



A auto-imagem na produção videográfica em tempos de Web 2.0¹

Francielly Rocha Dossin²

Resumo:

Do surgimento do vídeo ao advento do Youtube, o desenvolvimento de novas mídias vem propiciando um determinado uso da câmera que se caracteriza pela relação de intimidade (afetiva) e que produz uma espécie de vídeo marcado pela exploração da auto-imagem. Dessa forma, o presente artigo visa refletir sobre essa nova produção de retratos e autorretratos digitais compartilhados.

Palavras – chave: auto-representação, vídeo, “câmera afetiva”, youtube.

The self-image in video production in times of Web 2.0

Abstract:

From emergence of the video to the advent of Youtube, development of new media has been facilitating a particular use of camera that is characterized by intimate relationship (emotional) and producing a kind of video marked by the exploitation of self-image. Therefore, this article aims to reflect on this new production of shared digital portraits and self-portraits.

Keywords: self-representation, video, “affective camera”, youtube.

1 A presente reflexão iniciou-se quando apresentado a comunicação “notas sobre a câmera afetiva: a auto-imagem como relato do eu” (não publicado) no Congresso Anual da Associação Internacional de Sociologia Visual - IVSA 2008, realizado em Buenos Aires. Na ocasião foi apresentada e discutida grande parte da reflexão aqui publicada.

2 Doutoranda em História pelo PPGHistória - Programa de Pós-Graduação em História - da UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina. Mestre em Artes Visuais pelo PPGAV/UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina - e Bacharel em Artes Plásticas pela UDESC.

E-mail: dorodossin@yahoo.com.br



O vídeo surge no início da década de 70, mais barato e de fácil manuseio que as suas congêneres em película, sendo crescentemente utilizado por cineastas, artistas, e entusiastas como uma boa forma/fonte de se pensar a imagem, principalmente a auto-imagem. Partindo desse processo, a presente reflexão detém-se em determinado uso com que as pessoas na contemporaneidade vem estabelecendo com a câmera, possibilitando um modo de uso em que a auto-representação ganha um tom confessional e cênico ao mesmo tempo. Esse uso exacerbou-se com o advento do vídeo digital, da internet e de sites como o *Youtube* que favoreceram o compartilhamento de arquivos e trocas pessoais.

*Youtube*³ é o site mais usado da tecnologia web 2.0⁴. Tube que em inglês é uma gíria para “televisão”, às vezes pode realmente funcionar como uma espécie de TV interativa. O site foi fundado em fevereiro de 2005 com o intuito de difusão e compartilhamento de arquivos audiovisuais tendo como principais provedores de conteúdo os próprios internautas. Criado por três jovens programadores (Chad Hurley, Steve Chen, Jawed Karim), ele foi vendido em outubro de 2006 para o Google por US\$ 1, 65 bilhões em ações. Em 2006, o site foi considerado a “Invenção do Ano” pela revista norte-americana *Time*.

O próprio nome do site e seu slogan deixam claro sua principal característica. “*You Tube*” (literalmente algo como: Você Televisão/ Sua Tevê) pode ser algo que remonta ao lema punk *Do it Yourself*. Já o slogan “*Broadcast Yourself*” (algo como, transmita-se ou transmita você mesmo), nos mostra duas linhas principais que podemos observar na utilização do site, que é por um aspecto uma televisão interativa, e por outro, o usuário como canal e até mesmo como seu próprio conteúdo.

Com tanto conteúdo e virtualidades, o site tornou-se uma espécie de “novo não lugar” (LOUREIRO, 2007), pois segundo Loureiro, “há [...] uma infinidade de escolhas que o utilizador/visitante pode realizar no infinito repositório vídeo do mundo. E uma infinidade de esquecimentos, em forma de vídeo congelado à espera do acionamento

3 O Youtube é um site da internet que permite a seus usuários hospedarem e assistirem vídeos em formatos digitais. Fundado em fevereiro de 2005, já é o mais popular site da categoria. Utilizando o formato Macromedia Flash, o YouTube hospeda uma grande variedade de vídeos, desde materiais caseiros a videoclipes e excertos de programas televisivos. Foi comprado em 9 de outubro de 2006 pela Google.

