação começa com a entrega de um pacote de fraldas como presente que, quando aberto, funciona como um “clique” na mente dos futuros vovós, que se dão conta da intenção dos filhos.

Olhando detalhadamente o vídeo, percebemos que, de um lado, há esse planejamento por parte do casal que pensa no encadeamento de atos que irá resultar na descoberta da gravidez, mas, por outro lado, há a possibilidade de imprevistos já que os avós,

²⁷ Estes outros vídeos podem ser encontrados no CD apresentado junto com este texto, bem como no mapa das conexões.

aparentemente, não estavam esperando pela filmagem e nem pela notícia. Isso porque estes últimos estão na cama, com roupas de casa (camiseta e short) e assistindo à televisão, quando são abordados e surpreendidos. Com a descoberta, há uma comoção por parte de todos percebida por meio dos abraços, lágrimas, felicitações e planos para o futuro que nos revelam a intensidade que a possibilidade de um neto e um filho tem na vida deles.

Figura 13 - Sabendo que vai ser Avô e Avó..... - Canal: Ricardo Faustino Pinto



Fonte: YouTube, 2011²⁸.

Ao longo do *rastreio*, observamos que há uma grande quantidade de vídeos que publicizam este momento da descoberta da gravidez, tanto para os pais quanto para os avós ou outros entes familiares. Com esse crescimento da prática, acaba se instaurando na cultura formas de como viver este momento, que não são de apenas contar a notícia, mas sim de pensar uma maneira (seja ela simples ou não) de tornar este momento publicizável. Um fato que, apesar de ter como protagonistas apenas os familiares, não interessa mais somente para a família, mas a todos os que acessam o canal e o vlog.

A família territorializa-se nesse vlog por meio de sentidos de procriação, de gestação, conforme a temática trazida por Faustino (*videologger*), mas também mostrando a importância do parentesco, já que os protagonistas são os avós. Vídeos como este territorializam a família em seu conceito mais tradicional, encaminhando para a solidificação da formação de um núcleo familiar elementar de pai, mãe, filho(s), avós e, dessa forma, seguindo os formatos tradicionais desse grupo social primário e doméstico.

²⁸ Acessado em 31/12/2013. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-3eNGmSNo9s>>.

O momento de dar a notícia sobre a gravidez para a família pode ser visto como ato que passou a ser modelizado também pelas tecnologias e pelas práticas que surgem a partir delas e, por isso, passa ser vivido de forma diferenciada. Refletindo sobre modelizações, retomamos aqui, o que Flusser (2007) observa sobre os atravessamentos da cultura nos atos que pertencem à primeira natureza, ou seja, como as lógicas dos contextos culturais passam a modificar os modos de ser dos indivíduos, desde seus atos mais primitivos como o sexo, amamentação, etc., até os mais artificiais. No vídeo intitulado “Bebê linda mamando!” (Figura 14), esta reflexão de Flusser (2007) sobre a primeira e segunda natureza, tratadas no capítulo teórico, pode ser vista com mais clareza. No vlog, ao longo de quase quatro minutos, há um enquadramento fechado que mostra um seio visto de cima (visão da mãe) e uma criança tentando mamá-lo. Em uma concepção geral sobre amamentação, a mãe sempre é incentivada a ajudar seu filho a encontrar a melhor maneira de desenvolver o ato, que nem sempre é fácil. Percebemos, a partir do enquadramento, que, neste vlog, a mãe segura a câmera com uma das mãos, enquanto que a outra ela destina para segurar a criança. Isso acarreta uma dificuldade visível da criança de alcançar o seio e mantê-lo na boca, chegando muitas vezes a não conseguir e apenas lambê-lo. É importante lembrar que o ato da amamentação, que a princípio é de natureza primária, é socialmente construído para ser um momento de dedicação, de troca entre mãe e filho e de realização da mulher. Contudo, quando ele é midiaticizado passa a não mais corresponder a esta expectativa somente e modifica-se pela necessidade criada de publicizar o momento. Trata-se de um ato da primeira natureza, sendo atravessado por questões culturais, tornando-se parte de uma segunda natureza (artificial).

Além disso, a mãe deixa claramente a criança nesta situação de dificuldade por não estar segurando-a de maneira adequada, pelo fato de estar dividindo atenção e, inclusive, o corpo com a prática da publicização.

Figura 14 - Bebê linda mamando! - Canal: Thiago Oliveira



Criança sendo amamentada. Fonte: YouTube, 2013²⁹.

A constituição da instituição familiar também acaba se atualizando em frente às câmeras em outro audiovisual deste platô: “MEU PARTO NORMAL – NASCIMENTO DA BABY V”. Nos 26 min 15 s de produção (Figura 15), a protagonista, Flavia Calina e a mãe narram todo o período de trabalho de parto, desde o momento em que saem de casa até o ápice do dia, quando a criança nasce. Começamos nossa inserção observando o que se passa a partir dos 02 min 18 s, quando a família chega ao hospital: Flavia fica sentada na cama, rodeada por equipamentos de monitoramento, já vestida com a roupa de paciente, ao mesmo tempo em que está fazendo sua maquiagem. Ela explica que como a criança ainda está longe de nascer: “Dá tempo de fazer minha maquiagenzinha!”.

Este fato revela que apesar deste material ser um vlog, ou seja, um vídeo que realmente acompanha o cotidiano dela, ele nos evidencia a preocupação da protagonista com a aparência e um cuidado com o preparo da própria imagem, o que incita a ideia de construto, da *natureza do vídeo* que incide sobre a *natureza da vida*, que abordamos no capítulo 3 desta dissertação.

Essa constante vigilância acontece principalmente pela reputação e abrangência que o videolog alcançou com mais de 140.000 pessoas inscritas (até esta data, 23/01/2014). Em outras palavras, ao mesmo tempo em que tantas pessoas assistem-na, participam do seu universo, há claramente essa constituição de vigilância que coage e contribui para a reprodução de uma subjetividade que se publiciza e “ensina” que quem quer ser visto tem que

²⁹ Acessado em 23/01/2014. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=GI7hpKcrnEA>>.

parecer bem apresentado, de modo a ser “digno” dessa visualização. Podemos dizer isso pelo menos sobre o nicho de espectadores que Flavia convive: o feminino.

Essa vigilância detectada em relação ao como se mostrar só faz com que a ideia da subjetividade fabricada, discutida no segundo capítulo, propague-se mais, pois Flavia acaba sendo uma agente reprodutora deste desejo de boa aparência e de publicização. Na verdade, todos os que fazem e aparecem nos vídeos que habitam nosso universo de observáveis - e constituem-se como nodos desta rede do fluxo de acontecimentos da vida que buscamos apreender – colocam-se, de alguma forma, como *clusters* disseminadores do exibicionismo, ou seja, são figuras-chave na constituição de uma subjetividade publicizada.

Voltando ao vídeo, a partir do momento em que Flavia está no hospital, a produção mostra-nos a relação dela com as enfermeiras, com o marido e com os outros acompanhantes em uma ocasião de extrema intensidade emocional, a qual antecede um momento de tensão física (parto) e também psicológica, já que haveria o nascimento da filha tão esperada. Apesar de toda a movimentação em torno de Flavia, ela não perde este *feeling* de narradora, de contadora da própria história, que se mostra a todo o instante quando ela dirige-se para a câmera e fala da sua experiência naquele instante.

Com toda essa dedicação em compartilhar sua experiência, era esperado que o parto de fato fosse mostrado, mas não. No instante em que Flavia começa a fazer força para parir a menina, a câmera focaliza o rosto dela, no intuito não só de captar a emoção da mãe, mas também de não divulgar este “nível” de exposição corporal da protagonista. Esta opção de enquadramento diz muito mais do que uma informação técnica, informando-nos sobre que tipo de imagem do seu parto Flavia quer construir, uma imagem de um parto bonito, com poucas intervenções médicas e com a ausência de uma referência de nascimento baseada nesse impacto que a uma imagem de uma vagina expelindo um bebê causaria.

Figura 15 - MEU PARTO NORMAL – NASCIMENTO DA BABY V - Canal: Flavia Calina



Fonte: YouTube, 2013³⁰.

Este vídeo em especial dá vida a um dos relevos de mais amplitude dentro da composição do complexo de vídeos que publicizam acontecimentos da vida cotidiana que tentamos acompanhar aqui, pois ele traz à tona a publicização de um momento de intensidade para a constituição deste platô família. Dizemos isso por crer que, da forma mais tradicional da sociedade entender família, essa instituição ainda não estava completa sem a possibilidade de um filho, no contexto de Flavia, assim como no contexto do vídeo dos avós (Figura 13). Com este evento, como dissemos anteriormente, a família territorializa-se em frente às câmeras, transformando um casal com problemas de fertilidade³¹ em uma família que, finalmente, pode viver e compartilhar com o mundo o momento em que se constituiu de fato.

Além disso, o vídeo de Flavia possui potência para estar presente em outros platôs. Ele constitui-se também como parte do platô empatia, que falaremos adiante, pois há uma grande carga emocional desencadeada na hora parto, muito pela história de vida da narradora, mas também pelo tamanho e valor simbólico que a gravidez e o nascimento têm na cultura ocidental; e também do platô técnica audiovisual por trazer sentidos construídos por meio do uso de recursos de filmagem e pós-produção.

³⁰ Acessado em 07/01/2014. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=7jydpn0j2AE>>.

³¹ Ao longo de todo o casamento, Flavia e Ricardo tentaram engravidar e não conseguiram. O canal foi um espaço que eles encontraram para publicizar o problema da infertilidade, para mostrar alternativas de como passar por isso, além de apresentar alguns tratamentos feitos pelo casal para gerar uma criança. Com isso, Flavia tornou-se uma porta voz dessa causa, sendo um alvo em que muitos casais que passam pelo problema espelham-se.

Além dos sentidos de gravidez e de procriação, a família pode territorializar-se de outras formas. O vídeo “Festa Família Jardim 22/04/2011 Parte II” funciona como um vlog que nos mostra a formação familiar não mais aglutinada no centro pai, mãe e filho(s), e sim se expandindo para outros graus de parentesco. O vlog (Figura 16) publiciza um dia em família, explorando os atos que são comuns a estes momentos de reunião familiar, como a conversa, a descontração e as trocas afetivas.

Apesar da aparente simplicidade deste vlog, conseguimos visualizar um movimento que é referente à adoção de um grupo familiar inteiro como um protagonista e não de um indivíduo isolado – sendo que este último modo é mais comum nos vlogs. Isso revela um sentido sobre família que parte dessa amplitude dos laços de parentescos.

Figura 16 - Festa Família Jardim 22/04/2011 Parte II - Canal: Junior Jardim



Fonte: YouTube, 2013³².

Em uma quinta abordagem sobre a família nos deparamos com um vlog que se comporta como uma linha de fuga em relação aos outros vídeos. Trata-se da produção “Pergunte a Uma Família Gay - Episódio 1 – Daniel”, na qual um casal homossexual dispõe-se a responder perguntas sobre a vida em família e publicizar os valores que construíram ao lado de seus dois filhos adotados.

Vemos este vídeo como uma produção que rompe com os sentidos de família constituídos nos vídeos anteriores, por ele mostrar outra configuração desta instituição, apresentando uma que se baseia na união de pessoas do mesmo sexo e que publiciza como o

³² Acessado em 23/01/2014. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-AFdJK5ykAk>>.

processo de adoção é possível nesses casos. Na verdade, o vídeo não só mostra como é possível, mas também o quanto os pais, Jay e Brian, mostram-se carinhosos e empenhados em discutir formas de lidar com a discriminação em um sentido amplo.

Além disso, o vlog mostra que, apesar desta configuração familiar parecer destoar da socialmente instituída (mãe e pai), há a publicização de valores que são comuns nas duas formas de constituição desse grupo social. Ou seja, valores familiares que são partilhados tanto por pais homossexuais quanto por heterossexuais. No vídeo (Figura 17), esta família não se torna “especial” por conta desta condição dos pais, mas sim por outros motivos: pelo carinho evidente dos pais para com as crianças (beijos, abraços, fala doce), pela disponibilidade de discutir assuntos polêmicos (como a deficiência de um dos filhos) e que dizem respeito às suas vidas. A ideia de que eles acham-se tão normais quanto uma família heterossexual fica clara logo no início do vídeo, aos 1 min 24 s, quando Jay fala: “- Achamos que era muito importante mostrar para as pessoas como é a vida de dois homossexuais criando seus filhos e mostrar para as pessoas quão normal e chata é a nossa família, em relação à vida de qualquer outra pessoa aqui da Califórnia”.

Figura 17 - Pergunte a Uma Família Gay / Episódio 1 Daniel - Canal: depfoxbrasil



Fonte: YouTube, 2012³³.

Ao todo visualizamos cinco vlogs que nos dão sentidos diferentes sobre a família. O primeiro sobre a gestação, o segundo sobre o parto, o terceiro sobre a amamentação, o quarto sobre a constituição familiar no seu sentido mais amplo e o último sobre um núcleo familiar regido por pais homossexuais. A partir dessa multiplicidade, ficou claro que a subjetividade

³³ Acessado em 24/01/2014. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=WGWBm2m2L_Q>.

publicizada, ao incitar a produção destes vídeos, dá a ver um construto sobre família que gira em torno de uma configuração tradicional, mas que também vem tornando possível explorar outros feitos familiares como no caso do último vlog (vídeo de Jay e Brian). Isso abre um leque de possibilidades que se aproxima, e muito, da condição da vida cotidiana que também inclui e torna “natural” outras formações familiares, como avós que se tornam pais de seus netos por alguma razão, ou lésbicas que se tornam mães, ou até mesmo outras formações diferenciadas da família tradicional, como um núcleo com pais divorciados, ou pais com diferenças de idade consideráveis, etc. O importante é que a família mostrou-se como um tema produtivo para aqueles que querem publicizar a vida cotidiana.

4.3 PLATÔ MONÓLOGO

Este relevo configurou-se a partir vídeos que nos primeiros contatos, já observamos uma configuração audiovisual fixa e que deu origem a um gênero em especial que está dentro do nosso escopo de observação. Explicamos: o platô monólogo apresenta vlogs nos quais temos um protagonista conversando com a câmera sobre um ou diversos assuntos que variam em temática, em tipo de abordagem, em enfoque. Apesar de estes vídeos possuírem esta forma evidente, entendemos que eles constituem-se como vlogs, pois, assim como afirmamos anteriormente, apresentam um momento da vida, do cotidiano de uma pessoa que ao entrar em trânsito com o pensamento, com a câmera e com o ambiente que a circunda deixa fluir, deixa que a *natureza da vida* faça parte da *natureza do vídeo*. Além disso, deste contorno, observamos que, em todos os vlogs de monólogos, há a presença de características importantes que se resumem à configuração audiovisual desse tipo de vídeo. Basicamente, os monólogos possuem os seguintes códigos técnicos: primeiro plano adotado como enquadramento, câmera parada, presença do plano sequência e, quando há, alguns cortes sutis. A forma de uso das técnicas audiovisuais consolida a formação de sentidos de uma conversa pelo fato do protagonista olhar para a câmera fixa e pelo incitamento de uma relativa proximidade graças ao enquadramento e o plano adotado. Esse formato, em conjunto com a atuação do protagonista e com a temática escolhida para a conversa, constrói certa intimidade com o espectador, tornando-se possível explorar aspectos particulares de uma reflexão, contar vivências difíceis, tornar público o que era privado.

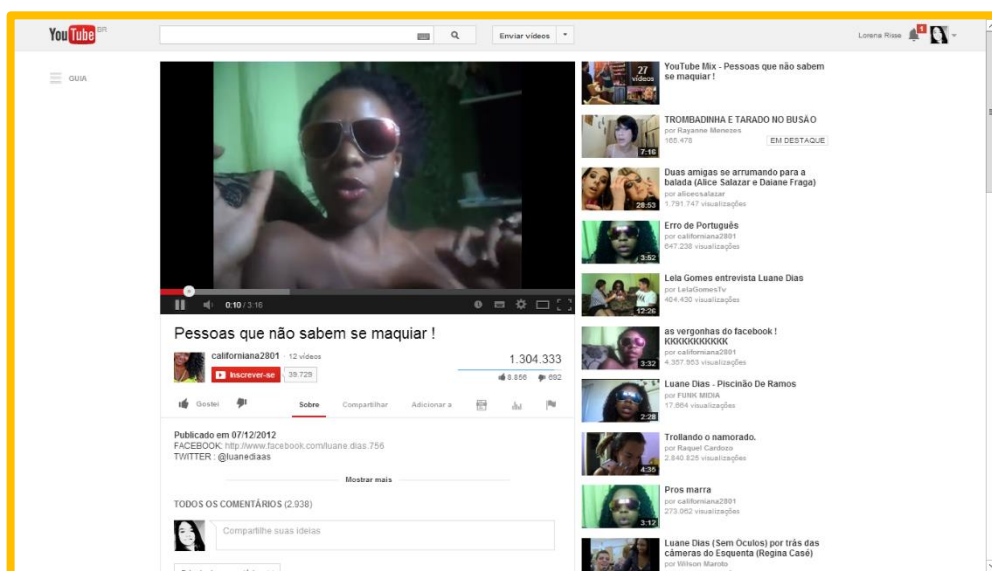
Percebemos também que, por vezes, esse platô intensifica os sentidos da performance da autoajuda, justamente por essa proximidade construída pelos códigos audiovisuais citados anteriormente. Outras vezes, o platô ativa a performance do confessor em que segredos são revelados e particularidades são compartilhadas. Nosso escopo mostrou-nos um apelo emocional

forte e que, mesmo que o protagonista escolha falar sobre um assunto externo a ele, o discurso sempre recai sobre as práticas e vivências de quem fala, sobre seu jeito de ser e nas decisões que teria tido. As afirmações constituem-se aparentemente de modo natural, independente da temática e o protagonista se pronuncia como se tivesse autoridade para discorrer sobre o assunto escolhido. O que prevalece no monólogo é o império da experiência vivida.

