

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

**NORBERTO KUHN JUNIOR**

***PAINÉIS FOTOGRÁFICOS NA INTERNET***

***Um estudo sobre os fotoblogs como molduras de mostraçã***

**São Leopoldo**

**Março de 2008**

**NORBERTO KUHN JUNIOR**

***PAINÉIS FOTOGRÁFICOS NA INTERNET***

***Um estudo sobre os fotoblogs como molduras de mostraçã***

**Tese de doutorado apresentada ao  
Programa de Pós-Graduação em Ciências  
da Comunicação da UNIVERSIDADE  
DO VALE DO RIO DOS SINOS, como  
requisito parcial para obtenção do título  
de doutor em Ciências da Comunicação**

**Orientador: Prof. Dr. Fabrício Lopes da Silveira**

**São Leopoldo**

**Março de 2008**

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

K96p

Kuhn Junior, Norberto.

Painéis fotográficos na internet : um estudo sobre os  
fotoblogs como molduras de mostraç o / Norberto Kuhn  
Junior. – 2008.

174 f. : il., retrs. ; 30 cm.

Tese (doutorado) – Universidade do Vale do Rio dos  
Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da  
Comunicação, 2008.

"Orientador: Prof. Dr. Fabrício Lopes da Silveira".

1. Fotografia – Técnicas digitais. 2. Internet - Aspectos  
sociais. 3. Mídia digital – Aspectos sociais. 4. Comunicação  
e tecnologia. 5. Interação homem-máquina. 6. Sites da Web.  
7. Fotoblogs. I. Título.

CDU – 77:004

Cataloga o na publica o:  
Bibliotecário Flávio Nunes – CRB 10/1298

**NORBERTO KUHN JUNIOR**

***PAINÉIS FOTOGRÁFICOS NA INTERNET***

***Um estudo sobre os fotoblogs como molduras de mostraçã***

**Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS, como requisito parcial para obtenção do título de doutor em Ciências da Comunicação**

Aprovado em 14 de março de 2008

**BANCA EXAMINADORA:**

Sandra Montardo – FEEVALE

Raquel da Cunha Recuero – UCPEL

Suely Fragosos – UNISINOS

Suzana Kilpp – UNISINOS

Fabrcio Lopes Pereira - UNISINOS

À Vera Martins e Joana Martins Kuhn  
(para a poesia dos meus dias, a moldura dos vossos nomes)

Meus sinceros agradecimentos

Ao meu orientador Prof Dr Fabrício Lopes da Silveira, pela confiança e parceria no trabalho.

Aos professores e colegas pesquisadores do Projeto de Cooperação Internacional Brasil-CAPES/UNISINOS e Espanha-MEC/UAB, Denise Cogo, Denise Silva, Jiani Bonin, Efendy Maldonado e Nicolás Lorite Garcia.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES – por ter proporcionado bolsa de estágio de doutorado em seus Projetos Conjuntos da Coordenação-Geral de Cooperação Internacional da CAPES/CGCI Programa CAPES/MECD - BRASIL – ESPANHA.

Ao Centro Universitário Feevale, pelo apoio institucional através dos seus programas de qualificação profissional.

À Margarete Nunes e Luiz Maroneze.

Quando diante do mapa (virtualidade, lugares abstraídos) nos percebemos incertos de onde estamos, e, por conseqüência, de onde podemos chegar, aí nos voltamos às coisas e às pessoas... ambas nos falam, sacodem nossa imaginação e, então, reposicionamos o mapa e nos recolocamos o entendimento de um lugar a chegar e de um caminho possível a seguir... (porque, de certo, mal serve o lugar onde se está... Seguir é sempre um risco!)