4 Embora não haja consenso sobre o conceito de web 2.0, podemos pensá-lo como uma tecnologia adotada em sites alimentados pelos próprios usuários.



redentor, aguardando um play que pode nunca chegar”. Para ele, “o youtube é um repositório do esquecimento global e, no entanto, nele se projecta permanentemente o desejo de lembrança”, tornando-o “[...] na mais evidente instalação actual do desejo de consumação em imagens do homem pós-moderno” (2007, p. 169).

Esse desejo de consumo de imagens parece na maioria das vezes se expressar num desejo de consumação da própria imagem e de imagens do Outro, muitas vezes redefinindo conceitos como o de público e de privado. Para Felinto (2007, p. 2),

A vida íntima e as aventuras de milhares de internautas anônimos são capturadas e apresentadas à insaciável curiosidade de um público também crescente. O íntimo, o privado e o frívolo (ou sua encenação), como sabemos, converteram-se em grandes objetos de curiosidade popular, como demonstra o êxito televisivo de certos reality shows nos quais o espectador desfruta de uma espécie de prazer voyeur legitimado.

O pesquisador Leandro Garcia Vieira explana sobre o vídeo em primeira pessoa na videoarte brasileira a partir da década de 1970. Apesar de sua pesquisa ter por objeto a videoarte no Brasil, muitas de suas reflexões podem ajudar-nos a entender o fenômeno do vídeo, também em primeira pessoa, mas realizados sem a mesma preocupação estética dos artistas (ou ao menos fora do circuito de criação, recepção e circulação próprios da arte) e compartilhados na Internet. Voltando à questão do Youtube e os vídeos ‘auto-imagéticos’, esses, assim como a literatura autobiográfica e o auto-retrato inserem-se dentro de uma instância maior que é a da auto-reflexividade, característica essa tão própria do homem moderno. É o que nos diz Vieira (2003, p. 01), ao explicar a literatura autobiográfica e o auto-retrato como dentro de,

[...] uma gama de práticas que trazem consigo uma auto-reflexividade que se traduz em uma preocupação com aspectos da memória e da identidade dos sujeitos auto-representados. Em outras palavras, a instauração do autor como sujeito enunciador, e parte integrante (senão indissociável), do próprio enunciado, configura um processo que vem se dando paulatinamente através do tempo, mas que, na atualidade, evidencia-se cada vez mais através da utilização de meios audiovisuais: em filmes, vídeos e, mais recentemente, na internet.

Procedimentos autobiográficos deslocam-se para a imagem em movimento, no caso



do Youtube e esse deslocamento é mediado através da câmera. O suporte não pode ser ignorado, pois a utilização da câmera passa a ser uma tecnologia autobiográfica - este uso que denomino “*Câmera Afetiva*” - que entenderemos melhor a seguir.

A auto-imagem (que é da ordem da autobiografia) é um termo cunhado pela psicanálise que significaria a imagem de si como um retrato mental. Estando esse ligado, mormente, à auto-estima, à auto-sugestão e ao narcisismo. Não obstante, utilizarei aqui o conceito que Vieira aplica em sua pesquisa, que entende “[...] o termo auto-imagem para abraçar não só os trabalhos onde o autor e a(u)tor se vê, mas, antes, como ele se dá, corporalizado, ao olhar do espectador a partir da persona que ele assume (ou da identidade que deixa escapar) diante da própria câmera. Para tanto, [...] [considera] o estatuto do autor como parte visível da situação de enunciação, assim como o contexto e o circuito de veiculação destas auto-imagens”⁵ (VIEIRA, 2003, p. 04). O conhecimento e criação de uma realidade fotográfica e videográfica que se ampara no conhecimento e criação de si. Tal conceito de auto-imagem pode nos ser importante para pensarmos determinados vídeos do youtube, pois está, tomando as palavras de Vieira em referência à videoarte, “[...] intrinsecamente relacionada aos conceitos de percepção corporal, vaidade e identidade pessoal, [e] muitas vezes é emoldurada na figura do rosto, tomado como palco identitário e refletindo o legado do retrato nas culturas ocidentais” (VIEIRA, 2003, p. 22).