Vale a pena esclarecer que o nome deste platô quando lançado na busca do YouTube direcionou-nos para outros tipos de produções como monólogos teatrais ou cenas de novelas nas quais havia essa mesma configuração audiovisual que destacamos anteriormente. Mesmo assim, adotamos essa palavra por ela corresponder ao que o vídeo é e não ao que a lógica e a vizinhança de vídeos do YouTube diz sobre ele. Se fossemos guiar-nos por *tags*, por exemplo, esse tipo de vídeo poderia também ser chamado de bate-papo, conversa, entre outros nomes.

Vejamos o audiovisual correspondente à Figura 18, realizado pela *videologger* Luane Dias. Ele nos mostra claramente a importância dos elementos da casualidade e do ritmo da conversa na concepção do monólogo. Ao longo dos 3 min 16 s, a protagonista apenas fala com a câmera e com um espectador oculto acerca dos problemas que existem pelo fato de uma pessoa não saber maquiar-se. Não há profundidade nessa abordagem, tampouco uma reflexão específica, o vídeo explora apenas a fala pela fala.

Figura 18 - Pessoas que não sabem se maquiar! - Canal: californiana2801



Fonte: YouTube, 2013³⁴.

³⁴ Acessado em 31/12/2013. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=sBRW1_A4YAc>.

O vídeo revela-nos através deste pequeno ‘desabafo’, o contexto de Luane de forma mais evidente por meio do componente da realidade cultural carioca, atualizada em alguns códigos relacionados ao modo de falar, de vestir e ao modo como seu o corpo apresenta-se para o espectador. O linguajar de Luane chama atenção logo nos primeiros minutos da produção: o sotaque sobressai-se pelo ritmo carioca da fala e destaca-se perante os outros elementos do discurso do vídeo, chegando até a beirar uma fala caricaturada, e a uma linha de fuga como veremos a seguir.

O material é todo gravado em um único plano sequência, com um enquadramento equivalente ao primeiro plano cinematográfico, no qual ficam visíveis apenas os ombros e o rosto de Luane. Este tipo de forma é comum para os monólogos que compõem este platô, pois a ênfase é dada para o rosto daquele que fala (*talking heads*). A primeira atitude de Luane no vídeo é a de cumprimentar seus espectadores ocultos, com um “Oi gente!”, expressão que demonstra uma proximidade ou pelo menos uma intensão de incitá-la naqueles que a visualizam. Como dissemos, o que nos chamou atenção foi a forma que ela utilizou para narrar seu pensamento, pois mesmo percebendo que a marca destes audiovisuais de caráter confessional é a forma como os protagonistas contam, narram suas histórias, o linguajar e o vocabulário utilizado por ela é peculiar. A presença de gírias como *bagulho*, *maneiro*, *pilhadona*, *pô*, *mermo* entre outras, mostra que Luane faz parte da cultura jovem e que não está situada entre os que detêm alto poder aquisitivo, ela estaria em um estrato que poderíamos chamar de uma cultura de periferia (na falta de um termo melhor).

- Pô! Corta isso da tua vida, tô te dando o adianto!
- Parceiro saibaaa, saiba regular até onde tu pode ir com a tua maquiagem.
- A base é fundamental. Porra, saio sem roupa, mas não saio sem base, né?

Este vídeo constitui-se como uma linha de fuga que se afasta da composição mais hegemônica dos vlogs, por meio dos vícios de linguagem, do vocabulário, do sotaque e do arranjo do corpo na tela (marcas de biquíni aparentes). Esses elementos revelam um vídeo que mostra outra face da cultura publicizada não só carioca, mas também brasileira. Foge totalmente às linhas de segmentaridade que vimos na maioria dos vídeos que compõem este platô, que correspondem a protagonistas que apresentam imagens de mais qualidade, com linguajar coloquial que segue boa parte das normas da língua, brancos, e aparentemente com poder aquisitivo maior do que Luane. Este vídeo constitui-se como uma linha de fuga, pois traz outras referências sobre a vida que não condizem com as imagens propagadas pela mídia tradicional, por exemplo.

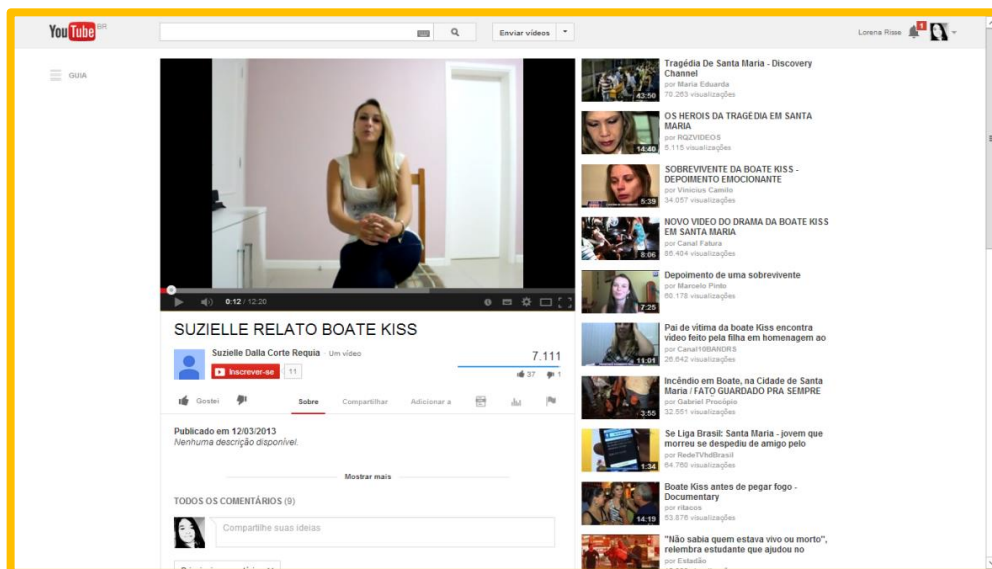
O que é interessante notar é que a produção de Luane, ainda no início da sua publicização, pertencia a um movimento de margem, de borda, justamente por romper com modelos e com modos de fazer este audiovisual. Mas, com o passar do tempo, com o número de visualizações e com a ressignificação do sentido do vídeo, houve um reposicionamento do mesmo dentro desta esfera midiática e da esfera *mainstream*, passando a habitar o centro. Tamanho foi o trânsito da imagem que Luane passou a fazer parte do quadro de participantes de um programa dominical da Rede Globo (Esquentá!), que mesmo tendo uma proposta de mostrar e discutir a periferia, constitui-se como um produto midiático contido na lógica hegemônica de produção. Então, “(...) corre-se sempre o risco de reencontrar organizações que reestratificam o conjunto, formações que dão novamente poder a um significante” (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p. 26). Em outras palavras, há uma ligação de reciclagem perpétua entre aquilo que se configura como um devir minoritário e majoritário a ponto daquilo que se constitui como movimento periférico tornar-se central e assim por diante.

Além desta abordagem que explora conteúdos mais comuns, encontramos também outros estratos discursivos que mostram a reflexão sobre momentos mais difíceis e obscuros da vida e que se relacionam com o protagonista e não com assuntos externos a eles, como o caso dos dois vídeos tratados a seguir. Neles, as protagonistas falam sobre acontecimentos pelos quais elas mesmas passaram, mostrando facetas da vida a partir das lembranças que conseguiram acionar.

O vídeo de Suzielle, uma das sobreviventes do incêndio da boate Kiss, em Santa Maria (RS) que resultou na morte de mais de 200 pessoas no início de 2013, é um destes exemplos em que as marcas da tristeza, medo e angústia aparecem com intensidade. A convite de professores para gravar um vídeo, a protagonista não só recontou sua experiência na ocasião, mas ao lembrar-se dos acontecimentos foi se dando conta do papel de cada um na tragédia.

Aos 7 min 53 s, Suzielle passa pelo momento mais emocional do relato no qual lembra, emocionada, das mortes dos amigos. Neste instante, o propósito do monólogo realiza-se, pois ela passa a refletir, pensar e avaliar um pouco melhor a experiência que passou. Entre outras coisas, ela diz: “- Realmente a gente não sabe, às vezes a gente bota a culpa em um, bota a culpa em outro, mas eu acho que a gente também é culpado de ir num lugar sem saber se aquele lugar é realmente seguro”.

Figura 19 - SUZIELLE RELATO BOATE KISS – Canal: Suzielle Dalla Corte Requia



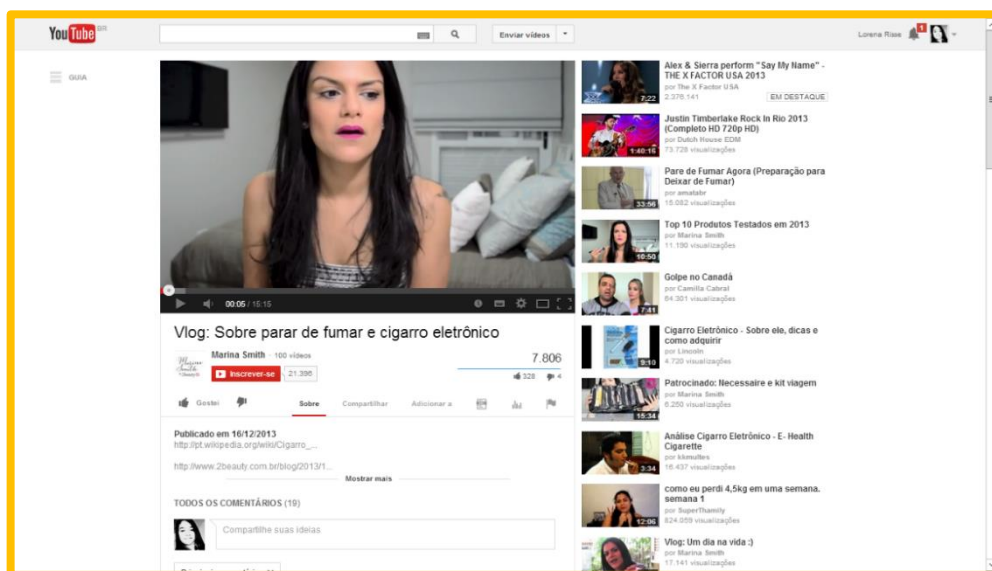
Fonte: YouTube, 2013³⁵.

A carga emocional do vídeo mostrou-se, principalmente, pelo tom de voz e pelo relato verbal de uma vivência coletiva que narra uma experiência particular. Nesse sentido, a tonalidade assumida pelo vlog leva a aproximá-lo também do platô da empatia que será tratado mais à frente.

O vídeo de Marina Smith (Figura 20), monólogo com as mesmas características de forma que o de Suzielle e de Luane, traz à tona, como dissemos anteriormente, não o pensamento da protagonista sobre um assunto externo a ela, mas sim o relato de um processo de rompimento com um vício de mais de dez anos. Desde os 14 anos, Marina fuma e no ano em que fez 30 anos, viu-se no limite do vício, chegando a fumar uma carteira de cigarros por dia, por isso resolveu parar. Para alcançar este objetivo, passou a utilizar o cigarro eletrônico como estratégia para diminuir o nível de nicotina no corpo e acabar com hábito.

³⁵ Acessado em 10/01/2014. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=oDSCY0pZ950>>.

Figura 20 - Sobre parar de fumar e cigarro eletrônico - Canal: Marina Smith



Fonte: YouTube, 2013³⁶.

Durante todo o vídeo, a protagonista retoma momentos da sua vida que nos mostram três estágios: a Marina fumante, a Marina parando de fumar e a Marina não fumante. Ao entrar em trânsito com as lembranças sobre a sua trajetória com o fumo, a protagonista, sem dramas, leva-nos a um nível de proximidade, de reflexão sobre a própria vida. É importante lembrar que a história pessoal, os fracassos (tentativas sem sucesso de parar com o vício) e também as conquistas (salvar-se de um incêndio, como no caso anterior) fazem parte dos nossos assuntos “pessoais” e que, costumeiramente, são compartilhados com aqueles que confiamos e achamos que têm interesse em saber sobre o assunto. No YouTube, a prática é outra, não se parte do princípio de que existam pessoas que não querem ou não precisam saber dos nossos problemas, desafios, momentos particulares, ou simplesmente ideias. Parte-se da ideia de que é necessário apenas mostrar, compartilhar e, quem sabe, receber um *feedback* como um resultado disso.

4.4 PLATÔ EMPATIA

Neste platô reunimos vídeos nos quais foram construídos momentos em que a empatia é o que se sobressai. Esse sentimento é construído entre protagonista e espectador a partir de atos e palavras que são capazes de despertar sentidos de afinidade, de afeição e até de identificação, ou seja, com a visualização destes vlogs estabelece-se um vínculo em que é

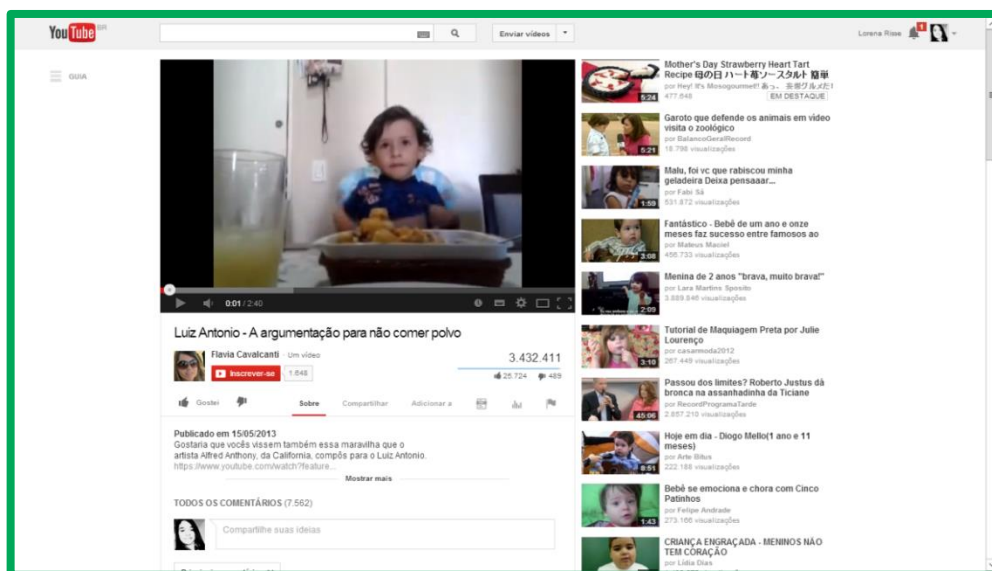
³⁶ Acessado em 16/12/2013. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=iFdWqDiZu58>>.

possível colocar-se no lugar do outro, de sentir *com* ele, esteja ele sentindo coisas boas ou não. Ter empatia é ter a capacidade de procurar em nossa memória emotiva um sentimento que possa conectar-se com aquele que interpretamos no outro e assim promover uma conexão.

O platô empatia, por vezes, funciona como um repositório de vídeos de autoajuda, em que o relato da experiência do protagonista poderá servir de incentivo ao que está no lugar do espectador. Ele também se mostra como um espaço para o conhecimento de experiências particulares de indivíduos que não fazem parte do nosso círculo social. Pessoas distantes geográfica e afetivamente que se mostram por meio das suas reflexões, suas vivências, suas opiniões e que, portanto, passam a ter um tipo de proximidade diferenciada. O mais importante é que estes vídeos podem servir de incentivo a partir da publicização da experiência do outro, graças a essa qualidade empática que possuem, tendo a força de mobilizar o próximo.

O primeiro vídeo em que realizamos os *scanning* mostra como a empatia opera pela afetividade e ainda como um momento comum, compartilhado, pode incitar estes tipos de sentimentos. O protagonista, nesta ocasião, é Luiz Antônio, menino que ficou conhecido por argumentar com a mãe sobre os motivos de não comer o polvo na refeição.

Figura 21 - Luiz Antonio - A argumentação para não comer polvo - Canal: Flavia Cavalcanti



Fonte: YouTube, 2013³⁷.

Este é um vídeo simples tecnicamente, realizado pela mãe do garoto que aproveitou um momento da rotina dos dois para fazer o vídeo e compartilhar. Vejam que esta produção

³⁷ Acessado em 31/12/2013. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=NX4O6smZrLE>>.

encaixa-se na segunda especificidade de vlog, que explicamos no capítulo anterior, pois nela o protagonista não é aquele que filma, ele é outra pessoa que apenas aparece. Portanto, além do garoto, há a mãe, pessoa a quem Luiz direciona-se ao longo de todo o vídeo e que está com a posse da câmera, ao mesmo tempo em que fala com o garoto.

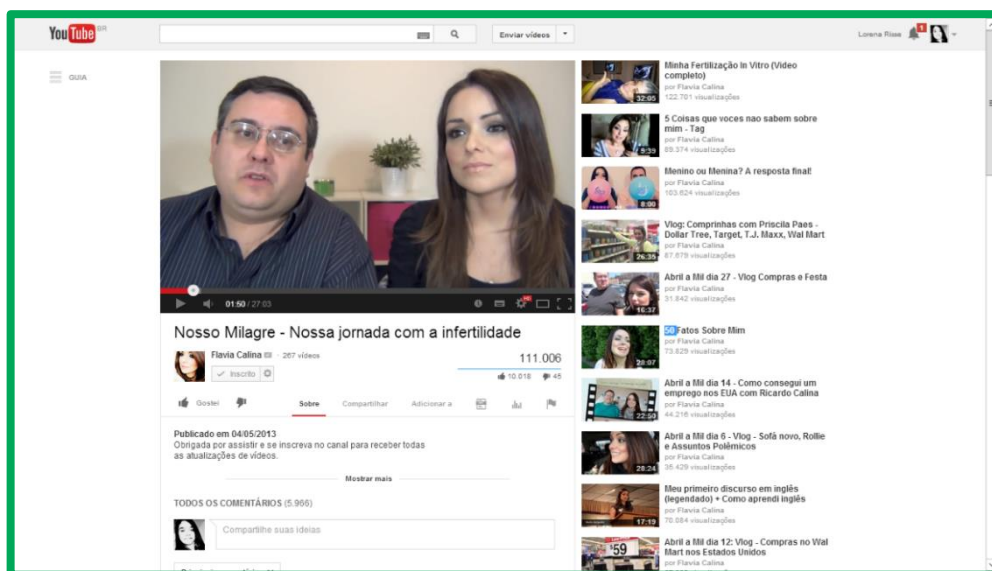
O protagonista, Luiz, chama-nos atenção pela simplicidade na forma de se expressar por ser uma criança e, ao mesmo tempo, pelo raciocínio desenvolvido e pela constituição de uma posição política: não comer carne. O fato que despertou este posicionamento por parte do garoto foi a descoberta de que, para que nós possamos comer carne, os animais têm que ser mortos. Aparentemente esta poderia ser apenas a “opinião” deste garoto, ainda mais pela presença de uma fala simples e pelo vocabulário restrito, comuns para uma criança da idade dele. Contudo, o vídeo constitui-se como uma argumentação clara e coesa sobre alguém que não quer comer a carne por “n” motivos. A empatia e o afeto começam a surgir daí, ao ver a criança tentando explicar-se, não entendendo a lógica deste fato (dos animais serem mortos) e não cedendo à vontade da mãe que diz “– Mas vamos comer seu nhoque de polvo?” – somos tocados por essa empatia. Além disso, ainda há a utilização de expressões e ideias que pertencem ao seu universo infantil que se choca com um posicionamento tão politicamente inspirado como o que ele toma, quando diz por exemplo: “Quando a gente come os animais eles morrem. Por quê? Não gosto que eles morrem, eu gosto que eles fica em pé”.