Usuhaia, 2006

## RESUMO

Estamos propondo analisar o que estamos chamando de *usos do fotográfico* por parte de sujeitos usuários-produtores, nos ambientes midiático-digitais da rede mundial de computadores. Buscamos pelos elementos de tecnicidade que são mobilizadas nestes ambientes digitais, e constitutivos do que estamos denominando *Painéis Fotográficos Digitais* na Internet, cuja marca principal é constituição de experiências de interação fundadas em molduras visuais, geradas a partir da relação entre indivíduos, programas e aparelhos: tais composições moldurais, de natureza infográfica (digital), são predominantemente visuais (podem envolver texto, áudio e vídeo), envolvendo os mais diversos conteúdos relativos a vida cotidiana. Focamos, empiricamente, o caso do UOLfotoblog propondo um tipologia de experiências de interação geradas no ambiente desse programa de serviço da empresa UOL. Desenvolvemos o entedimento de que os *Painéis* radicalizam formas de mostração de experiências de interação compondo forças de dinamização das ações cotidianas, viabilizando aos seus usuários-produtores o partilhamento de esquemas de reconhecimento do entorno social - o que, a partir de Walter Benjamin e Vilém Flusser, podemos chamar de implicações epistemológicas da visualidade, de onde emerge o tema da relação entre mídias digitais e sociabilidade contemporânea.

**Palavras-chaves:** fotografia, fotoblogs, mídia-digital, sociabilidade.

## **SUMMARY**

In this paper we are proposing the analysis of what we are calling the “photographic uses” by both users and producers in the digital-midiatic environment at the Web. We searched through the technical elements that are mobilized in this digital environment and made of what we are calling digital photographic panels on the Internet which principal characteristic is the constitution of interaction experiences funded on visual frames generated by the relation between individuals, programs and devices. These framing compositions of infographic nature (digital) are mainly visual (they can use text, audio and video) involving the most diverse contents related to everyday life. We focus, empirically, on the UOL fotoblog case proposing different types of interection experiences generated in the environment of this UOL service program. We developed the understanding that these panels radicalized ways of showing interaction experiences, compounding the dynamics of the commom actions and making viable to their users-producers the sharing of the recognizing schemes of the social detour – what based on Walter Benjamin and Vilém Flusser we can call epistemological implications of the visuality from where the theme of the relation between digital midias and comtemporaneous sociability comes from.

**Keywords:** photography, fotoblogs, digital-midia, sociability.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>14</b>
1 Apresentação do tema e dos objetivos de pesquisa .....	14
2 Problematização da pesquisa .....	17
3 Esboço das hipóteses de trabalho .....	19
4. Encaminhamentos técnico-metodológicos .....	21
4.1 Delimitação do universo de pesquisa, composição da amostra e observação casual .....	22
4.2 Molduras e moldurações .....	23
4.3 Aparelho, programa e gesto fotográfico .....	24
4.4 Gesto fotográfico, gesto infográfico e seus fundamentos semióticos.....	25
4.5 Os níveis de análise da pesquisa e a estrutura de apresentação do trabalho .....	26
<b>1 INTERAÇÕES MEDIADAS, MÍDIAS DIGITAIS E IMAGENS FOTOGRÁFICAS .....</b>	<b>28</b>
1.1 Mediações e experiências mediadas .....	28
1.1.1 Mediação e mediação .....	29
1.1.2 Mediações e experiências subjetivas .....	31
1.2 Novas mediações: transformações na cultura comunicacional e instauração das dinâmicas virtuais .....	34
1.3 A tecnicidade da cultura fotográfico-digital .....	37
1.3.1 A produção de imagens fotográficas e o paradigma pós-fotográfico da imagem .....	37
1.3.2 Fotografia e cibercultura: acontecimento e novas experiências da temporalidade .....	41
1.4 O olhar contemporâneo e a subjetividade exteriorizada .....	43
1.5 Ethicidades digitais e a confiança em sistemas abstratos como fundamento da visualidade contemporânea .....	48

## **2 PAINÉIS FOTOGRÁFICOS DIGITAIS – MARCOS METODOLÓGICOS PARA A ANÁLISE DOS FOTOBLOGS COMO ETHICIDADE MIDIÁTICO-DIGITAL ...53**

2.1 Painéis fotográficos digitais e visualidade contemporânea: novas modalidades de objetivação e panoramização .....	55
2.2 Quadros, molduras e moldurações .....	57
2.3 Aparelhos, gesto fotográfico e painéis fotográficos digitais como molduramentos infográficos (pós-fotográficos) .....	61
2.3.1 Aparelho, programa e o gesto fotográfico em Flusser .....	62
2.3.2 Painéis fotográficos digitais e gesto infográfico.....	66
2.4 Fundamentos semióticos para a proposição de uma tipologia de análise dos molduramentos infográficos .....	67
2.5 Aparelho-provedor e programa-de-serviço: a composição moldural do UOL fotoblog como espaço de realização da tensão entre programa e imaginação .....	72