Dessa forma, os trabalhos de artistas analisados por Vieira têm características em comum, principalmente por serem trabalhos autobiográficos nos interstícios entre o público e privado e entre o espontâneo e a encenação,

De todos os modos, é a idéia do íntimo, do pessoal e do privado que configura a matriz que permeia todo trabalho autobiográfico. O vídeo é tido como testemunho de uma construção da subjetividade, e esta idéia subentende dois aspectos: a determinação do autor em auto-representar-se (que no vídeo, assume uma dimensão do apresentar-

5 “Flexionando a acepção tradicionalmente psicanalítica do termo para um sentido semiótico, ele pode ser empregado para designar essa representação que é gerada pelo próprio representado. Ainda assim, a auto-imagem não está sozinha. Outros termos vêm a ela juntar-se (auto-referencialidade, reflexividade e autobiografia) e parecem inserir as discussões em um quadro maior: o de uma cultura e política preocupada com aquilo que Andreas Huyssen chamou de “passados presentes”. Dentro desta lógica, a imagem desempenha um papel primordial, senão inextrincável, pois é através dela que se instaura um confronto com aquilo que foi deixado pelo sujeito para a posteridade rememorar” (VIEIRA, 2003, p. 46).



se, de presentificar-se através do dispositivo); e o caráter privado das condições de produção (muito variável), que garante esta construção da auto-imagem (VIEIRA, 2003, p. 08).

Portanto, essa relação do vídeo com a construção da subjetividade e a representação do *self* é uma característica também de determinados tipos de vídeos que circulam pela Internet, e essa relação é mediada pela câmera, pois essa expressão torna-se possível pela disponibilidade tecnológica. As câmeras de vídeos digitais que hoje estão inclusive em celulares são cada vez mais acessíveis e a produção de auto-imagens através delas é cada vez maior, chegando a criar uma certa afetividade onde a câmera passa a fazer parte do cotidiano de muitas pessoas. Esta seria a “Câmera Afetiva”.

Não obstante, foi ao ler o artigo de Sérgio Basbaum sobre o olhar afetivo de Henrique Faulhaber em seu filme ZONASUL, após uma seção em que a obra foi exibida, é que nos despertou o desejo de escrever sobre determinado uso do vídeo que se caracteriza pela afetividade. O filme ZONASUL foi realizado em super-8 na década de 1970. As imagens do Rio de Janeiro, de seus amigos e do próprio Faulhaber, mostram um cotidiano de um período de efervescência cultural através de um olhar íntimo e afetivo. A semelhança deste com os vídeos hoje, feitos com câmera digital ou celular, gira em torno do uso da câmera, pois a bitola super-8 foi durante algum tempo bastante popular e acessível, utilizada tanto por artistas como por pessoas interessadas em documentar seu cotidiano familiar, ou apenas criar imagens intimistas. Essa democratização da câmera é que possibilitou maior exploração afetiva.

O autor denomina ZONASUL como uma “crônica de uma juventude dourada” de cotidiano festivo, dionisíaco e sem conflito, como lemos:

Ao longo do filme, este que chamamos ‘olhar afetivo’ se esclarece num afeto que a câmera derrama sobre, e com o qual ilumina cada um de seus objetos, afirmando-se como estratégia amorosa mais do que investigadora: trata-se de uma câmera completamente engajada numa dimensão bastante específica do real, sendo capaz assim de superar seu aspecto de instrumento cientificamente projetado pelo de brinquedo, para na intimidade das relações de grande espontaneidade, informalidade e intimidade – e delicadeza, também – revelar o mundo



não como o lugar instalado por uma ordem historicamente constituída [...] mas como o lugar do desejo, do poético [...] (BASBAUM, 2006. p. 285. Grifo do autor).