O vídeo de Luiz rapidamente alcançou milhares de visualizações, e, por tal sucesso, passou por diversas remixagens e modificações, muitas delas ressignificando a fala do garoto por meio de inserções textuais, sonoras, entre outras. Muitas dessas releituras reforçaram o discurso vegetariano que o menino iniciou no vídeo, mostrando que vlogs como este têm, como dissemos anteriormente, uma potência de mobilizar o outro. Acreditamos que ele obteve sucesso principalmente por se tratar da posição de uma criança (que por si só já tende a gerar empatia) e que, aparentemente, constitui esse discurso sem prévia combinação, de forma inusitada e natural.

Outra produção que evidencia o afeto e que tem potencialidades para provocar uma sensação de empatia é a de Flavia Calina (Figura 22). Ela e seu marido Ricardo falam sobre a sua trajetória de vida como casal e revelam um pouco mais sobre seu problema de infertilidade. Quem conhece o canal de Flavia sabe que a grande realização da sua vida foi alcançada com o nascimento da filha, registrado no vídeo que observamos no platô família (Meu parto normal – Nascimento da Baby V). O vídeo “Nosso Milagre - Nossa jornada com a

infertilidade” foi realizado antes e, como os protagonistas falam, foi “esperado há sete anos pela família e por muita gente” que viu e escutou a história do casal.

Figura 22 - Nosso Milagre - Nossa jornada com a infertilidade - Canal: Flavia Calina



Fonte: YouTube, 2013³⁸.

A postagem do vídeo foi um retorno às atividades da *videologger*, pois Flavia preferiu retirar-se do circuito audiovisual tamanha a tensão e expectativa diante da possibilidade de engravidar com o processo de fertilização *in vitro* que realizou. Ela justifica a ausência dizendo “– Era uma fase pessoal que nem a gente tava dando conta de lidar com as emoções, imagina abrir pra todo mundo”. A *videologger* ficou ausente e somente no seu terceiro mês de gestação retornou à rotina de vídeos. Esse fato mostra-nos que há aspectos do privado que ela não consegue compartilhar ou até mesmo que ferem ou ultrapassam a fronteira do que pode ser publicizado para ela. Podemos encarar estes territórios como aqueles em que a *subjetividade publicizada* ainda não alcança intensidade suficiente para ser partilhada, mesmo que a temática agrade os espectadores.

A evidência de uma forte presença religiosa também é um fator que leva o vídeo a sobrevoar áreas de intensas e delicadas questões que se revelam até mesmo no nome da produção que intitula a gravidez como milagre, e por isso torna o vídeo um território natural da empatia.

Ao pousarmos nesta produção, em especial, percebemos outras e, no momento do *toque*, vimos que os vídeos que exploram a gravidez e a infertilidade (aproximando-se do

³⁸ Acessado em 08/01/2014. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=xcXFY5rheMM>>.

platô família) têm uma imensa produção no YouTube. Encontramos vídeos nos quais as mães faziam o teste de gravidez “ao vivo” para compartilhar o sentimento da conquista da gestação e outros que falavam sobre formas de gestação assistida. Cremos que são nessas zonas de intensidade emocional partilhada que fica mais claro o quanto há uma modificação nos modos de vivenciar as experiências que implicam não só a necessidade de se expor, mas de mostrar ao outro, de publicizar a vida, de gerar identificação para chegar a empatia.

Tanto o vídeo de Luiz quanto o vídeo de Flavia configuram-se como produções que impactam por meio do lado do sentimento positivo trazido pela empatia, sendo capazes de servir como mensagem política, motivacional, pois têm a potência para mobilizar por meio do afeto. Mas, detectamos também a existência de vlogs que exploram a empatia pelo seu lado “negativo”, da conexão de sentimentos que leva à sensações de maior densidade. Esse é o caso do vídeo “Raíssa - Um pouco da minha história: automutilação” que habita o platô corpo, ainda não tratado. Neste vídeo, a garota de 15 anos conta sua experiência com a prática do *cutting*, como informa o título, a automutilação.

Este vídeo funciona como uma forma diferente de empatia, mas não chegando a configurar-se como uma linha de fuga, pois ele ainda territorializa este sentimento de conexão pelo viés confessional. Raissa escreve (apresenta cartazes para expressar-se) sobre o preconceito e julgamento que sofre por ter este problema e afirma que o fato das pessoas não o encararem como uma questão real piora ainda mais. Ela relata também sobre os amigos que perdeu por conta disso e dos mecanismos de defesa que criou passando a ser mais fechada, mas que mesmo assim ainda sente falta, como afirma aos 2 min 21 s “- Você se sente um lixo, acabada e no final ninguém ali contigo”. Todos esses códigos de tristeza, de dificuldade, de sofrimento, mobilizam o espectador para diversos tipos de contrapartida que podem ir desde pena até raiva ou não aceitação do problema de Raissa. Outro elemento presente no vídeo que incita essa tristeza é o desenho de um carinha triste “☹” que aparece em alguns momentos de intensidade, enquanto ela ainda usa os papéis para comunicar-se.

Após essa etapa, ela passa a legendar a sua fala, pois o áudio da voz não tem intensidade suficiente no vídeo, dando lugar a uma música. Neste momento, ela mostra as marcas no braço, que, pela qualidade do audiovisual não ficam muito aparentes, mas logo são esclarecidas com a exibição de fotos das regiões do corpo em que ela se cortou.

Apesar de todos esses códigos que sinalizam um território problemático, o vídeo ainda passa uma mensagem de fé, de que tudo vai dar certo, ela diz aos 3 min 35 s: “Quero um futuro, quero ser feliz, quero viver intensamente”.

Com o *scanning* dos vídeos, percebemos que os vídeos deste platô destacam-se por terem como diferencial a capacidade de mobilizar aquele que assiste pelo desenvolvimento da empatia. Eles caracterizam-se por elementos audiovisuais que incitam a aproximação daquele que se mostra com aquele que vê em função dos sentidos que revela: identificação, afinidade, ternura, estima, encanto, sofrimento, tristeza, entre outros. Entendemos que esses sentimentos também podem ser despertados no platô família e no platô monólogo, até mesmo no platô cotidiano, contudo, a intensidade da lógica do platô empatia é muito maior, sendo o sentido que cintila simultaneamente nos vídeos.

4.5 PLATÔ TÉCNICA AUDIOVISUAL

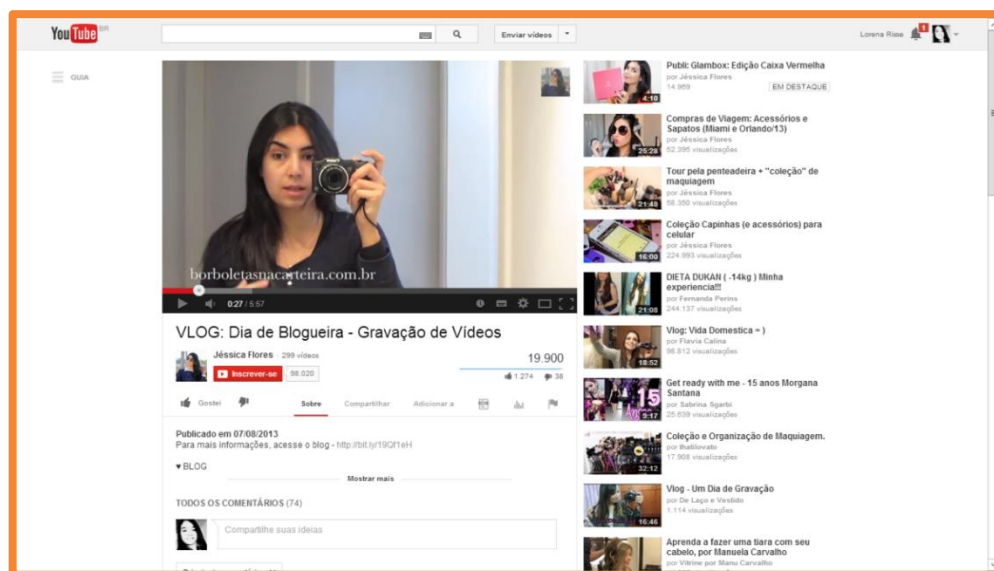
O que mais chama-nos atenção nestes vídeos e o que os torna constituintes deste platô é o fato da técnica audiovisual mostrar-se com mais veemência em relação a outros aspectos do vlog. Em outras palavras, ao pousarmos nesses vídeos, afetou-nos a forma como a linguagem audiovisual consolidava-se ali, tanto pela correspondência aos formatos midiáticos hegemônicos, ou pela despreocupação em seguir os padrões audiovisuais já existentes, quanto pela ocupação dos protagonistas em contarem como fazem seus vídeos. Podemos perceber que, por uma via ou por outra, a marca da técnica está presente em todos os vídeos selecionados, mas só em alguns a sua intensidade manifestou-se, trazendo-os para o debate.

A partir do *scanning* o destaque da técnica surgiu a partir de duas razões distintas que originam dois tipos de vídeo: a primeira diz respeito ao fato da técnica audiovisual ser a pauta do vídeo, ou seja, com um caráter de metalinguagem, onde um vídeo mostra aspectos da produção; e a segunda diz respeito à codificação audiovisual, quando ela surpreende-nos por ser complexa, por usar novas formas de edição, ou algo do gênero.

O primeiro caso, quando um vídeo coloca-se como uma inspiração audiovisual, pode ser visto na produção de Jéssica Flores (Figura 23). Nele, o objetivo é mostrar como a matéria-prima do seu videolog é organizada, ou seja, compartilhar como seus vídeos são feitos e que recursos são utilizados nessa produção. A primeira passagem que chama atenção e nos faz pensar em uma abordagem metalinguística começa no 1 min 10 s, quando a protagonista mostra o local onde filma os vlogs. Trata-se de um quarto com uma bancada na qual ela guarda suas maquiagens e também posiciona o tripé, a câmera e a iluminação. Com o intuito de compartilhar, Jéssica informa que não precisa de um equipamento de iluminação profissional, por ter a possibilidade de usar a luz natural que a janela, estrategicamente colocada, proporciona. Quando o dia está chuvoso e com pouca luminosidade, ela opta pela

utilização de uma luz artificial que vem de uma luminária comum de escritório que serve para clarear o lado do rosto que fica sem luz.

Figura 23 - Vlog: Dia de Blogueira – Gravação de Vídeos - Canal Jéssica Flores



Fonte: YouTube, 2013³⁹.

Aos 2 min 19 s, ela mostra-nos o equipamento que utiliza nas suas gravações e como o utiliza. Como Jéssica é uma *videologger* “famosa”⁴⁰ e transformou esta atividade em um ofício, ela acaba destinando parte do que ganha para melhorar os recursos que utiliza para fazer seus vídeos. Isso fica claro no material que pode ser visualizado em diversas resoluções, inclusive em HD, resultado que só pode ser alcançado com uma câmera ou um celular com esta tecnologia. Ao todo, ela mostra duas lentes (50 mm e 18 135 mm) que ela usa para duas funções diferentes nas gravações, além da câmera Canon T3i.

Este tipo de vídeo, como o de Jéssica, geralmente, é realizado a partir de pedidos dos espectadores que muitas vezes estão começando seus próprios canais e querem dicas sobre em que recursos podem investir. Sendo assim, a partir da experiência da *videologger*, outras pessoas podem preparar-se para as suas próprias produções. Percebemos, neste vídeo, como a técnica pode ser o centro que guia o vídeo, técnica essa que Jéssica aprendeu com os anos de prática como blogueira e *videologger*. Repetimos, ela não faz um vídeo tutorial sobre como

³⁹ Acessado em 16/01/2014. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=_gl_ferAylc>.

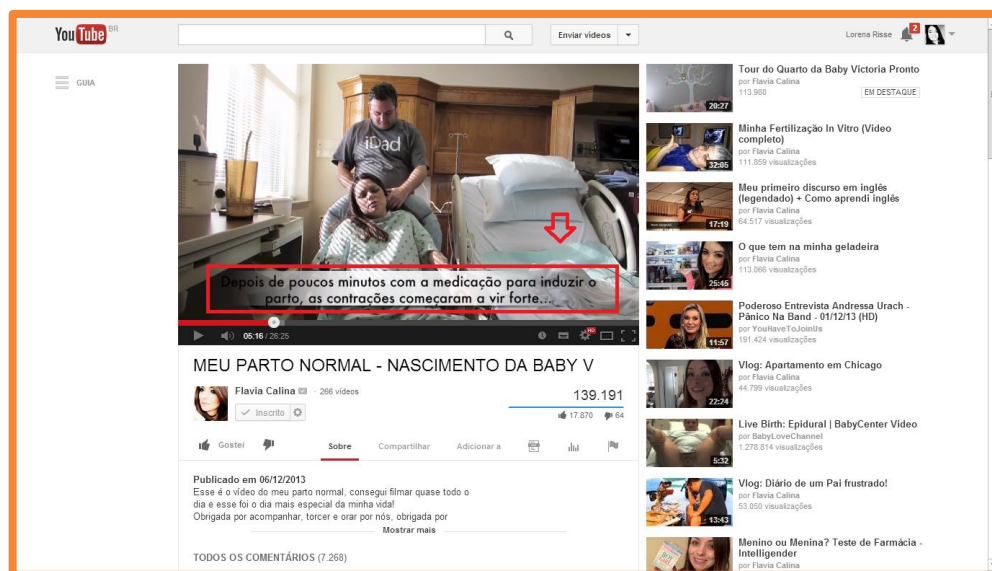
⁴⁰ Dizemos isso pois seu canal no YouTube tem mais de 95 mil pessoas inscritas. Número expressivo para o ambiente em que está alocado.

gravar vídeos, ela simplesmente mostra um dia do seu cotidiano em que incluiu a gravação de um vídeo, mostrando, assim a técnica por esse viés da experiência própria.

A segunda razão para esses vlogs chamarem-nos atenção dá-se quando a técnica não necessariamente constitui-se como parte do conteúdo e sim como algo que destaca a forma deste produto, pela configuração do vídeo, pela articulação dos códigos audiovisuais, sejam eles da pré-edição, filmagem ou pós-produção (caracteres, filtros de imagem, vinhetas, frames coloridos e edição). Para tratar da técnica como constituinte de sentidos, selecionamos um vídeo do qual já nos aproximamos em outro platô, mostrando assim, o modo como os vlogs perpassam várias intensidades e diferentes nós da rede cartográfica.

No vídeo de Flávia Calina, localizado no platô família, percebemos alguns códigos da imagem que atribuíram sentidos de grande importância para o material. Trata-se da presença de caracteres em diversos momentos do audiovisual que têm a função de enfatizar períodos cruciais do dia, além de funcionar, em alguns momentos, como uma forma de codificação que permite dar seguimento à narrativa, nos instantes em que Flavia não conseguia falar, como mostra a figura 24 – “Depois de poucos minutos com a medicação para induzir o parto, as contrações começaram a vir forte”.

Figura 24 - MEU PARTO NORMAL – NASCIMENTO DA BABY V - Canal: Flavia Calina



Fonte: YouTube, 2013⁴¹.

Além de estes códigos serem utilizados para “dizer” que a protagonista estava impossibilitada de falar naquele momento, eles são elementos introduzidos nos materiais na

⁴¹ Acesso em 18/02/2014. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=7jydpn0j2AE>>.

pós-produção para gerar outros tipos de informação. Esse é também o caso do endereço do blog que permanece ao longo de toda a produção como um emblema, do lado esquerdo da tela (Figura 25).

Figura 25 - MEU PARTO NORMAL - NASCIMENTO DA BABY V - Canal: Flavia Calina



Antes do grande acontecimento dentro da sua escala narrativa (o vídeo do parto), os materiais não apresentavam nenhum tipo de identificação incorporada ao audiovisual, apenas alguns elementos textuais que tinham a função de esclarecer nomes de objetos, pessoas, lugares, pensamentos, etc. Neste vídeo, é diferente, Flavia passa a colocar, ao longo de todo o produto, o endereço do seu blog. Ele aparece como marca d'água, como um logotipo que identifica e demarca territórios de sentidos. Lembremos o emblema da Globo, do SBT, da MTV e de outras emissoras de televisão que sempre exibem o ícone da empresa identificando que aquelas imagens pertencem a elas.

Estes códigos textuais indicam-nos muito mais do que um endereço de blog e sim uma estratégia pensada com antecedência visando a demarcação de conteúdo, já que em vídeos com um número grande de visualizações é comum a cópia. Ela consiste na captura de um material já em circulação, que é baixado e “re-postado”, tornando-se parte da linha narrativa de outro usuário da rede de compartilhamentos, e, por tal motivo, contabilizando as visualizações para o seu canal e não para o canal de origem⁴². Então, “estes caracteres podem

⁴² Isso acontece com grande frequência em produtos com grandes visualizações, como o vídeo conhecido como Para a Nossa Alegria. Dissemos conhecido porque depois de tantas reproduções, mixagens, remixagens e cópias, ficou difícil a localização do audiovisual de origem.

parecer algo comum, mas são elementos que passam a fazer parte da natureza plástica da imagem (MACHADO, 1997, p. 190)” e compõem um sentido sobre o próprio vídeo, diferindo-o de outros.