Para Basbaum (2006), o olhar afetivo que ele identifica na obra de Faulhaber é hoje raro frente ao caos de imagens em que vivemos. Ainda assim, amplo o termo para abarcar também a produção de vídeos atuais, mesmo havendo certa mudança nos sentidos deste afeto. Este olhar afetivo não é tão incomum nas atuais criações audiovisuais. Há, sem dúvida, um grande investimento da indústria do vídeo no mercado destinado ao consumidor amador, com equipamentos acessíveis e simples. Essa gama de equipamentos tem respondido também a uma demanda por, principalmente de um público jovem, instrumentos ou estratégias que possibilitem agenciamentos ou experimentos auto-representativos; o que tem criando novas sensibilidades expressas nas imagens resultantes de tal uso.

Essa usabilidade da câmera nos vídeos de hoje derrama um olhar afetivo sobre o próprio autor/realizador, e se torna um brinquedo nas mãos de seus usuários, uma forma também de trazer certo estado de artisticidade para o cotidiano. O momento não é mais o mesmo registrado por ZONASUL, a efervescência daqueles anos foi substituído por tudo aquilo que ainda buscamos identificar e reconhecer. Os vídeos hoje talvez sejam a crônica de uma juventude não mais tão dourada, mas ainda a crônica de uma juventude, ainda um registro existencial.

O incessante registro de si

Os professores em sala de aula podem atestar essa relação intrínseca dos jovens com a câmera no incessante ato de criar imagens próprias ou de seu cotidiano, seja no intuito de registrar, gerar novas significações ou simplesmente uma forma de “estar no mundo”, de se fazer presente. A velocidade e a ansiedade, condições da atualidade, faz com que os jovens dispensem o temporizador (*timer*) da máquina fotográfica para utilizar o próprio braço como recurso para o autorretrato, o que também apressa a visualização da imagem obtida. Essas imagens de perspectiva um pouco acima do rosto, geralmente com o rosto um pouco inclinado e parte do braço-suporte a vista estão presente principalmente nos perfis dos jovens em redes sociais da internet.



Contemporâneos

Revista de Artes e Humanidades

Essas auto-imagens são recorrentes, o que acabou por estabelecer uma estética adolescente. Um exemplo é a capa da revista *Capricho* de agosto de 2006 (Imagem 1), uma publicação mensal direcionada ao público adolescente feminino. Nessa edição, a publicação trouxe na capa *Marimoon* - uma jovem que se tornou famosa por seu fotolog, onde publicava fotografias de si. A notoriedade de seu fotolog resultou em um convite para trabalhar no canal de televisão MTV (*music television*). A matéria disserta sobre os “Vips da web” (Imagem 2), ou seja, aqueles que, independentemente da atividade, conseguiram destaque através da internet. A capa referente à matéria recria exatamente o autorretrato típico dos adolescentes nas redes da web.

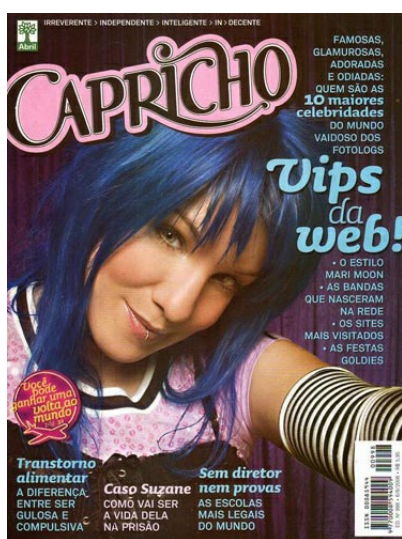


Imagem 1. Revista *Capricho* (capa). Agosto/2006 “Vips da Web”(editorial & matéria).



Imagem 2: Revista *Capricho*. Agosto/2006 “Cliques e Famosos” (Interior da matéria)



Reverberações

Esse uso e essa estética presente na fotografia marca também o vídeo contemporâneo. É uma mesma utilização, tanto na fotografia como no vídeo, que visa certa intimidade. A banda de rock inglesa Placebo fez um chamado pela internet para que fãs enviassem seus vídeos cantando a música “*Running up that hill*” (uma versão para a música de Kate Bush gravada em 1985). Essas imagens foram agrupadas e editadas, resultando no videoclipe oficial da banda para a canção (Imagem 3). Os vídeos realizados pelos fãs mostravam seus rostos, alguns com enquadramento maior, enquanto eles cantavam a música. Alguns optaram por posicionarem suas câmeras um pouco distantes de si, sugerindo a participação de mais uma pessoa; e muitos com webcams instaladas ao computador que capturava suas imagens bastante próximas.