Lembramos que além destes dois vlogs, pensamos a técnica em outros materiais já analisados, quando nos referimos ao enquadramento, ao plano, e a outros recursos de edição. No platô cotidiano, notamos a repetição do formato audiovisual que contorna os vídeos; no platô família, ressaltamos o vídeo de Flávia em que os sentidos também vinham do uso de um recurso técnico (colocação de caracteres e marca d’água); no platô monólogo, observamos a constituição de vlog também com uma lógica audiovisual bem definida (uso do primeiro plano e poucos cortes) e, no platô empatia com a percepção de uma concepção *clean* e simples do vídeo. Essas aproximações constituem conexões entre os platôs e são importantes para a nossa proposta de inspiração cartográfica.

Nos dois vídeos que nos referimos especificamente neste platô, vimos que a cartografia do mesmos nos suscitou diversas questões. A que está por trás destas já relatadas anteriormente é a de que, definitivamente, a *subjetividade publicizada* depende do desenvolvimento da esfera tecno-imagética para consolidar-se. Afirmamos isso pelo fato de que o domínio mínimo da linguagem dos aparelhos é necessário para iniciar-se qualquer produção e isso cada vez mais se propaga tanto no YouTube quanto em outros canais de compartilhamento, redes sociais, sites, etc.

Para ter-se uma ideia de quanto o aprendizado dos códigos imagéticos é um passo essencial, o YouTube oportuniza, em seu site, o Manual do Criador⁴³. Com ele fica claro que parte da receita que o YouTube ganha vem mesmo de uma produção amadora, que desconhece técnicas audiovisuais mais profissionais, noções de marketing e modos de otimização do perfil e, por isso, necessita de um apoio alternativo como contrapartida do canal, essa é a função do manual.

Quanto à contribuição audiovisual, o YouTube conta com três estúdios de vídeos localizados em Los Angeles, Londres e Tóquio, que prestam uma espécie de consultoria para o canal. De acordo com os vídeos correspondentes a cada um destes estúdios, há um espaço destinado ao aprendizado prático do fazer audiovisual a partir da disponibilidade de uma estrutura de alto nível para os alunos: salas com *chroma key*, salas de pós-produção, câmeras de última geração, dentre outros recursos tecnológicos que contribuem para a formação de realizadores audiovisuais.

⁴³ Acessado em 24 de janeiro de 2014. Disponível em: < <http://www.youtube.com/yt/playbook/pt-BR/>>.

Além disso, em cada estúdio desenvolvem-se vídeo-aulas de áudio, edição, composição de cena, iluminação, entre outras dezenas de assuntos (são realmente dezenas, pela nossa contagem mais de 90 aulas) que são postadas no YouTube para que amadores tenham uma noção maior das suas próprias produções e, assim, possa atingir o número máximo de pessoas.

Então, pensando no que desenvolvemos no capítulo 2 sobre os impactos culturais que as novas mídias e as imagens técnicas trazem, vemos que estes aspectos cintilam com mais intensidade neste platô, pois é nele que percebemos com evidência como a sociedade contemporânea passou por modelizações e por ressignificações sobre o sentido da técnica.

4.6 PLATÔ CORPO

A sexta parada da nossa cartografia recai na observação de audiovisuais que têm como foco o corpo. Quando começamos nosso processo de *rastreio* ficou evidente que quando a intensidade de sentimentos e manifestações recaía sobre o corpo, ele era tratado, muitas vezes, com o viés sexual, da beleza, da saúde e da doença.

Observando mais atentamente o primeiro tratamento, o sexual, deparamo-nos com vídeos mostrando corpos despídos e, na maioria das vezes, femininos, em situações diversas, dançando no quarto, na cozinha, ou simplesmente se apalpando em frente às câmeras. Nos vídeos com essa abordagem o rosto era a parte do corpo menos explorada, revelando a dificuldade de vincular a face (elemento de identificação) com essa prática que poderia provocar constrangimento, pelo fato do sexo e a sexualidade feminina ainda serem tabus.

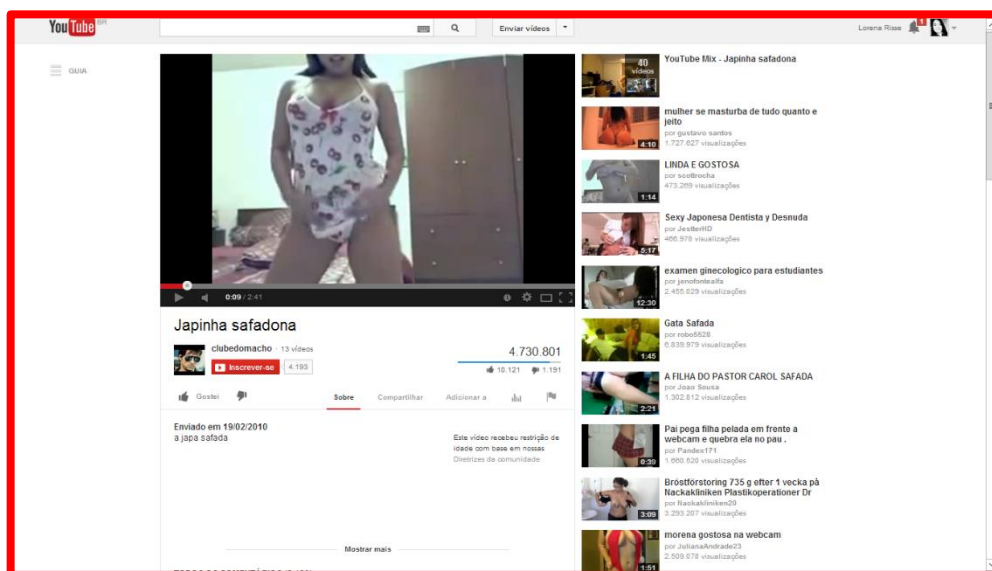
Além destes contornos, percebemos que estes vídeos não possuem um *videologger* que se identifica, ou que pode ser identificado pela narrativa que constrói por meio dos vídeos. Trata-se, na maioria das vezes, de um canal que reúne diversos vídeos de mulheres diferentes que se exibem. É como se ele se constituísse como um “site” no qual há um leque de vídeos eróticos para diferentes gostos, com loiras, morenas, ruivas, gordas, etc. Essa configuração, que diz respeito apenas a uma forma do corpo ser publicizado, levou-nos a repensar nosso conceito de vlog, desenvolvido no capítulo anterior. Pensamos nos critérios e concluímos que estes vídeos mostram alguém se exibindo, são feitos por *videologgers* amadores, mostram uma faceta da vida que está ligada à sexualidade e à sensualidade e, portanto, são vlogs. Mas eles, por outro lado, configuram-se como uma linha de fuga se os relacionarmos com todos os vídeos vistos até agora, por seis motivos:

- Os protagonistas não exploram a fala nos vídeos, chegando muitas vezes a não dizer nada, nem legendar, já que o que importa é a exibição do corpo somente;
- Os vídeos constituem-se sobre uma temática que ainda é considerada tabu em nossa sociedade: a exibição do corpo, a dança sensual, o *toque* sobre a pele nua;
- O rosto é pouco explorado, em grande parte dos vídeos ele não é mostrado;
- Os vídeos não apresentam códigos de encadeamento discursivo que sinalizam início, meio e fim;
- Não se encontram em canais que reúnem uma narrativa audiovisual sobre a vida de uma pessoa em especial (*videologger*);
- Este vídeos são feitos, na maioria das vezes, por webcam.

A figura 26 mostra-nos um vlog no qual, ao longo dos quase três minutos de duração, uma mulher, de camisola, faz um *strip-tease* para a câmera. Como dissemos, embora o vídeo mostre, em alguns momentos, o rosto da protagonista, ele não é uma parte do corpo explorada na produção, ao contrário dos seios e do bumbum. Não há fala no vídeo, há apenas uma música de fundo; da mesma forma que não há um código que indique o começo do vídeo, como um “Oi” ou um “Olá”, comuns nos vídeos anteriores. O máximo que estes vlogs apresentam, como um indicador de que ele está iniciando, é a menção de ligação e ajuste da câmera para o enquadramento desejado.

Percebemos que os vídeos não chegam a mostrar nudez completa (mamilos, vulva, bumbum), mas a incita fortemente. Entendemos essa característica como um sintoma do local onde o vídeo está alocado, o YouTube, pois, de acordo com seus termos de uso, a nudez só é permitida em produções com fins educativos, como vídeos de cirurgias, procedimentos médicos e afins. Caso contrário, o usuário que publicasse conteúdo considerado pornográfico teria seu material retirado do canal e da plataforma. O vídeo “Japinha safadona” mostra que ele foi produzido para não ultrapassar as especificações do YouTube e ser uma possibilidade erótica.

Figura 26 - Japinha safadona - Canal: Clube do Macho



Fonte: YouTube, 2010⁴⁴.

O fato de ser filmado pela *webcam* não ficou evidente, apesar da câmera parada, mas, ao longo do *rastreio* também vimos que muitas produções com um cunho erótico tinham o título acompanhado dessa informação, e que, ao buscar no YouTube apenas a palavra *webcam*, a primeira página de resultados era direcionada a vídeos como “Gostosa na webcam”, “Novinha gostosa na webcam” e etc. Esse fato leva-nos a pensar que o uso dela está fortemente ligado à publicização do sexo ou de elementos que pertencem ao universo sexual, por indivíduos amadores. Nestes casos vemos que a performance física dos indivíduos é algo de suma importância, já que é a partir dela que há a publicização e a incitação do desejo sexual. Dizemos isso porque é este desejo que move estas produções e que as torna visualizáveis.

Nesta mesma esteira da sexualidade e do sexo midiaticizados, temos outro fenômeno que se assemelha ao que acontece com os vlogs que encontramos, trata-se das salas de chats que são espaços onde casais e pessoas sozinhas podem veicular atos sexuais por meio de webcams. Um site bastante conhecido que permite essa prática é *Cam4*⁴⁵, ele define-se como um espaço de “sexo ao vivo” e disponibiliza vídeos tanto de masturbação quando de coito. Em qualquer um dos casos, pressupõe-se que o ato publicizado esteja acontecendo em tempo real. Mesmo que isso não aconteça com os vlogs problematizados aqui, podemos classificar estas duas propostas de exibicionismo (vlogs e *Cam4*) como publicizadores de

⁴⁴ Acessado em 16/01/2014. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=apUVOHwYD2k>>.

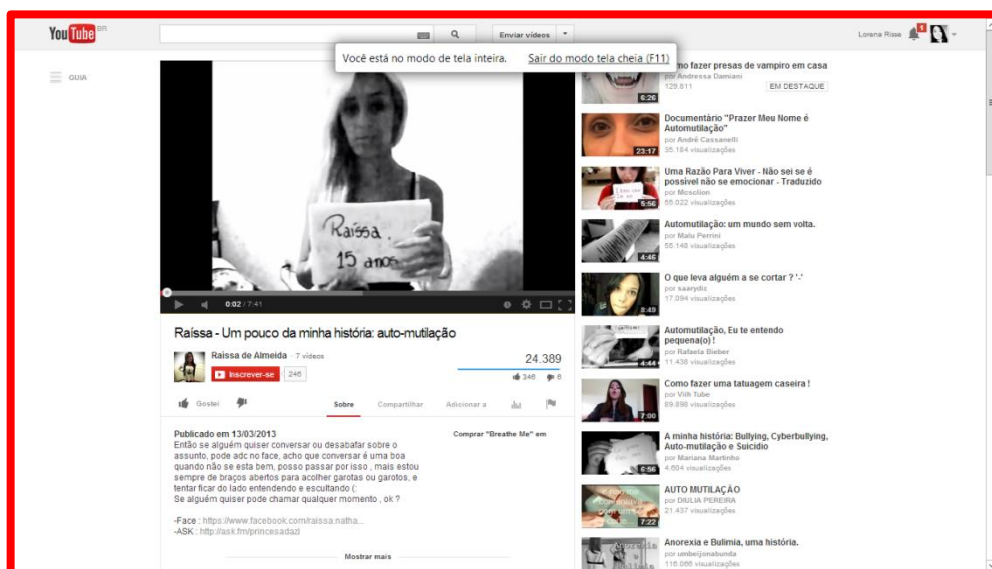
⁴⁵ Disponível em: <<http://www.cam4.com.br/>> .

comportamentos incomuns, desviantes e, portanto, que podem ser pensados como linhas de fuga. Isso acontece pelo fato deles problematizarem códigos de conduta social que dizem respeito à restrição do sexo e da exibição do corpo a espaços privados.

Com a produção constante de vídeos como esses, vemos a vazão de comportamentos diferenciados que reconfiguram os modos de lidar (vivenciar) com a privacidade e até mesmo com o sexo, já que ele passa a ser vivido de outras formas. Assim como dissemos anteriormente, esta é uma das grandes modificações que a subjetividade publicizada propõe, a vivência das experiências a partir de outra ótica, a ótica da publicização.

Além do corpo que se mostra pelo viés sexual, encontramos também outras abordagens, a da aparência ligada aos problemas de disfunção alimentar e a do corpo violado. O vídeo de Raissa (Figura 27), citado no platô afeto, mostra-nos um tipo de produção que também opera como uma linha de fuga por apresentar, na sua constituição audiovisual, elementos de lógica minoritária, ou seja, que configuram rupturas nas escolhas de como narrar os acontecimentos. A garota desenvolve um tipo de vlog diferenciado, no qual a narrativa é realizada por meio de cartazes, nos quais a protagonista conta a sua história com relação ao *cutting*, prática que consiste em realizar cortes no corpo. Raissa não usa a voz como recurso audiovisual, ao invés dela há uma música como faixa sonora, que é reproduzida ao longo de todo o vídeo.

Figura 27 - Raíssa - Um pouco da minha história: auto-mutilação - Canal: Raíssa de Almeida



Fonte: YouTube, 2013⁴⁶.

⁴⁶ Acessado em 31/12/2013. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=U2XHTwbkfr>>.

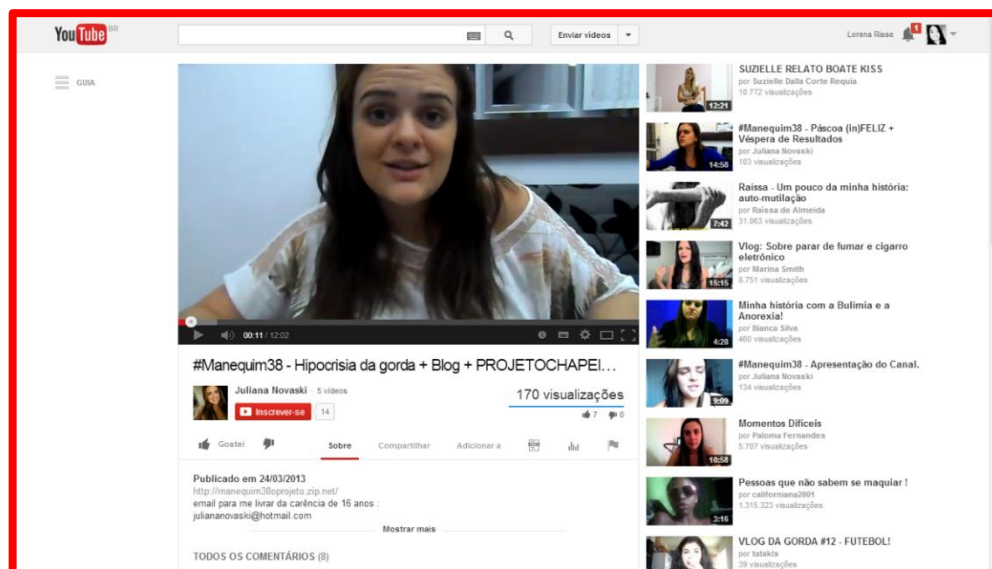
O vídeo segue exatamente o título e durante toda a sua extensão mostra a história, os motivos e o que se passa com uma pessoa que pratica o *cutting*. Aos 7 min 41 s, ela tira as ataduras que envolvem o antebraço e mostra a região com as marcas dos cortes realizados por ela. Neste momento, vemos uma subjetividade publicizada que nos parece estar intrínseca às gerações contemporâneas que se mostram sem aparentes problemas, mas que são atravessadas por bulimia, anorexia, depressão e até mesmo o *cutting*. Mostrar e falar de um problema como este é um ato que muitas vezes é difícil de ser feito em frente a um profissional, mas que parece ser amenizado quando compartilhado com outras pessoas que podem sofrer do que ela também sofre.

Este vídeo mostra-nos que o fluxo dos acontecimentos da vida e o fluxo de acontecimentos da vida publicizados no YouTube possuem seus lados de tensão. A diferença é que o segundo ambiente (O YouTube) dispõe de elementos que configuram essa realidade em construto, um construto que transforma uma garota com problemas psicológicos como Raíssa em foco da atenção de mais de 20.000 pessoas, como mostra o marcador de visualizações.

Nossa terceira percepção sobre o corpo parte do vídeo “#Manequim38 - Hipocrisia da gorda + Blog + PROJETOCHAPEIBARRIGA”. Nele, vemos como ponto brilhante, o discurso sobre a aparência, que se baseia em uma abordagem verbal e que chega a ter tons humorísticos em diversos momentos do vlog, como mostraremos a seguir.