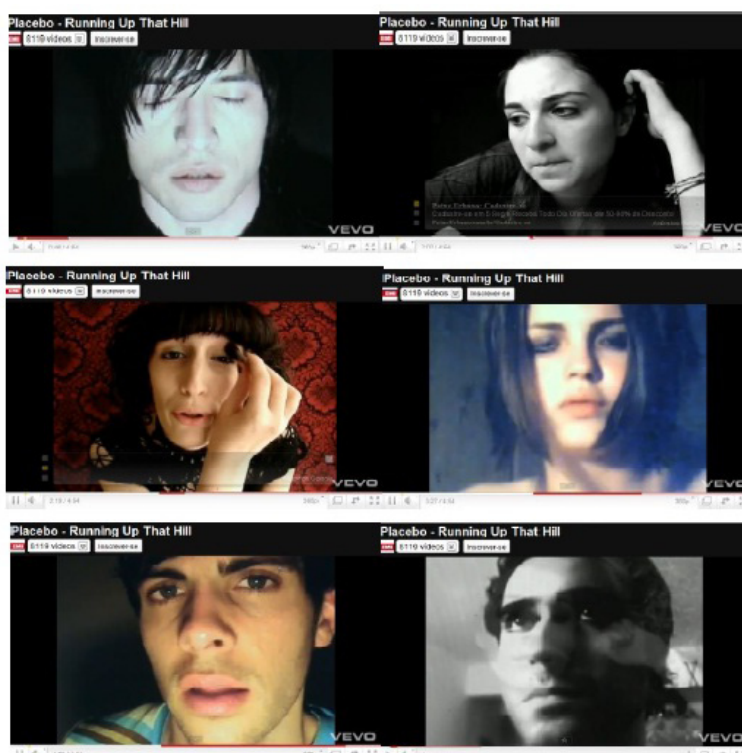


Imagem 3. PLACEBO; *Stills* do videoclipe da música *Running up that hill*.
Para a realização do videoclipe, foi utilizado a colaboração dos fãs.



Experiências no Youtube

Noah takes a photo of himself every day for 6 years.

NK5000 1 vídeos Inscrever-se



Imagem 4. KALINA, Noah. Still do vídeo “Everyday” (Noah takes a photo of himself every day for 6 years). Novas formas de representação revelam sensibilidades e percepções contemporâneas.

Noah Kalina (Brooklin, Nova York) dedica-se a seus projetos pessoais concomitantemente à profissão de fotógrafo. “Everyday” (imagem 4) é um de seus projetos mais conhecidos que acabou se tornando um vídeo viral⁶ na internet, quiçá o único vídeo viral que foi concebido como uma proposta estética. A partir de 11 de janeiro de 2000, Kalina começou a se fotografar diariamente, um trabalho que está ainda em andamento. Esse trabalho traz à tona a emergência das poéticas das novas mídias e da web 2.0 como espaço auto-reflexivo para milhões de pessoas, e com isso, levanta interrogações sobre sua utilização criativa e artística. “Everyday” é um vídeo construído a partir de fotografias feitas durante 2.356 dias de 11 de janeiro de 2000 a 31 de julho

6 Vídeos virais são vídeos publicados na internet que alcançam grande circulação e popularidade, configurando-se como um fenômeno típico da Web 2.0.



de 2006. São seis fotografias por segundo que passam cronologicamente enquanto se ouve a música homônima composta por Carly Comando especialmente para o vídeo de seis minutos. A música de Carly Comando parece acentuar a sensação de angústia que a natural passagem do tempo provoca neste vídeo que se comporta como um retrato vivo.