A protagonista Juliana Novaski desenvolveu seu canal para falar sobre seu processo de emagrecimento, e este vídeo, no qual realizamos o *scanning*, faz parte dele. O tema do vlog dessa vez é iluminado por uma experiência que a protagonista viveu. Ela expõe sua opinião sobre o fato das pessoas não saberem lidar com a obesidade, de modo que nunca encaram essa realidade de forma natural a ponto de reconhecerem e dizerem para a pessoa que ela está gorda. De acordo com a protagonista, eles (os magros) sempre encontram desculpas para “amenizar” a realidade de quem está acima do peso, com frases como: “-Você é linda, você tem o rosto lindo” (1 min 42 s), quando na verdade essas pessoas pensam: “que você tem que ser uma gorda, obesa, vestindo GG, 46, ficando com os bagaços das laranjas nas baladas” (1 min 05 s).

Figura 28 - #Manequim38 - Hipocrisia da gorda + Blog + PROJETOCHAPEIBA... - Canal: Juliana Novaski



Fonte: YouTube, 2013⁴⁷.

Juliana mostra, por meio desse tom de humor, um posicionamento que não condiz com uma vitimização sobre a situação do seu corpo e assume uma postura de alguém que sabe plenamente o que está passando e que quer mudar. Assim nasceu o projeto “Chapei Barriga” que dá nome ao vídeo.

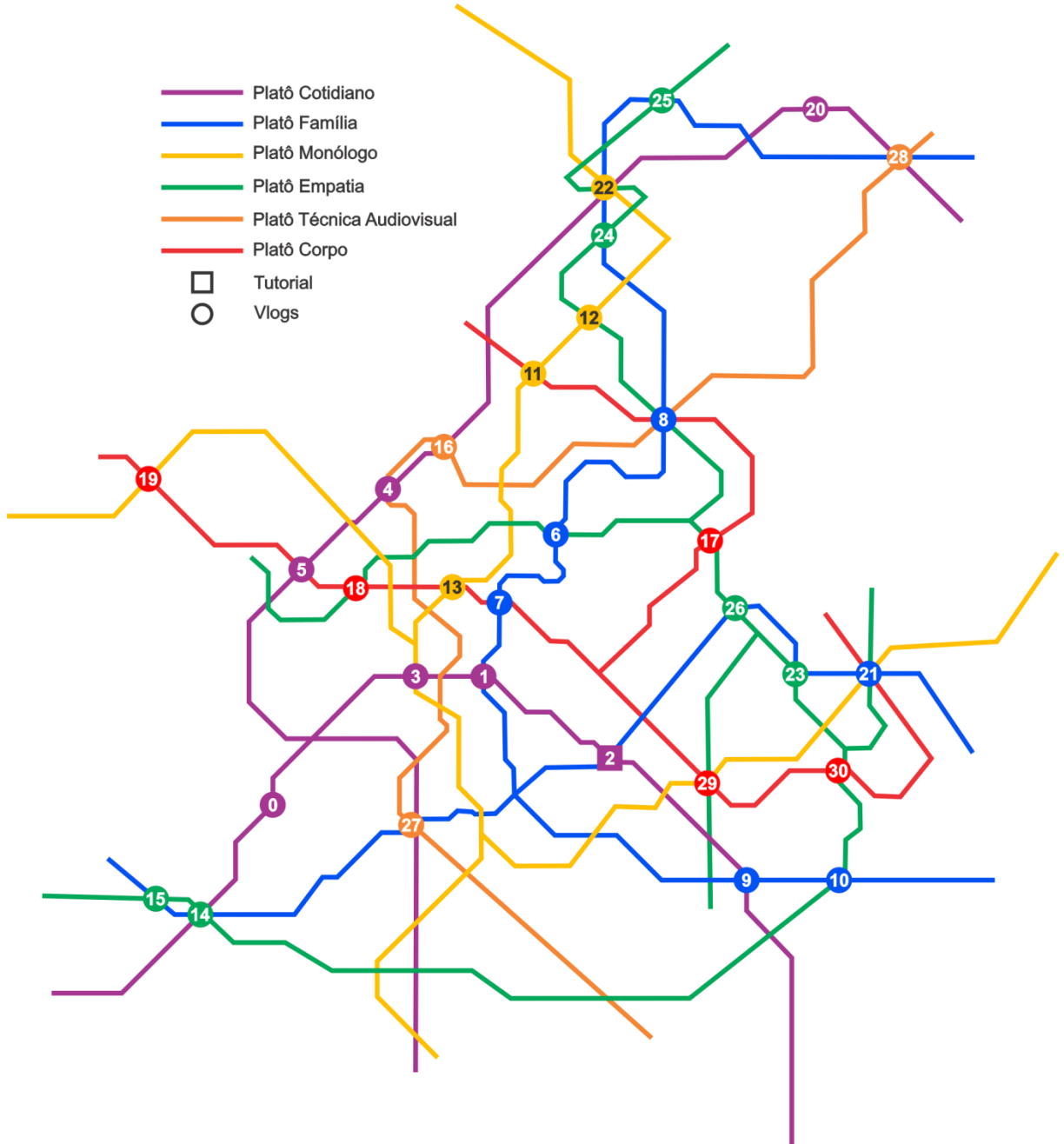
Este vídeo mostra-nos que a subjetividade publicizada também se realiza nestas práticas de “acompanhamento” do corpo, da saúde, muito comuns hoje com a proliferação de aplicativos que têm como função guiar processos de emagrecimento, ganho de massa muscular, entre outros. A partir do momento que estes dados sobre o corpo, como os sucessos e fracassos alcançados pelo indivíduo são compartilhados em redes sociais, como o YouTube, Facebook, Instagram, estas ferramentas expandem suas fronteiras de uso e passam também a habitar o território da publicização. Juliana poderia fazer seu projeto “Barriga Chapada” em uma academia, de forma comum, “solitária”, mas a protagonista do vídeo encontra nesse processo de modificação corporal mais um motivo para exibir-se e, acima de tudo, de se publicizar.

Este platô foi composto por conexões que nos mostraram o corpo a partir do viés sexual, da aparência e da doença. Ao percebermos a constituição dele, nos impactamos com um dos universos de mais tensionamento e de evidência dos efeitos da *subjetividade publicizada*. Dizemos isso pelo fato de termos encontrado uma metamorfose de algo que se

⁴⁷ Acessado em 25/01/2014. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Q2bPWI3YX7w>>.

constituiu ao longo do tempo como um dos templos da privacidade e da intimidade, e que, agora, encontra-se em estratos de exibição de publicização.

Figura 29 - Mapa de conexões



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 30 - Esquema de conexões



Fonte: Elaborado pelo autor

5 DESPEDIDAS – SOBREVIVO FINAL

Começamos esta pesquisa tendo em vista um objeto que parecia estar bastante claro e com muitas coisas a nos dizer. Com essa certeza, partimos para o primeiro ano do mestrado aproveitando o máximo das disciplinas, dos momentos de interação com os colegas e das idas a campo que, naquela época, ainda eram guiadas pela ideia de intimidade. Iniciamos esse estudo pensando que o que iríamos encontrar nos materiais empíricos eram formas, contornos, diferenças ou modos de intimidade. Enganamo-nos.

A partir dos constantes questionamentos vindos de todos os lados, inclusive da banca de qualificação, passamos a conectar-nos com aquilo que, no fundo, foi percebido e refletido desde o início das leituras, mas que, por falta de maturidade ou talvez de coragem, foi deixado de lado. A descoberta da cartografia foi um dos primeiros elementos propulsores da mudança de olhar sobre o objeto de pesquisa, inaugurando uma jornada de grandes embates e descobertas constantes. Com as leituras direcionadas para o aprofundamento do procedimento metodológico, a obra de um autor em especial captou-nos pelas estratégias de escrita, pelo pensamento visionário e pela criticidade das suas observações. Félix Guattari “lentamente” foi se configurando como um autor interessante, importante, e, finalmente, essencial para a realização desta pesquisa, pois é a partir das contribuições dele que construímos nossa perspectiva teórica sobre a subjetividade. No capítulo 2, explicamos – por meio de três subcapítulos – que passamos a ver a constituição subjetiva como algo que é fabricado no *entre*, nas conexões com instituições, pessoas, natureza, mídia, tecnologia e com muitos outros aspectos e esferas que compõem o complexo da vida.

Guattari assume a perspectiva de ver que a cultura em toda sua complexidade produz indivíduos cada vez mais normalizados, embebidos por sistemas hierárquicos que contribuem para a fabricação de uma subjetividade social que não só opera nos níveis de produção e consumo, mas também, e principalmente, em níveis que não são palpáveis, que são da ordem do inconsciente. Uma frase que nos impactou bastante e que resume bem a nossa apropriação do pensamento guattariano encontra-se na obra *Cartografias do Desejo* (2011), na qual ele afirma a seguinte proposição que já foi apresentada no capítulo teórico, mas que, agora, no momento de finalização, é de suma importância recuperar: “A meu ver essa grande fábrica, essa poderosa máquina capitalística produz, inclusive, aquilo que acontece conosco quando sonhamos, quando devaneamos, quando fantasiemos, quando nos apaixonamos, e assim por diante (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p. 22). Em outras palavras, Guattari fala de como a

máquina capitalística engendra uma subjetividade social que, a todo instante tenta preencher-nos de alguma forma, que tenta tocar-nos por meio dos atos mais simples da vida para que nos tornemos reprodutores daquilo que a move.

Ao traçamos esse primeiro contorno sobre a subjetividade nos deparamos com o desenvolvimento do conceito de *subjetividade exteriorizada* cunhado, separadamente, pelas autoras brasileiras Paula Sibilia (2008) e Fernanda Bruno (2004). Este conceito aproximava-se da nossa ideia sobre a subjetividade quando nosso foco era a intimidade, mas percebíamos que ainda carecia de algumas questões que, para nós, eram fulcrais. As reflexões de Guattari e os achados no objeto empírico ajudaram a avançar. Sendo assim, usamos essa aproximação de Sibilia e Bruno apenas como um ponto de partida para criarmos a nossa definição sobre a subjetividade contemporânea voltada para o aspecto da publicização da vida, que se mostrou intenso nos vídeos examinados. Foi então que pensamos nos elementos essenciais para a realização dessa publicização, e recaímos, entre outros, no contexto tecnológico atual que se configura como uma fonte riquíssima de estímulos e incitamentos para a produção de imagens, sons, textos e vídeos.

Fazemos aqui uma pausa para lembrar que a ideia do *entre*, trazida pela visão de Guattari sobre a fabricação da subjetividade, foi-nos valiosa, pois ela é coerente com a ideia da cartografia, procedimento que inspirou a pesquisa desde o início. Dizemos isso pelo fato de que uma pesquisa também se desenvolve no contato com leituras, professores, experiências em sala de aula, alunos, orientações, e a cartografia coloca-se como ponte para o entendimento e valorização de todos estes movimentos não só de natureza acadêmica.

Ao valorizar as dúvidas, os recomeços, os erros, fomos levados a rever os conceitos iniciais e renovar nossa jornada. Foi assim que demos início a este texto, com uma nova proposta de observação que não mais se direcionava para uma observação da intimidade. Propusemo-nos a entender, com essa reconfiguração, um movimento contemporâneo pautado na exibição da vida além da intimidade e que tem, como diferencial, a publicização.

Dessa forma, chegamos à nossa definição de **subjetividade publicizada**⁴⁸, que talvez seja uma das maiores contribuições deste trabalho, que diz respeito a uma configuração que se expande ao campo cultural, econômico, social, tecnológico e que tem como principal “função” a cristalização do desejo de publicizar, de tornar os indivíduos comuns e suas histórias foco da atenção dos outros. Vejam que a subjetividade publicizada realiza-se em diversos campos da vida, mas o que nos detivemos ao longo desta dissertação diz respeito ao

⁴⁸ Colocamos em negrito aquilo que consideramos mais importante destacar neste momento.

campo da comunicação, especificamente nas formas audiovisuais por meio das quais esses indivíduos respondem a esta subjetividade.

Partimos para o campo observando audiovisuais do YouTube e percebemos que as produções veiculadas na plataforma assumem propriedades midiáticas de grande circulação, com espectadores de perfis diversos e com mensagens de largo espectro de interesse. Parece evidente que a expressão no âmbito da internet e, principalmente, da web 2.0 tenha se modificado profundamente, já que a partir destas novas configurações os indivíduos passaram a aprender mais formas de desempenhar essa expressão e de produzi-las. Nesse contexto, o YouTube, sem dúvida, tornou-se um meio de comunicação de peso na sociedade contemporânea, tendo como especificidade a veiculação de uma diversidade audiovisual considerável, que vai desde reprodução de programas televisivos à produções de não profissionais que recaem nas formas de expressão que falamos anteriormente.

Além disso, percebemos que entre este universo de materiais que o YouTube abriga, um gênero em especial realizava-se de forma coerente aos contornos da subjetividade publicizada, os **vlogs**. Vimos neles pontos luminosos e reveladores para abordar e descobrir ao passo que os estudávamos mais detidamente. Vlogs são audiovisuais que têm como objetivo mostrar momentos da vida, mostrar o que há de ordinário e comum a todos nós em forma de vídeo. É isso que nos olha nestes materiais, o compartilhamento de vivências entre aquele que se mostra e aquele que vê. Notamos que é comum nesses vídeos a exploração constante de momentos que surgem ao longo da realização da filmagem e que podem ser considerados como parte do inesperado, do que chamamos de **natureza da vida** e que ao serem filmados, editados e postados, passam a habitar outro território, da **natureza do vídeo**.

Nosso processo metodológico com estes materiais foi iniciado com o armazenamento dos mesmos (para o resgate futuro) e, posteriormente, com a percepção sobre elementos que cintilavam simultaneamente entre eles e que tinham força para configurar intensidades, platôs. Com o exame e observação constantes percebemos a coexistência de pelo menos **seis platôs (Cotidiano, Família, Monólogo, Empatia, Técnica Audiovisual e Corpo)**, ou seja, conseguimos identificar regiões de intensidade nas quais seria possível observar e mapear os movimentos e fazer conexões entre os estratos. Em nossa perspectiva, os platôs não funcionam como categorias ou tipificações, eles são zonas pulsantes por meio das quais é possível delinear um mapa dinâmico, portanto, nunca acabado, do fenômeno que está em estudo.

Com o intuito de facilitar o entendimento do nosso processo metodológico, criamos o Guia Cartográfico, como forma de manter o leitor informado sobre o conteúdo de cada vídeo a ser examinado, bem como sobre as lógicas que inventamos para a organização do capítulo 4. Com a chegada da etapa cartográfica submetemos os vlogs ao procedimento auxiliar que a cartografia permitiu-nos trabalhar, o *scanning* (FLUSSER, 2002). A partir dele foi possível identificar códigos que nos revelaram sentidos sobre a publicização da vida e que nos fizeram entender que o que se constituía nos vídeos não era algo privado, ou íntimo, pelo contrário, era algo diferente, algo que podia até aproximar-se destas noções, mas que ao se tornar público, se configurava como algo distinto.

Percebemos que não eram só os assuntos considerados íntimos e mais delicados que eram abordados nos vlogs, mas também momentos corriqueiros, comuns e que possuíam, da mesma forma, potencialidades para aproximar aquele que se mostra daquele que vê. Na verdade, a construção deste laço é algo aparente na maioria dos vídeos pelo fato do protagonista utilizar códigos audiovisuais que facilitam e incitam essa ligação, como o pequeno número de cortes, a utilização do primeiro plano e, principalmente, pelo uso da fala direcionada para a câmera. Estes últimos elementos, que focalizam a face, são os que mais têm força para incitar a empatia, a vontade de ver e saber o que passa na vida do outro, pois é a partir do rosto que temos o que Canevacci (1990) chama de movimentos da alma. Ao passo que os espectadores veem essas feições e cenas, têm a possibilidade de estabelecer conexões e completar este ciclo que a imagem estabelece, ou seja, aquilo que é mostrado só ganha um sentido quando tem sua continuação nos desejos, angústias de quem a contempla (CANEVACCI, 1990, p. 60).

Essa constatação sobre a exploração do rosto vale para todos os platôs, exceto o do corpo que nos mostrou um movimento totalmente diferente, essencialmente nos casos de uma abordagem sexual deste elemento, nos quais se territorializam outras questões e formas, como a exploração de outras partes do corpo e não mais o rosto.

Além do elemento da face ter se destacado, observamos uma constante mistura entre os vídeos e os platôs, que, em um primeiro momento foi vista como uma dificuldade, pois chegamos a um ponto em que víamos muitas conexões e trânsitos no *corpus*. Mas, com a maturação das ações, esse fato acabou se revelando como sintoma dos dois primeiros princípios do rizoma, o de conexão e de heterogeneidade, a partir do qual “qualquer ponto de um rizoma pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo” (DELEUZE; GUATTARI, 2011, p. 22).

Dessas ligações as que mais tiveram poder de segmentaridade foram as que surgiram do platô empatia e do platô técnica, pois, de uma forma geral, estes dois perpassaram todos os vídeos e refletiram na nossa abordagem cartográfica. Sendo assim, no mapa e no esquema, eles configuram-se como dois platôs que têm força para atravessar todos os outros. Além disso, há conexões que nem chegamos a apresentar no exame atencioso dos vídeos exposto no capítulo anterior, mas que estão lá, presentes. Fizemos um esforço de mostrar no mapa um aspecto, já que se tratássemos de mais variáveis o mapa ficaria poluído pelo número de vídeos envolvidos. Decidimos mostrar as conexões vistas de cima entre os vídeos e que formaram este novo. Ao final, tentamos desenrolar este emaranhado de fios que representa as conexões e assim, construir um mapa aberto e suscetível de receber modificações a qualquer momento, tendo em vista que é o mapa de um instante do nosso trajeto cartográfico, podendo ser revisto a qualquer momento e refeito, reconfigurado, de acordo com as percepções do cartógrafo. Isso vale para o nosso esquema que teve como objetivo mostrar as mesmas conexões que o mapa, mas a partir de uma organização diferente.