A expressão de Kalina também se destaca. Enquanto vemos mudanças no fundo, em seus cabelos e barbas ou na iluminação, sua expressão parece sempre à mesma, a de tédio. Depois de se tornar um vídeo viral, “*Everyday*” foi exposto em espaços expositivos de arte em países da Europa, nos Estados Unidos, e no Brasil⁷, foi também parodiado por milhares de pessoas, inclusive pelo famoso desenho animado “*Os Simpsons*”, sitcom norte-americano criado por Matt Groening tendo Homer Simpson como protagonista.

“*Everyday*”, o videoclipe de “*Running up that Hill*” e os autorretratos adolescentes demonstram um uso incessante e uma busca sem fim pela auto-imagem. Seria uma busca de si, necessária em um mundo em que somos cercados de imagens? Uma vez que é impossível “se ver de fora”, seria essa uma tentativa de ter uma noção supostamente mais real de nós mesmos, a partir de como os outros nos vêem? Ainda que explicitamente posadas essas imagens demonstram uma relação de intimidade com a câmera fotográfica ou videográfica, relação essa de quase dependência.

Essa relação faz da câmera uma extensão da pessoa, tamanha afetividade dispostas nas imagens. Tendo esse processo em vista, podemos associa-lo ao conceito de *câmera afetiva* que nasce quando a câmera deixa de ser “fria e objetiva”. Ela cria imagens afetivas, que são na verdade produto do processo de criação por ela instaurada. Tal câmera apresenta a possibilidade de explorar o vídeo como meio, forma e pensamento.

A *câmera afetiva* é freqüente em vídeos intimistas ou biográficos como alguns vídeos de artistas ou os vídeos familiares e particulares, onde o lugar da câmera e do realizador é explorado. Adaptando o pensamento de Cezar Migliorin sobre os filmes de Jonas Mekas, podemos afirmar que “A câmera não é uma forma de intervenção e ação sobre o mundo apenas, ela é a própria forma de estar no mundo” (2006, p. 258). A câmera afetiva é esta, que dentre outras coisas, produz a *imagem-experiência* de que fala Migliorin (Idem, p. 262), o documentário experimental e auto-reflexivo ou ainda os filmes diários de

⁷ O vídeo participou da exposição coletiva “Álbum” realizada da Fundação Cultural Badesc (Florianópolis/SC) de dezembro de 2009 a março de 2010. Da exposição também participaram os artistas Cássio Ferraz, Talita Esquivel, Mônica Priori sob a curadoria de Francielly Rocha Dossin, que tinha o retrato como tema guia para a curadoria.



Guiomar Ramos (RAMOS, 2006, p. 266-267) e se aproxima do *olhar afetivo* proposto por Sérgio Basbaum (BASBAUM, 2006, p. 283).

Esses vídeos em primeira pessoa através da câmera afetiva são performances do *self*. Criam, assim, Relatos do Eu através de auto-imagens performadas mediante dada relação do autor com a objetiva da câmera. Pois como lembra Dubois (2004), o vídeo não é um objeto, dotado de corpo e identidade própria, mas um estado de imagem (estado-imagem) o vídeo pensa a imagem. Para o autor, o vídeo é uma questão aberta, uma forma de pensar. Talvez por isso permita tanto experimentalismo. Assim sendo, a famosa frase de McLuhan: o meio é a mensagem torna-se problemática, ou ainda mais interrogativa, pois o meio neste caso é carente de identidade, ou a tem em estado de devir. Por isso Dubois vê o vídeo como um meio de pensar, como um dispositivo fortemente vinculado para o que foi concebido. Para ele,

O vídeo é, na verdade, esta maneira de pensar a imagem e o dispositivo, tudo em um. Qualquer imagem e qualquer dispositivo. O vídeo não é um objeto, ele é um estado. Um estado da imagem. Uma forma que pensa. O vídeo pensa o que as imagens (todas e quaisquer) são, fazem ou criam (DUBOIS, 2004, p. 116)

Portanto é o uso que o autor fará do vídeo que dará a ele uma identidade, pois o meio vídeo é um estado de devir, assim como as pessoas em suas estratégias auto-reflexivas. O vídeo é também um importante meio para a expressão do desejo de lembrar, uma tecnologia da memória onde a câmera é uma câmera subjetiva captando fragmentos do autor.