Este mapa possibilitou-nos responder a segunda questão problema deste trabalho que diz respeito ao que estas conexões todas mostram sobre a **prática da publicização da vida**. Segundo elas, neste universo dos vídeos ainda há a constituição de uma impressão, por parte daquele que vê, de que os vlogs tratam de assuntos íntimos, privados e que, essencialmente, pertencem ao cotidiano de outras pessoas - acreditamos que se não houvesse essa impressão, não haveria essa procura tão grande por eles. Mas, notamos que há também, um entendimento de que o universo do outro também faz parte do universo do espectador e, por isso, acaba mudando de natureza, ao passo que ele interage e coloca-se como consumidor deste produto. cremos, portanto, que há a criação de uma espécie de contrato que rege as lógicas destas produções e que funciona da seguinte forma: os vlogs mostram construtos que pertencem ao universo particular (privado) do outro, ou, pelo menos, provocam essa impressão, ao mesmo tempo em que o ato do compartilhamento engendra o entendimento, e não mais só a impressão, de que aqueles acontecimentos são da ordem midiática e, portanto, pública. Isso pode ser visto como o resultado da gradativa proliferação deste tipo subjetivo que estudamos aqui, pois é a partir desse entendimento que há a reconfiguração deste território que se constitui entre os limiares da vida pública e da vida privada e que abriga estes vídeos.

Então, essas conexões acabam mostrando que não temos mais os mesmos interesses midiáticos que outras épocas, que se baseavam no valor notícia, acontecimentos de portes mais coletivos e que diziam respeito a uma preocupação com o universo macro da vida, que

incluía os interesses e desejos em conjunto. Hoje, os aspectos da vida pessoal, que extrapolam estes mais tradicionais, tornaram-se pautas e foco do circuito midiático mostrando-nos uma potencialidade para a mudança de foco de um mundo racional, baseado nas lógicas da produção e do trabalho, para outro que atingiu um estágio do capitalismo em que a contemplação, o frugal, o corriqueiro e a experiência pessoal tomam espaço e tornam-se de grande interesse.

Outra percepção que tivemos recai sobre as **imagem-síntese**, com as quais trabalhamos aqui. Elas têm a potencialidade de reconfigurar, de transformar, graças ao aparelho que lhes dá origem e que tem potencialidade de criar o seu próprio real (DUBOIS, 2004). E o real para estas imagens (vlogs) é um construto da vida, é um construto do fluxo de vivências que ao serem visualizados nos aproximam das nossas próprias experiências e tornam real não mais o íntimo e o privado, mas sim o compartilhado, o mostrado, o publicizado. Assim, respondemos a nossa terceira questão problema afirmando que os construtos engendrados nestes materiais são diversos e contemplam principalmente os conceitos e noções constituídos nos campos social e cultural contemporâneos, mas que também abrem espaços, ainda que pouco utilizados, para abordagens inovadoras.

Neste cenário, as **linhas de fuga** e os **processos de singularização**, como já indicamos, mostraram-se um tanto quanto escassos. Eles apareceram essencialmente no conteúdo dos vlogs mostrando-nos outras abordagens dos temas centrais. Esse foi o caso do vídeo dos pais homossexuais (localizado no platô família), por exemplo, onde é apresentada uma configuração familiar ainda minoritária, tanto em relação aos temas abordados nos outros vídeos, quanto à questões sociais.

Em um primeiro esforço de pensar sobre a experiência com a cartografia, sobre as dificuldades e limitações que este procedimento trouxe, recaímos no desafio constante de desenvolver o pensamento de forma mais aberta e fora dos esquemas duais. Deleuze e Guattari (2011, p. 21) quando falam sobre a multiplicidade e sobre a transposição dos territórios hierárquicos dizem: “Na verdade não basta dizer Viva o múltiplo, grito de resto difícil de emitir. Nenhuma habilidade tipográfica, lexical ou mesmo sintática será suficiente para fazê-lo ouvir”. Essa passagem retrata de forma interessante a insuficiência de formas de fazer e de lidar com este múltiplo e que podemos utilizar para ver da mesma forma nossa dificuldade na organização do pensamento cartográfico. Dispomos apenas de formas de amenizar e de tornar presente este devir da cartografia, mas a formulação de um texto que se configure com os mecanismos e princípios destacados pelos autores ainda estão distantes do

nosso entendimento de como fazer, justamente por trabalharmos com texto, que incita estrutura. Talvez se partirmos para outras formas de organizar o pensamento acadêmico consigamos aproximar-nos mais de uma escrita múltipla e cartográfica de fato, mas por ora, avaliamos nossa experiência como positiva pelas descobertas alcançadas e pelo conhecimento suscitado por elas, pelo reconhecimento das dúvidas, incertezas e sucessos, pois foram essas curvas e rupturas que engendraram o trabalho que construímos. Além disso, reconhecemos este desafio da escrita e da organização cartográfica desde o início e por isso declaramos que esta pesquisa teria uma inspiração cartográfica, ou seja, nos apropriamos do que outros cartógrafos já perceberam sobre a cartografia e criamos o nosso processo, observando nossas necessidades. Guattari (1992, p. 23 e 24) convida seus leitores a “pegar e rejeitar livremente seus conceitos”, e assinala que o importante na cartografia é ela ser capaz de tornar possível a “reapropriação, a autopoiese”, e por isso a inspiração é uma decisão coerente e que possibilita a recriação.

Em um segundo esforço, pensamos em que questões surgiram ao longo do nosso caminho e que poderiam resultar em pesquisas futuras, ou simplesmente em tensionamentos para a reflexão deste e de outros objetos e chegamos a três propostas. Ao longo do nosso passeio audiovisual ficou clara a natureza polifônica do YouTube, ligada às produções amadoras. Descobrimos termos que funcionam como elementos representativos dos vídeos, como o próprio termo vlog, que passa a adotar o viés não só de videolog (espaço onde se publicam os vídeos), mas também de produção que tem como objetivo mostrar a vida e acontecimentos ligados a ela. Além dele, encontramos outros termos, como o *Get Ready With Me*, *Draw My Life*, Tutoriais, Resenhas, *Tags*, Paródias, *Tour*, Favoritos, entre outros que funcionam como gêneros de vídeo. Então, acreditamos que seria produtivo cartografar as *naturezas audiovisuais que surgem no contexto amador do YouTube*.

A segunda proposta recai em um olhar mais específico sobre essa paisagem do YouTube e diz respeito aos processos de mercado que surgem no contexto das blogueiras (os) e vlogueiras (os) que se tornam porta vozes importantes na consolidação de marcas, não só de maquiagens, mas de segmentos diversos. Então, o tensionamento iria ao encontro de *apreender as lógicas de consumo engendradas no contexto dessas personas que a partir do amadorismo conquistaram a profissionalização*. E, por último, propomos uma abordagem que tivesse como foco *o entendimento da subjetividade publicizada em outros campos comunicacionais*, ou ainda *o uso dela para a produção de produtos baseados na experiência de indivíduos comuns*, como a publicidade, por exemplo, que cria personagens e narrativas

que se assemelham ao cotidiano e que assim, incitam uma proximidade e, por consequência, uma relação mais direcionada ao consumidor. Contudo, essas são ideias para futuros voos investigativos que se tornam mais possíveis a partir das contribuições desta pesquisa para o campo e para as nossas vidas. Assim despedimo-nos dessa viagem com um sobrevoo que nos mostrou, mais uma vez, que uma pesquisa nunca acaba de fato, pois até mesmo agora, conseguimos desdobrar nossas descobertas em outras dúvidas, questionamentos e ideias que renderiam mais anos de dedicação. Mesmo com a aproximação das últimas palavras entendemos que o fazer acadêmico funciona exatamente como uma **rede**, na qual não são as regiões de limite as mais importantes e sim as regiões interiores, os nós internos que a fazem real e que propiciam a possibilidade de expansão constante.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Lisiane. **Processualidades da Cartografia nos usos teórico metodológicos de pesquisas em comunicação social**. DISSERTAÇÃO (MESTRADO) – Unisinos, 2011. Disponível em: <<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/LisianeMachadoAguiarComunicacao.pdf>>.

ALVEZ, N.G.A. **Minha Vida é uma Tela Aberta: Diários de Jovens no YouTube**. DISSERTAÇÃO (MESTRADO) – UFF, 2011. Disponível em: <http://www.emdialogo.uff.br/sites/default/files/nilza_alves_dissertacao.pdf>.

AQUINO, Maria Clara. Hipertexto 2.0, folksonomia e memória coletiva: Um estudo das tags na organização da web. **Ecompós**, Vol. 9, 2007.

BRAGA, Adriana. Microcelebridades entre meio digitais e massivos. **XIX Compós**. Rio de Janeiro: Compós, 2010.

BRUNO, Fernanda. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação. **XVIII Compós**. São Paulo: Compós, 2004.

BRUNO, Fernanda. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. **Revista Contemporânea**, Vol. 3, nº 2.v Julho/Dezembro 2005. Disponível em; <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.portalseer.ufba.br%2Findex.php%2Fcontemporaneaposcom%2Farticle%2Fdownload%2F3461%2F2526&ei=qH3-UpqjLofxkQe49IDYDQ&usg=AFQjCNHrkI9a01oYb4W2SxKC0mme8KE1_g&bvm=bv.61535280,d.eW0>.

BRUNO, Fernanda. Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. VIII (2): maio/agosto, 2006.

BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre a televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004.

BURGEES, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital. Como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da Comunicação Visual**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

COSTA, Bruno. Cores, transparência e opacidade: os limites da representação da realidade em Blow up e em Kracauer. Cinema e Imaginários: Porto Alegre, **Revista Famecos**, Nº 21, Agosto, 2009.

DELEUZE, Gilles. **Bergsonismo**. São Paulo: Ed. 34, 1999. Disponível em: http://monoskop.org/images/4/4a/Deleuze_Gilles_Bergsonismo.pdf.

DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Vol.I. São Paulo, Ed. 34. 2011.

DIOGO, Ligia Azevedo. **Vídeos de família: entre baús do passado e as telas do presente**. 183 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2010.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, Vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

FLUSSER, Vilém. **A filosofia da caixa preta. Ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Editora HUCITEC. São Paulo, 1985. Disponível em: < http://www.iphi.org.br/sites/filosofia_brasil/Vil%C3%A9m_Flusser_-_Filosofia_da_Caixa_Preta.pdf >.

FLUSSER, Vilém. **A filosofia da caixa preta. Ensaio para uma futura filosofia da fotografia.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado.** São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOUCAULT, Michel. História da Sexualidade I: A vontade de saber. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1988. Disponível em: < <http://www.miriamgrossi.cfh.prof.ufsc.br/pdf/foucault.pdf> >.

FREITAS, E.A.R. **Meu corpo sabe ler, mas minha alma escreve: os adolescentes e seus blogs.** DISSERTAÇÃO (MESTRADO) – UFU, 2010. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=201794>.

GUATTARI, Félix. **Caosmose: um novo paradigma estético.** São Paulo: Ed. 34, 1992.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica: cartografias do desejo.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

KASTRUP, Virgínia. A aprendizagem da atenção na cognição inventiva. *Psicologia & Sociedade*; 16 (3): 7-16; set/dez, 2004. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/psoc/v16n3/a02v16n3.pdf> > .

KASTRUP, Virgínia. A rede: uma figura empírica da ontologia do presente. In: **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas.** Org. André Parente. Porto Alegre: Sulina, 2013.

KASTRUP, Virgínia. **O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo.** *Psicologia & Sociedade*; 19(1): 15-22, Rio de Janeiro, 2007

KILPP, Suzana. **A traição das imagens: espelhos, câmeras e imagens especulares em reality shows.** Porto Alegre: Entremeios, 2010.

LIPOVESTSKY, Gilles. **A era do vazio.** Lisboa: Editions Gallimard, 1983.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e imaginário: O Desafio das Poéticas Tecnológicas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. São Paulo: Papirus, 1997.

MACHADO, Arlindo. **O sujeito na tela. Modos de enunciação no cinema e no ciberespaço**. São Paulo: Paulus, 2007.

MANSANO, Sonia Regina Vargas. **Sujeito, subjetividade e modos de subjetivação na Contemporaneidade**. Revista de Psicologia, UNESP, 2009. Disponível em: < <http://www2.assis.unesp.br/revpsico/index.php/revista/article/viewFile/139/172> >.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Massachussets: The MIT Press, 2001.

MARTINO, Luís Mauro S. **Comunicação e identidade. Quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus, 2010.

NASIO, J. –D. **Meu corpo e suas imagens**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

NOGUEIRA, Luís. Cinema 2.0: O Cinema na Era da Internet. Revista Doc On-line, 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-nogueira-cinema20.pdf>.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. O'Reilly Publishing, 2005.

PARENTE, André (org); **Imagem-Máquina: a era das tecnologias do virtual**. Rio de Janeiro: Editora 34; 1993

PROST, Antonie. Fronteiras e espaços do privado. *In*: PROST, Antoine; VICENT, Gérard (orgs.). **História da vida privada 5: Da primeira Guerra a nossos dias**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

ROLNIK, Suely. **Cartografia Sentimental: transformações contemporâneas do desejo**. Porto Alegre: Sulina; Editora da UFRGS, 2007.

ROSÁRIO, Nisia Martins; AGUIAR, Lisiane. Pluralidade metodológica: a cartografia aplicada às pesquisas de audiovisual. *Revista Comunicacion*, Nº10, Vol.1, 2012. Disponível em: < http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa8/098.Pluralidade_metodologica-a_cartografia_aplicada_as_pesquisas_de_audiovisual.pdf >.

RYBCZYNSKI, Witold. Lo íntimo y lo privado; La domesticidad. In: **La casa. Historia de una idea**. Buenos Aires: Emece, 1991.

SIBILIA, Paula. **Do homo psico-lógico ao homo tecno-lógico: a crise da interioridade**. *Revista Semiosfera*, ano 3, nº 7. Disponível em: < http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/anteriores/semiosfera07/conteudo_mm_psibilia.htm >.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SIBILIA, Paula. **O show da vida íntima na internet: blogs, fotologs, videologs, orkut e webcams**. In: CAIAFA, Janice; EIHAJJI, Mohammed (Org.). *Comunicação e Sociabilidade: cenários contemporâneos*. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2007; p. 181-199.

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

TURKLE, Sherry. *Fronteiras do real e do virtual*. Entrevistador: Frederico Casalegno. Entrevista concedida no Massachusetts Instituts of Tecnology/MIT. **Revista Famecos**, Porto Alegre, nº 11, dezembro, semestral, 1999.

VALADARES, M.G.P.F. **Vídeos confessionais do YouTube: abordagem de um dispositivo biopolítico**. DISSERTAÇÃO (MESTRADO) - PUCMINAS, 2011. Disponível em: <http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Comunicacao_ValadaresMG_1.pdf>.

ZAMBENEDETTI, Gustavo. SILVA, Rosane Azevedo Neves. Cartografia e genealogia: aproximações possíveis para a pesquisa em psicologia social. *Psicologia Social*, vol.23, nº 3, Florianópolis Sept./Dec. 2011. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-71822011000300002&script=sci_arttext >.

APÊNDICE A - GUIA CARTOGRÁFICO

Almejando facilitar a identificação dos vídeos e o entendimento do nosso processo cartográfico, criamos esta seção com o intuito de guiar o leitor no capítulo (4), no qual desenvolvemos a cartografia. Aqui, serão detalhados os processos de reconhecimento dos platôs e a lógica de organização que criamos para a cartografia, necessária para o entendimento do mapa e do esquema cartográfico que serão apresentados como resultado, no capítulo 5.

Como efeito das quatro variações de atenção sugeridas por Kastrup (2007), problematizadas no capítulo anterior (*rastreio, toque, pouso e reconhecimento atento*), conseguimos reunir 31 vídeos que compuseram nosso universo total de observáveis. Todos eles passaram também pelo procedimento auxiliar, o *scanning*, e estão presentes na construção do mapa e do esquema, mas apenas alguns deles estão dispostos no capítulo seguinte. Explicamos, o primeiro vlog, que chamamos de vídeo zero (Vlog: meu dia a dia!), foi chamado assim, por ser uma espécie de ponto zero do qual iniciamos nosso pensamento sobre os vlogs e está localizado no capítulo 3 desta dissertação. Assim como ele, os 30 outros vídeos também passaram por estes processos, e deles, 19 foram separados para a composição do capítulo 4, como forma de evitar a repetição de elementos e o consequente aumento do texto. Fizemos um esforço de incluir na dissertação os 10 vídeos que “restaram” pelo fato deles serem essenciais na construção do mapa e do esquema cartográfico, por fazerem parte do nosso processo de pesquisa. Retomaremos adiante os esclarecimentos sobre o mapa.

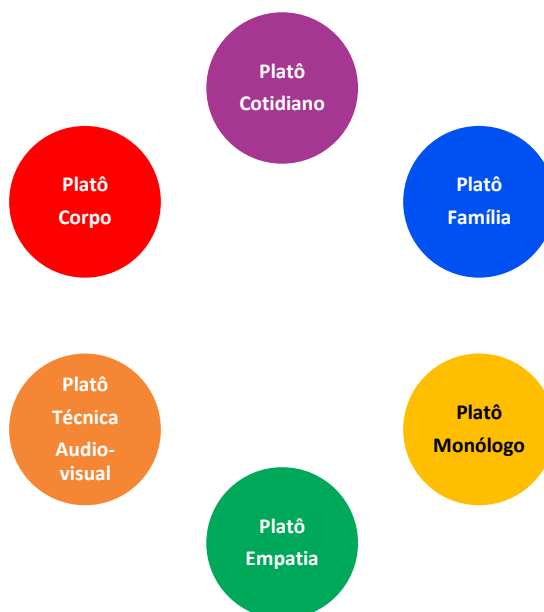
Com o *corpus* selecionado, partimos para outra etapa que consistiu no reconhecimento dos sentidos que dão vida a cada produção. A partir desta percepção, foi possível agrupar os vlogs em conjuntos nos quais esses elementos comuns sinalizavam a criação de estratos, que chamamos de platôs. Para entender a concepção de platô e, conseqüentemente de rizoma, adotamos um conceito que pode ser visto como a encarnação ou uma versão empírica e atualizada do rizoma, a *rede* (KASTRUP, 2013). Visualizemos a imagem mental de uma rede que pode ser de diversos tipos, neural, férrea, marítima, o que nos interessa nela é o fato de pouco importarem suas dimensões e limites, justamente por serem, por essência, constituídas pelos seus componentes internos e não externos. Por componentes internos, entendemos os nós, ou as estações que compõem uma rede de metrô, por exemplo, e que possibilitam o movimento constante da rede como um todo. Cada estação desta pode ainda se conectar com outras, em um fluxo constante e mutável que possibilita que ela nunca se feche em uma

totalidade, mas sim se abra para que novos nós/estações possam ser acrescentados em todas as direções.

Saindo deste ponto de partida pensamos que cada nó/estação dessa rede corresponde a um platô que dentro de si abriga um encontro de diversos elementos reunidos em uma simultaneidade e constituindo uma rede. Assim, a cada parada nas estações, ou em relevos, temos a visão complexa das percepções que tivemos das conexões dos materiais. Cada platô é composto por números diferentes de vídeos, os quais foram examinados e reexaminados diversas vezes ao longo do movimento do *pouso* assinalado por Kastrup (2007) e *scanning* (FLUSSER, 2002).

A saber, a cartografia busca entender estas formações (platôs) bem como o que há de conectividade, diferença, semelhanças e outros movimentos que se constituem *entre* elas. Reconhecer essas ligações é de suma importância para que a nossa proposta realize-se, pois, sem elas, os platôs seriam apenas categorias nas quais reconheceríamos um tipo de atividade comum. No momento em que nos propomos a ver que intensidades surgem, que pontos do relevo encontram-se mais densos, que sentidos perpassam, estamos dispostos a entender a multiplicidade a partir dos princípios rizomáticos que apresentamos no capítulo anterior (3) a partir da obra de Deleuze e Guattari (2011).

Com o objetivo de organizar as produções audiovisuais de forma simples adotamos uma borda colorida em cada um dos vídeos com o objetivo de identificar a qual platô cada vlog corresponde. Essa medida foi pensada tendo em vista a construção do mapa que apreenderá as conexões percebidas com o *pouso* e o *scanning*, além de localizarem os vídeos nos seus respectivos territórios. Sendo assim, o mapa se constituiu por 31 pontos, que representam todos os vlogs estudados. As cores são:



Para entender como organizamos o mapa tenham em mente que cada linha é um platô. Cada ponto (bolinhas ou quadradinhos) são os vídeos. O vídeo que estiver em uma linha que se cruza com outra está em uma zona de conexões. Isso pode acontecer uma vez, pode não acontecer e também acontecer várias vezes. Neste último caso, o vídeo que abrigar diversas conexões dá a ver um estrato de grande intensidade, com um número “elevado” de linhas atravessando-o. Esclarecemos que a ideia do mapa é representar apenas um aspecto e um momento da nossa cartografia, de modo que se fosse ser refeito agora, ele seria um mapa totalmente diferente, que poderia ser constituído de outros vídeos e com outros sentidos.

Além deste mapa, elaboramos um esquema da cartografia⁴⁹ (Figura 30) que traduz as conexões feitas no mapa de outra forma. Ele é composto pelas mesmas cores da paleta apresentada anteriormente, acrescido de outras seis cores, que são variações mais claras dessas. As cores “originais”, mais duras, assinalam o pertencimento do vídeo ao platô em questão, as mais suaves representam as conexões entre os platôs. Explicamos, se um vídeo X pertencer ao platô “A” e estabelecer conexões com o “B”, ele estará marcado no platô de origem com uma das cores apresentadas na paleta acima, e também será marcado no platô de conexão com um tom mais claro da cor de origem.

Pensando no entendimento dos materiais disponibilizamos os *links* com os endereços dos vídeos, além de outros dois elementos, um CD e este guia. No primeiro elemento, o CD, encontram-se todos os vídeos utilizados na pesquisa, incluindo os que não foram detalhados no capítulo da cartografia. Assim facilitamos o processo de visualização dos mesmos, caso o

⁴⁹ Esclarecemos que este esquema não está sendo visto como uma tabela, pois nele, distribuimos as informações por meio de uma outra lógica de organização, diferente da adotada no mapa, mas que representa os mesmos sentidos.

leitor queira verificar as passagens citadas ou simplesmente entender melhor as conexões do mapa. O segundo elemento, este guia, apresenta um pequeno resumo de cada vlog (*print screen*, título do vídeo, canal, informações gerais, resumo, link para acesso) para que possa ser utilizado na leitura da cartografia, permitindo ao leitor uma visão geral da paisagem que irá acompanhar a partir de agora. Organizamos os vídeos em dois blocos, respeitando a ordem seguida na escrita da dissertação. O primeiro bloco conta com os 19 vídeos abordados no capítulo seguinte e o segundo com os 11 que serão abordados somente no mapa⁵⁰.

RECONHECIMENTO DOS PLATÔS E VLOGS

Passamos, agora, a delinear platôs encontrados depois de colocar em ação os níveis de atenção sugeridos por Kastrup (2007). Eles foram surgindo paulatinamente e organizando-se conforme avançávamos nas descobertas dos vídeos e no *pouso* em cada um. Entendemos que, com a descrição realizada no subtítulo “3.2” e “3.3” (capítulo anterior), que abordam os passos operacionais e as características do vlog, não seja necessário relatar com detalhes os movimentos executados e os trajetos percorridos nos níveis de atenção. Lembramos que o desdobramento desses níveis decorre de idas e vindas ao YouTube, aos vídeos, à perspectiva teórica adotada, ao desenvolvimento de reflexões.

Vale ainda ressaltar que vemos os platôs no sentido geográfico, como zonas nas quais o relevo adensa-se, mostrando-nos a presença de momentos de intensidade. Dizemos isso porque vemos o platô mais pelo seu sentido geográfico, da mesma forma que destacamos que usamos a cartografia como uma inspiração metodológica.

PLATÔ COTIDIANO

A primeira⁵¹ dimensão que acompanharemos é a do **Platô Cotidiano**. Nele, ficam evidentes códigos que contribuem para a construção de uma ideia sobre o cotidiano que é totalmente própria dos materiais observados e nos mostra que o dia a dia, as coisas comuns, são também temas e pautas dignas do olhar alheio. Com o desenvolvimento do movimento cartográfico e do *scanning conceitual*, tentamos entender que sentidos sobre a vida comum surgem a partir do cotidiano, em especial.

⁵⁰ Lembramos que o vídeo zero já foi citado no capítulo anterior, totalizando os 31 vídeos.

⁵¹ Estas denominações de primeiro, segundo, terceiro e assim por diante não representam uma hierarquia entre os materiais, foram utilizadas no intuito de organizar a leitura apenas.



VIDEO 2 – FIGURA 3

Título: JULIANNA GETS A HAIRCUT!!!

- January 17, 2014 - itsJudysLife

Canal: itsJudysLife

Informações: Postado no dia 18/01/2014, com mais de 230.000 visualizações até o dia da sua coleta (22/01/2014). Filmado com câmera na mão pelos próprios protagonistas, com duração de 24 min 36 s.

Resumo: O casal Judy e Benji mostra sua rotina desde o momento em que acorda até o final do dia. Ao longo da produção, eles tomam café da manhã, brincam com a filha Juliana, saem para uma consulta médica, vão ao mercado e retornam para casa.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=cZyZ3tAsACU>>.



VÍDEO 3 (TUTORIAL) – FIGURA 4

Título: ELF Matte Lip Color first impression review

Canal: itsJudysLife

Informações: Postado no dia 13/01/2014, com mais de 215.000 visualizações até o dia da sua coleta (22/01/2014). Filmado com câmera na mão pela própria protagonista, com duração de 4 min 41 s.

Resumo: Judy realiza a resenha de um batom. Além da aplicação e das primeiras impressões, a protagonista insere alguns acontecimentos do dia a dia com o intuito de mostrar como o batom comporta-se ao passo que ela almoça, conversa, beija o marido, etc. Este vídeo, em especial, não se configura como um vlog, ele, na verdade é um tutorial. Mas, como pode ser visto no capítulo seguinte, ele faz parte da nossa cartografia por trazer fortes indícios e contribuições sobre o que é um vlog. Além disso, adiantamos que no mapa, este vídeo tem uma marcação visual diferente dos demais, assinalando sua diferença.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=2zdGxfQIBhQ>>.



VLOG 3 – FIGURA 5

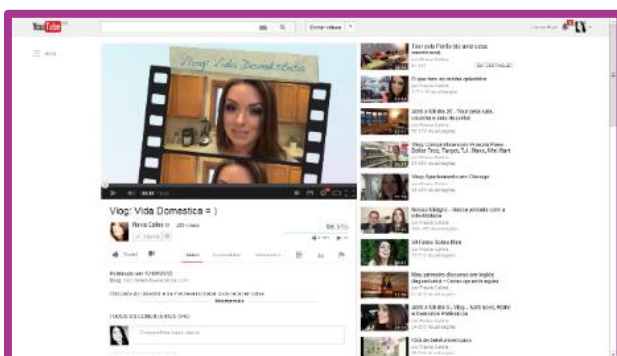
Título: Vlog: Um dia na vida :)

Canal: Marina Smith

Informações: Postado no dia 11/10/2013, com mais de 17.000 visualizações até o dia da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera na mão pela própria protagonista, com duração de 8 min 32 s.

Resumo: Marina Smith mostra como é um dia da sua vida. Dentro dessa proposta, as atividades do dia são: acordar, tomar café, ir para a academia, voltar para casa, tomar banho, arrumar-se, visitar uma loja, voltar para casa, trabalhar, almoçar, fazer jantar, ver televisão e dormir.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=DQKF5Zqf9Fk>>.



VÍDEO 4 – FIGURA 8

Título: Vlog: Vida Domestica =)

Canal: Flavia Calina

Informações: Postado no dia 06/12/2013, o vídeo alcançou nas primeiras dez horas após o lançamento marcas de mais de 20.000 visualizações e, hoje, data da sua retirada do fluxo do site para análise (18/01/2014), já tinha sido visto mais de 100.000 vezes. Filmado com câmera na mão pela própria protagonista, com duração de 18 min 52 s.

Resumo: Por morar nos EUA, Flavia resolveu fazer o vídeo para mostrar as diferenças entre eletrodomésticos, materiais de limpeza e cômodos que diferem dos que são comuns no Brasil. Ao longo do vídeo, ela limpa diversos espaços da casa, ao passo que mostra os produtos que utiliza.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=t3ocufIReZ4>>.



VÍDEO 5 – FIGURA 11

Título: Vlog da Mel: Cirurgia e mais...

Canal: Mel Queiroz

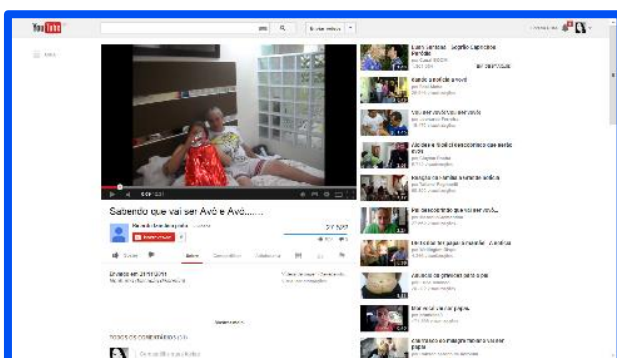
Informações: Postado no dia 18/11/2013, com mais de 30.000 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera na mão pela própria protagonista, com duração de 16 min 24 s.

Resumo: A protagonista filma a rotina de um dia dedicado à cirurgia de correção da mandíbula. Ela veicula desde o momento em que sai de casa, chega ao hospital, prepara-se para o procedimento, mostra os efeitos da anestesia, as refeições, os cuidados pós-operatórios e a volta para casa.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=t3ocufIReZ4>>.

PLATÔ FAMÍLIA

O segundo platô constitui-se por meio de audiovisuais que nos tocam pela **Família**, ou seja, incitam a constituição de um universo familiar. Notamos a presença de elementos que são ligados ao contorno familiar a partir de diversas perspectivas, desde a infância, a gravidez, festas de aniversário, entre outras. Vejam que, mais uma vez, ressaltamos essa multiplicidade dos componentes do platô e que são formas de adentrar o rizoma.



VÍDEO 6 – FIGURA 13

Título: Sabendo que vai ser Avô e Avó.....

Canal: Ricardo Faustino Pinto

Informações: Postado no dia 21/11/2011, com mais de 27.000 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera na mão por uma terceira pessoa (pai) que não aparece no vídeo. Duração de 2 min 31 s.

Resumo: Um casal resolve filmar o momento em que dá a notícia de que “está grávido”. Eles vão até o quarto dos pais e entregam-lhes um pacote de fraldas sem explicar nada. Logo os futuros avós se dão conta da intenção do casal e comemoram a gravidez.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=-3eNGmSNo9s>>.



VÍDEO 7 – FIGURA 14

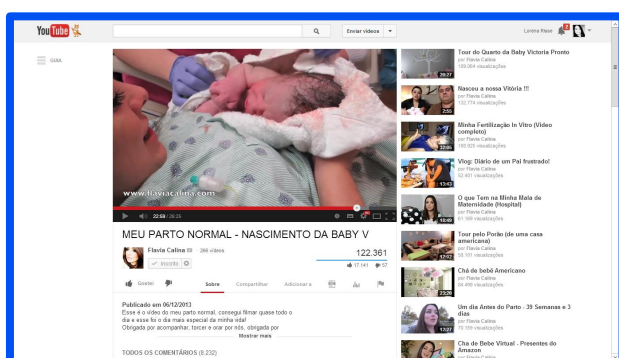
Título: Bebê linda mamando!

Canal: Thiago Oliveira

Informações: Postado no dia 22/01/2013 o vídeo possui mais de 19.000 visualizações até a data da sua retirada do fluxo do site para o exame (23/01/2014). Filmado com câmera na mão pela mãe, com duração de 3 min 54 s.

Resumo: A mãe da criança filma a filha sendo amamentada por ela mesma.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=GI7hpKcrnEA>>.



VÍDEO 8 – FIGURA 15

Título: MEU PARTO NORMAL –
NASCIMENTO DA BABY V

Canal: Flavia Calina

Informações: Postado no dia 06/12/2013, com mais de 200.000 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera na mão por uma terceira pessoa (avó) que não aparece no vídeo. Duração de 26 min 25 s.

Resumo: Na companhia da mãe, marido e padrasto, a protagonista mostra o todo o processo de trabalho de parto, desde o momento em que saem de casa até o ápice do dia quando a criança nasce.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=7jydpn0j2AE>>.



VÍDEO 9 – FIGURA 16

Título: Festa Família Jardim 22/04/2011

Parte II

Canal: Júnior Jardim

Informações: Postado no dia 29/07/2013 e com 65 visualizações até a data da sua retirada do fluxo do site para análise (23/01/2014). Filmado com câmera na mão por um personagem que não aparece no vídeo. Duração de 18 min 39 s.

Resumo: Ao longo de todo o vídeo, identificamos a presença de acontecimentos aleatórios de um dia com a família, isso inclui: pessoas na piscina, conversando, dançando, fazendo churrasco, tirando fotos, etc.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=t3ocufIReZ4>>.



VÍDEO 10 – FIGURA 17

Título: Pergunte a Uma Família Gay -

Episódio 1 - Daniel

Canal: depfoxbrasil

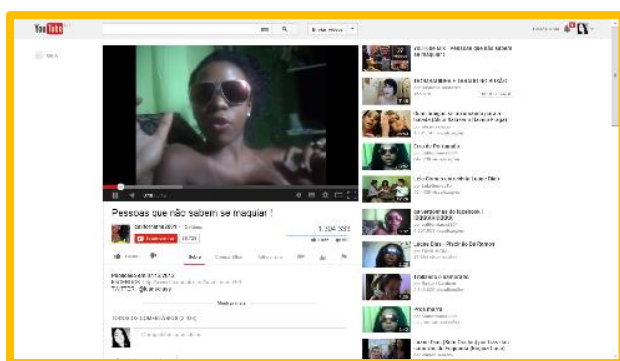
Informações: Postado no dia 04/08/2012 e com 3.516 visualizações até a data da sua retirada do fluxo do site para análise (23/01/2014). Filmado com câmera parada. Duração de 14 min 58 s.

Resumo: O vídeo mostra uma família composta por um casal homossexual e dois filhos adotados. Nele, os pais e as crianças aparecem sentados conversando sobre como é ter uma família com essa configuração.

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=WGWbM2m2L_Q>.

PLATÔ MONÓLOGO

O terceiro platô configura-se com o que chamamos de **Monólogo** (*talking head*), produções onde há a figura clara de um protagonista que extravasa pensamentos, emoções, opiniões sobre si mesmo ou sobre assuntos exteriores a ele, tendo em vista um ouvinte ou espectador oculto. Estes vídeos possuem uma estética bastante consolidada, de fácil reconhecimento pelos códigos audiovisuais que se resumem a um enquadramento fechado em primeiro plano, intervenções de edição sutis apenas para ajudar no encadeamento de ideias e o uso do plano sequência.



VÍDEO 11 – FIGURA 18

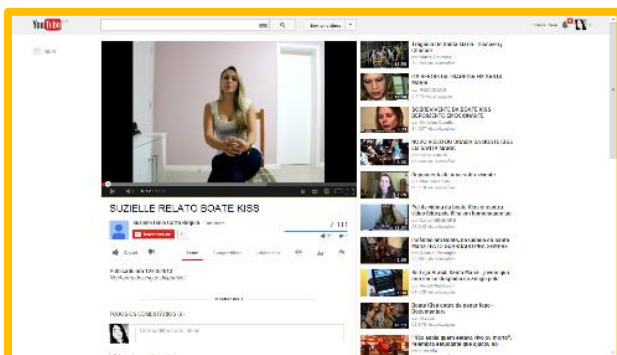
Título: Pessoas que não sabem se maquiar!

Canal: californiana2801

Informações: Postado no dia 07/12/2012, com mais de 1.000.000 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera parada pela própria protagonista. Duração de 3 min 16 s.

Resumo: Ao longo do vídeo, Luane fala sobre a sua opinião acerca do fato das pessoas não saberem se maquiar.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=7jydpn0j2AE>>.



VÍDEO 12– FIGURA 19

Título: SUZIELLE RELATO BOATE KISS

Canal: Suzielle Dalla Corte Requia

Informações: Postado no dia 12/03/2013, com mais de 8.000 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera parada pela própria protagonista. Duração de 12 min 20 s.