A câmera e o autor, na presença quase absoluta diante do aparelho fotográfico, gera um momento de suspensão em que se dá a relação afetiva. Estabelecendo uma relação com o olhar da câmera de vídeo através de uma linguagem auto-reflexiva. Claro que nesta relação muitos aspectos narcisistas envolvem a representação de si mesmo, aspectos já teorizado por Rosalind Krauss a partir da videoarte.

O que não podemos deixar de mencionar é que esta exploração e criação da auto-imagem como relato do Eu faz parte da trajetória do homem contemporâneo/moderno, que se iniciou há pelo menos uns 200 anos. O homem moderno é o homem em conflito imerso na velocidade e no movimento ininterruptos, a modernidade é auto-reflexiva, é o



homem a olhar para si próprio.

Blogs, sites como *youtube*, redes sociais como *MySpace*, *Orkut* e *Facebook* denotam a passagem do estatuto de leitores e espectadores para outro estatuto, “é chegada a hora do amador” (SIBILIA, 2008, p. 11). Se o surgimento dos meios de comunicação de massa baseados em tecnologias eletrônicas operou mudanças das mais diversas ordens, o começo do século XXI constituiu-se como um fenômeno perturbador e instigante de mesma grandeza.

Não obstante, essas imagens que pululam no mundo virtual são sintomas de novos agenciamentos da subjetividade e nos leva a indagar sobre quem são esses amadores. Compreender os sentidos dessas novas práticas “confessionais” que expõem a intimidade nas vitrines rizomáticas da rede é um desafio, mas que podem revelar muitos mais aspectos de uma transformação em andamento em várias esferas, políticas, artísticas e comerciais.⁸

Há um inegável deslocamento histórico em relação aos modos pelo qual se constroem os sujeitos. É para isso que aponta o *phatos* presente nas auto-imagens interrogadas neste artigo. As subjetividades, outrora entendidas como submergidas “dentro” dos indivíduos, se contrõem cada vez mais na superfície, de forma epidérmica nas telas midiáticas.

Como demonstra Paula Sibilia (2008), se por um lado, esses novos fenômenos chamam atenção para experimentações estéticas e ampliações do possível através de certa explosão da criatividade possibilitada por uma pretensa “democratização” dos meios, por outro lado, aponta para um novo regime de poder. É notável as experimentações estéticas e possibilidades trazidas pelos novos meios, no entanto a idéia de democracia digital cai por terra quando nos deparamos com os números que desvelam a contínua, e quiçá, aprofundada desigualdade social⁹. Como demonstra Sibilia (2008, p. 29)

8 Um exemplo esclarecer levantado por Paula Sibilia (2008, p. 25) é a mudança que vem ocorrendo no mercado cultural, como o *behavioral targeting*, que é o envio de publicidade de acordo com o comportamento do usuário na internet. Os métodos com que isso é feito levanta debates e polêmicas, como a promovida pela notícia da venda de dados de usuários realizadas pelo Facebook em 2010.

9 O Brasil, por exemplo, segundo dados da autora, é considerado o terceiro país mais blogueiro do mundo, com 6 milhões de blog. No entanto, dois terços da população brasileira não tem acesso a web. Revelador também é a informação de que dois terços dos autores dos blogs brasileiros residam na região sudoeste do país.



A contrapelo de los festejos por la democratización de los medios, los números sugieren que las brechas entre las regiones más ricas y más pobres del mundo no están disminuyendo [...] esas desigualdades parecen aumentar junto con las fantásticas posibilidades inauguradas por las redes interactivas.

O mais preocupante em relação a esse cenário, é que “*en esta sociedad del espectáculo, em la que sólo es lo que se ve: en ese mismo gesto, también se los condena a la invisibilidad total* (ibidem. p. 31). Por isso, não pode-se perder de vista o fato de que é uma pequena parcela da população mundial que vem operando essa mudança no sentido do Ser, sentido esse que deve ser investigado também dentro de suas condições materiais e suas implicações políticas.