Resumo: Ao longo do vídeo, Suzielle conta sobre a sua experiência dentro da Boate Kiss, em um episódio de incêndio que resultou na morte de mais de 200 pessoas.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=oDSCY0pZ950>>.



VÍDEO 13 – FIGURA 20

Título: Vlog: Sobre parar de fumar e cigarro eletrônico

Canal: Marina Smith

Informações: Postado no dia 16/12/2013, com mais de 8.000 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera parada pela própria protagonista. Duração de 12 min 20 s.

Resumo: Ao longo do vídeo Marina fala sobre o seu vício do cigarro e sobre como conseguiu parar de fumar usando um cigarro eletrônico.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=iFdWqDiZu58>>.

PLATÔ EMPATIA

O quarto platô tem como elemento essencial a empatia. Nele, reunimos audiovisuais que têm como grande apelo o impacto emocional, seja ele causado por uma relação afetuosa positiva ou por atingir-nos de forma “negativa”. Este platô apresenta um relevo bastante peculiar, pois ele, assim como outros que falaremos adiante, perpassa todos os outros platôs. Dizemos isso, pois os audiovisuais que observamos atentamente criam com a publicização da vida justamente essa “ilusão” de proximidade e de afeto que se alimenta todas as vezes que os vemos. Por isso ele configura-se como um devir maioritário que atravessa todas as linhas que compõe este fluxo que acompanhamos.



VÍDEO 14 – FIGURA 21

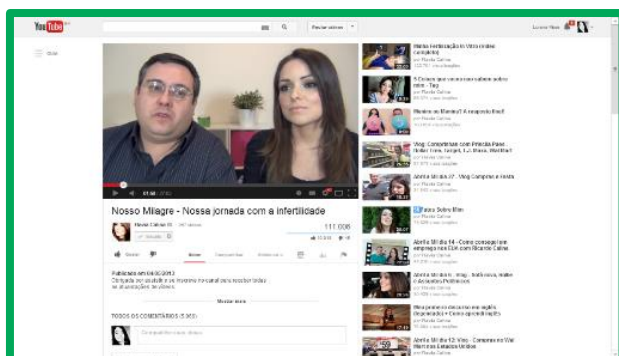
Título: Luiz Antonio - A argumentação para não comer polvo

Canal: Flavia Cavalcanti

Informações: Postado no dia 15/05/2013, com mais de 3.400.000 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera na mão pela mãe do garoto que não aparece no vídeo. Duração de 02 min 40 s.

Resumo: Ao longo do vídeo Luiz Antonio (segundo o vídeo, o nome do garoto se escreve sem acento) descobre que, para podermos comer carne, os animais precisam morrer. Essa descoberta provoca uma inquietação no garoto e, por consequência, uma argumentação para não comer o almoço (nhoque de polvo) e também outros animais.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=NX4O6smZrLE>>.



VÍDEO 15 – FIGURA 22

Título: Nosso Milagre - Nossa jornada com a infertilidade

Canal: Flavia Calina

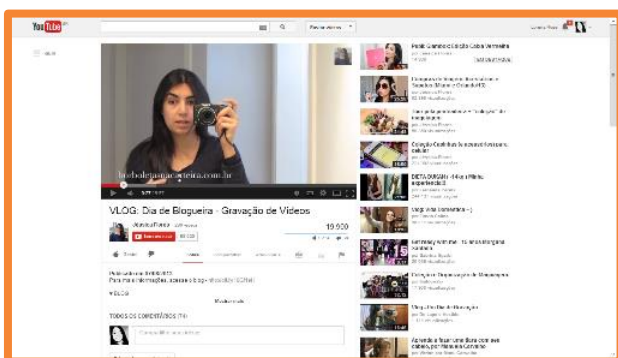
Informações: Postado no dia 04/05/2013, com mais de 100.000 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera parada. Duração de 27 min 03 s.

Resumo: Ao longo do vídeo, o casal Flavia e Ricardo conta sua história com a infertilidade, todas as dificuldades, tentativas e fracassos da sua trajetória. Além de contextualizar o espectador, o vídeo é feito também para anunciar que Flavia está grávida.

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xcXfY5rheMM>>.

PLATÔ TÉCNICA

O quinto platô que constituímos também possui uma estratificação peculiar e intensa, pois, da mesma forma, atravessa todos os platôs, mesmo que com intensidades diferentes. O **Platô da Técnica** perpassa os outros estratos por ser um elemento de grande importância no exame dos vídeos, sendo observado em todos eles com graus menores e maiores. O mais intenso se concentra na observação dos vídeos que compõem este platô. O que difere o olhar sobre os vlogs que constituem este estrato dos outros é a intensidade com que este relevo da técnica constitui-se perante os demais. Em outras palavras, o que nos toca de forma mais evidente nestas produções é a forma audiovisual que se sobressai sobre todos os outros aspectos do vídeo, trazendo à tona momentos da vida por meio ou da opacidade de toda a tecnologia ou em alguns casos, com a transparência deste audiovisual, mostrando-nos até mesmo como o discurso do vídeo se constrói.



VÍDEO 16 – FIGURA 23

Título: Vlog: Dia de Blogueira – Gravação de Vídeos

Canal: Jéssica Flores

Informações: Postado no dia 07/08/2013, com mais de 20.000 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera na mão da protagonista. Duração de 05 min 57 s.

Resumo: Ao longo do vídeo, Jéssica mostra sua rotina de gravações de vídeo, como se preparou, maquiou-se, como arrumou a câmera para o uso, que iluminação e lentes usa e etc.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_gl_ferAylc>.

PLATÔ CORPO

No sexto platô observamos o corpo como elemento principal. Ao longo do nosso rastreio percebemos que este aspecto também era abordado a partir de diversos ângulos, os que reunimos aqui foram o da sexualidade, da doença e da aparência.



VÍDEO 17 – FIGURA 26

Título: Japinha safadona

Canal: Clube do Macho

Informações: Postado no dia 19/02/2010, com mais de 4.000.000 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera parada. Duração de 02 min 41 s.

Resumo: Ao longo do vídeo, a protagonista faz um *strip-tease* para a câmera. Apalpa-se, mostra algumas partes do corpo e faz gestos sexuais. Não há presença de nudez absoluta, nem de fala no vídeo.

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=apUVOHwYD2k>>.



VÍDEO 18 – FIGURA 27

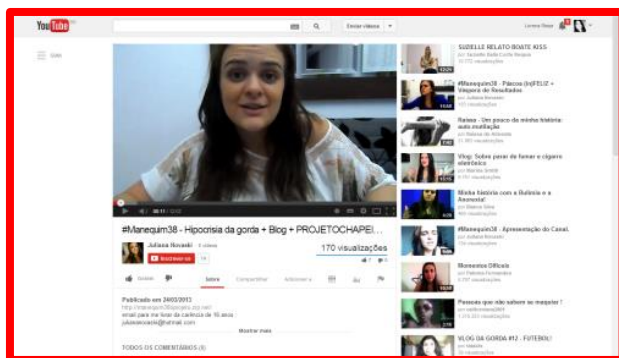
Título: Raíssa - Um pouco da minha história: auto-mutilação

Canal: Raíssa de Almeida

Informações: Postado no dia 13/03/2013, com mais de 25.000 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera parada. Duração de 07 min 41 s.

Resumo: Ao longo do vídeo, a protagonista conta sobre a sua história com relação à prática do Cutting (cortes corporais). Realiza esse desabafo por meio de pequenos pedaços de papel (cartazes) onde estão escritas “suas falas”. Não há presença de voz, a comunicação é feita por meio destes papéis, música de fundo, alguns caracteres na tela, além da imagem.

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=U2XHTwbkfr>>.



VÍDEO 19 – FIGURA 28

Título: #Manequim38 - Hipocrisia da gorda + Blog + PROJETOCHAPEIBARRIGA

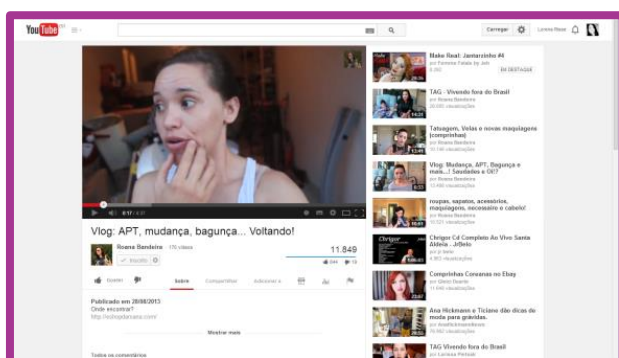
Canal: Juliana Novaski

Informações: Postado no dia 24/03/2013, com mais de 150 visualizações até a data da sua coleta (18/01/2014). Filmado com câmera parada. Duração de 12 min 02 s.

Resumo: Ao longo do vídeo, a protagonista conta sobre a sua história com relação ao seu peso. Conta de forma bem humorada algumas situações que passou e dá início ao projeto Chapei Barriga, o qual tem como objetivo o emagrecimento de Juliana.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Q2bPWI3YX7w>>.

VÍDEOS ABORDADOS SOMENTE NO MAPA



VÍDEO 20

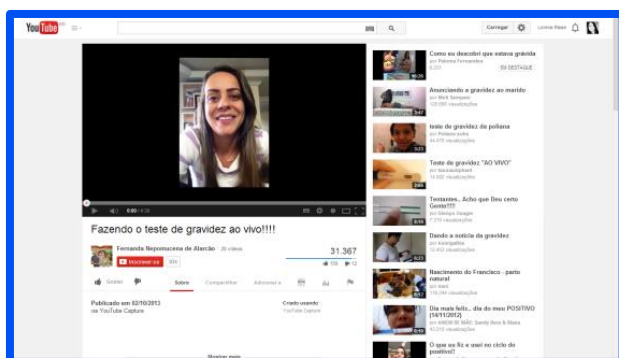
Título: Vlog: APT, mudança, bagunça... Voltando!

Canal: Roana Bandeira

Informações: Postado no dia 28/08/2013, com mais de 11.000 visualizações até a data da sua coleta (19/01/2014). Filmado com câmera na mão. Duração de 04 min 37 s.

Resumo: Ao longo do vídeo, a protagonista mostra um dia da sua mudança. Com a câmera na mão, apresenta os cômodos da casa nova, com a mobília ainda bagunçada.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=WTuDZSo2NYI>>.



VÍDEO 21

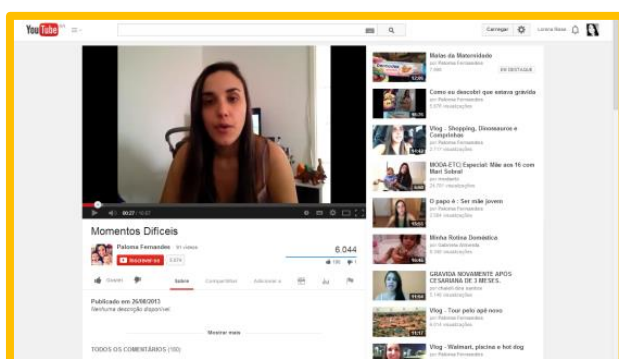
Título: Vlog: Fazendo o teste de gravidez ao vivo!!!!

Canal: Fernanda Nepomucena de Alarcão

Informações: Postado no dia 02/10/2013, com mais de 30.000 visualizações até a data da sua coleta (19/01/2014). Filmado com câmera parada. Duração de 04 min 30 s.

Resumo: A protagonista faz um teste de gravidez “ao vivo” e se surpreende com o resultado positivo.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Z1foerZDEL0>>.



VÍDEO 22

Título: Momentos Difíceis

Canal: Paloma Fernandes

Informações: Postado no dia 26/08/2013, com mais de 6.000 visualizações até a data da sua coleta (19/01/2014). Filmado com câmera parada. Duração de 10 min 57 s.

Resumo: A protagonista conta sobre uma crise alérgica que o filho pequeno passou. Após esse evento a mãe levou o garoto ao médico, que diagnosticou a criança com alergia alimentar. Paloma se emociona em diversas passagens do vídeo e reflete sobre as limitações que a doença traz.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=0WmUpLoeVos>>.



VÍDEO 23

Título: Pedindo a Renata em Casamento.

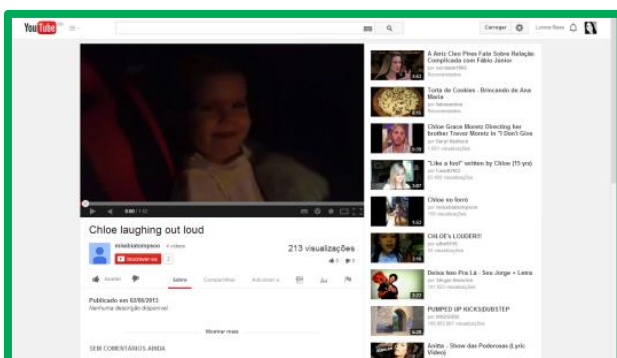
08/04/2012

Canal: trajas0007

Informações: Postado no dia 09/04/2012, com mais de 8.000.000 visualizações até a data da sua coleta (19/01/2014). Filmado com câmera na mão. Duração de 9 min 27 s.

Resumo: O vídeo mostra o pedido de casamento feito pelo *videologger*, ele espalha diversas pistas pela casa da namorada para que ela encontre um suposto ovo de páscoa. Após passar por todas as etapas ela encontra o ovo e dentro dele o pedido de casamento. Emocionado o casal se abraça e comemora o noivado.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=w06gq0i7wmk>>.



VÍDEO 24

Título: Chloe laughing out loud

Canal: missbiatompson

Informações: Postado no dia 02/06/2013, com mais de 200 visualizações até a data da sua coleta (19/01/2014). Filmado com câmera na mão. Duração de 1 min 52 s.

Resumo: O vídeo mostra a interação de uma criança pequena (Chloe) e uma adulta que a faz rir ao longo de toda a produção.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=xg8VSp7u8-8>>.



VÍDEO 25

Título: Nasceu a nossa Vitória !!!

Canal: Flavia Calina

Informações: Postado no dia 10/11/2013, com mais de 170.000 visualizações até a data da sua coleta (19/01/2014). Filmado com câmera na mão. Duração de 2 min 54 s.

Resumo: O vídeo mostra a volta pra casa após o nascimento da filha Vitória. O casal conta rapidamente como foi o parto e mostra a criança em uma tentativa de informar os espectadores sobre a nova etapa da vida. Agradecem os contatos feitos pelo YouTube, os desejos de boa sorte e esclareceram que logo que possível voltariam a postar vídeos no canal.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=dA1QFXseF7w>>.



VÍDEO 26

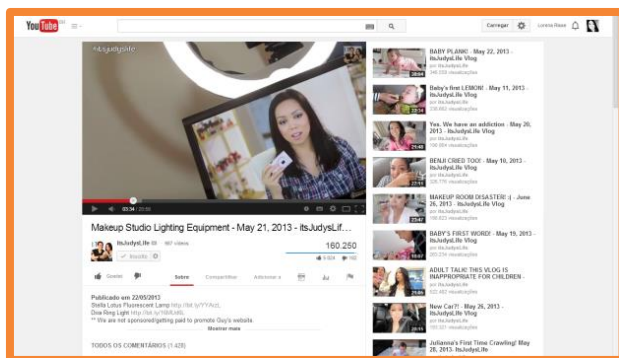
Título: Lily's Disneyland Surprise!

Canal: KAftC

Informações: Postado no dia 03/10/2011, com mais de 14.000.000 visualizações até a data da sua coleta (19/01/2014). Filmado com câmera na mão. Duração de 2 min 56 s.

Resumo: O vídeo mostra a mãe da protagonista revelando a surpresa de que a família iria viajar para a Disney. Lily ganha uma mochila cheia de produtos da marca e passa a maior parte do vídeo sem perceber a intenção da mãe, quando percebe chora de emoção.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=OOpOhlGiRTM>>.



VÍDEO 27

Título: Makeup Studio Lighting Equipment

- May 21, 2013 – itsJudysLife

Canal: itsJudysLife

Informações: Postado no dia 22/05/2013, com mais de 160.000 visualizações até a data da sua coleta (19/01/2014). Filmado com câmera na mão. Duração de 20 min 59 s.

Resumo: O vídeo mostra um dia na vida do casal Judy e Benji e da filha Juliana. O ponto alto do vídeo é a instalação do equipamento de luz profissional comprado para o melhoramento dos vídeos tutoriais feitos por Judy. Grande parte do vídeo mostra esse evento. Após este momento a família almoça, brinca, recebe pessoas em casa, entre outras ações que compõe o dia do trio.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=pR1LMHffQlg>> .



VÍDEO 28

Título: AMERICAN CANDY & MAKEUP AT THE DRUGSTORE! - January 14, 2014 - itsJudysLife Vlog

Canal: itsJudysLife

Informações: Postado no dia 10/11/2013, com mais de 170.000 visualizações até a data da sua coleta (19/01/2014). Filmado com câmera na mão. Duração de 2 min 54 s.

Resumo: O vídeo mostra mais um dia na vida do casal Judy e Benji. Neste, em especial, eles tomam café, brincam com a filha Juliana, passeiam, almoçam, vão ao supermercado, entre outras atividades que compõem a vida em família.

Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=pM_c1V7FORy> .



VÍDEO 29

Título: Minha história com a Bulimia e a Anorexia!

Canal: Bianca Silva

Informações: Postado no dia 14/07/2013, com mais de 500 visualizações até a data da sua coleta (19/01/2014). Filmado com câmera parada. Duração de 04 min 27 s.

Resumo: O vídeo mostra um depoimento de Bianca sobre seu processo com disfunções alimentares.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=pR1LMHffQlg>>.



VÍDEO 30

Título: Sexy Cam Girl

Canal: Ylenia Mancini

Informações: Postado no dia 21/06/2013, com mais de 1.400.000 visualizações até a data da sua coleta (19/01/2014). Filmado com câmera parada. Duração de 02 min.

Resumo: O vídeo mostra a protagonista dançando em direção à câmera. A garota está só de blusa, sutiã e calcinha.

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=CAJiv2H-ouo>>.