Já sobre o regime de poder, ele fora teorizado por Gilles Deleuze (1992) na continuidade ao pensamento de Foucault¹⁰ sobre as sociedades disciplinares que são progressivamente substituídas pelas sociedades de controle. A crise dos meios de confinamento cede espaço para um controle caracterizado por sua anti-aquitectura. Se os espaços fechados circunscreviam os dispositivos de poder, nas sociedades de controle, esses dispositivos tornam-se cada vez mais fluído, expandindo-se para às redes de informação do mundo virtual. Cabe, então, procurar dentro das possibilidades e experimentos virtuais, linhas de fuga que agenciem formas outras de estar no mundo.

Fontes das Imagens

Imagem 1. Revista Capricho (capa). Agosto/2006 “Vips da Web” (editorial & matéria).
Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/marimoon/421437987/in/photostream>>. Acessado em 18/03/2011.

Imagem 2: Revista Capricho (Interior da matéria). Agosto/2006 “Cliques e Famosos”
Fonte: <<http://www.flickr.com/photos/marimoon/421437998>>. Acessado em: 18/03/2011.

¹⁰ As sociedades disciplinares são baseadas no iniciou-se nos séculos XVIII e XIX, tendo seu apogeu no século XX)



Imagem 3. PLACEBO; *Stills* do videoclipe da música *Running up that hill*. Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=BdK9OIozayE>>. Acessado em: 02/03/2011.

Imagem 4. KALINA, Noah. *Still* do vídeo “*Everyday*” (*Noah takes a photo of himself every day for 6 years*). Fonte:< <http://www.youtube.com/watch?v=6B26asyGKDo>>. Acessado em: 02/03/2011.

Referência Bibliográfica

BASBAUM, Sérgio. Um jovem com uma câmera: notas sobre o olhar afetivo em ZONASUL. In: MACHADO JR, Rubens; SOARES, Rosana; ARAÚJO, Luciana (Org.). *Estudos de Cinema*. São Paulo: Annablume/SOCINE, 2006.

BIGNOTTO, Newton. O círculo e a linha. In: NOVAES, Aduino (org.) *Tempo e História*. 2a- ed. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura / Companhia das Letras, 1996.

BURGESS, Jean. *Youtube: Online Video And Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press, 2009.

DELEUZE, Gilles. *Conversações: 1972-1990*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992

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

JONES, Amelia. *Self/Image: technology, representation and the contemporary subject*. New York: Routledge, 2006

KRAUSS, Rosalind. Vídeo: a estética do narcisismo. In: CAVALCANTI, Ana; TAVORA, Maria Luisa (Org.). *Arte & Ensaio*. Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais/ Escola de Belas Artes, UFRJ, n. 16., julho de 2008.



LOURENO, Luís Miguel. Os arquivos globais de vídeo na Internet: entre o efêmero e as novas perenidades. O caso YouTube. In: *Comunicação e Sociedade*, vol. 12, 2007, pp. 163-172. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/cs_um/article/viewDownloadInterstitial/4797/4510>. Acesso em: 17/06/2008.

MIGLIORIN, Cezar. Imagem-experiência: 1949/2003, Jonas Mekas e Agnes Varda. In: MACHADO JR, Rubens; SOARES, Rosana; ARAÚJO, Luciana (Org.). *Estudos de Cinema*. São Paulo: Annablume/SOCINE, 2006.

RAMOS, Guiomar. Documentários experimentais? In: MACHADO JR, Rubens; SOARES, Rosana; ARAÚJO, Luciana (Org.). *Estudos de Cinema*. São Paulo: Annablume/SOCINE, 2006.

SIBILIA, Paula. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.

VIEIRA, Leandro Garcia. *Vídeo em Primeira Pessoa: Autobiografia e auto-imagem na produção audiovisual brasileira*. Dissertação Mestrado em Multimeios: Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, Campinas, 2003. Disponível em: <http://libdigi.unicamp.br/document/?code=vtls000322661>. Acesso em: 10/06/2008.

Recebido em abril de 2011.
Aprovado em janeiro de 2012.
Arte: Daniela Araújo