## **3 UOL FOTOBLOG E SUA COMPOSIÇÃO MOLDURAL .....77**

3.1 “Sobre UOL”: empresa tecnoinformacional .....	78
3.2 A composição macromoldural da empresa UOL como aparelho-provedor de internet ..	81
3.3 A composição moldural do programa-de-serviço UOL fotoblog: molduras de serviço ..85	
3.3.1 Molduras de serviço de acesso .....	85
3.3.1.1 Acesso motivado por publicização .....	86
3.3.1.2 Acesso por meio de ferramentas de busca .....	88
3.3.1.3 Acesso motivado por publicização e sobreposição de molduras .....	89
3.3.2 Molduras de serviço de desenvolvimento (ou configuração) .....	90
3.3.2.1 A criação do fotoblog.....	92
3.3.2.2 O gerenciamento do fotoblog .....	95
3.4 UOL fotoblog: visibilidade, acontecimento e interação .....	97

## **4 A COMPOSIÇÃO DO OLHAR FOTOGRÁFICO NO UOL FOTOBLOG – AS MOLDURAS INTERNAS .....99**

4.1 Unidades de postagem ativa .....	101
4.2 Densidade de mostração e reprodutibilidade do programa-de-serviço.....	103
4.3 A ação do sujeito e os três tipos básicos de molduras funcionais. ....	105

4.3.1 Os casos típicos de molduras funcionais de partilhamento de experiências .....	109
4.3.2 Os casos típicos de molduras funcionais de partilhamento de qualidades .....	112
4.3.3 Os casos típicos de molduras funcionais de partilhamento de qualidades implicadas no gesto fotográfico/infográfico .....	115
4.4 Considerações sobre o estudo das molduras internas .....	117
<b>5 ETHICIDADES DIGITAIS E REFLEXIVIDADE MEDIATIZADA .....</b>	<b>119</b>
5.1 Confiança em sistemas abstratos como fundamento das ethicidades digitais .....	119
5.2 Visualidade nos painéis como acontecimento-produto .....	124
5.3 O processo de emolduração do acontecimento-produto: os painéis como experiência do acontecimento .....	128
5.4 O funcionamento significativo das imagens digitais no contexto dos painéis .....	132
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>134</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>142</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>147</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>154</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Ícone do UOL, versão 2007 .....	82
Figura 2 - Shopping UOL.....	83
Figura 3 - UOL links patrocinados .....	83
Figura 4 – Exemplo de uma moldura de serviço .....	83
Figura 5 - Moldura de serviço Barra UOL.....	84
Figura 6 - Moldura de serviço UOL fotoblog.....	84
Figura 7 - Moldura de serviço UOL fotoblog.....	85
Figura 8 - Selo “fotoblogs legais” .....	87
Figura 9 - Moldura do Fotoblog “Jogos Pan Americanos” .....	87
Figura 10- Moldura do Fotoblog “Seu Réveillon” .....	88
Figura 11 - Moldura interna de indicação do fotoblog.....	88
Figura 12 - Caracterização do produto UOL fotoblog.....	90
Figura 13 - Campanha do UOL fotoblog.....	91
Figura 14 - Moldura de criação e configuração .....	92
Figura 15 - Moldura de acesso ao ambiente de produção do UOL fotoblog.....	93
Figura 16 - Molduras de ajuda .....	93
Figura 17 - Molduras UOL denúncia .....	94
Figura 18 - Macromoldura SaferNet Brasil .....	94
Figura 19 - Exemplo de modelos de fotoblog – provedor UOL.....	95
Figura 20 - Moldura de conclusão de criação do fotoblog.....	95
Figura 21 - Sistema de avaliação dos fotoblogs .....	97
Figura 22 - Composição moldural do UOL fotoblog.....	100

## ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema 1 – Estrutura e níveis de análise .....	27
Esquema 2 - As três dimensões moldurais .....	76
Esquema 3 - Composição visual da dimensão macromoldural .....	81
Esquema 4 - Composição visual das molduras de serviço e conteúdo (acesso e desenvolvimento).....	86
Esquema 5 – Composição moldural de um fotoblog. ....	100

## INTRODUÇÃO

Em nosso estudo, buscamos pelo “lugar” da imagem fotográfica na cultura comunicacional contemporânea. As marcas que o uso do fotográfico imprime aos processos comunicacionais - o que, ao comum dos nossos sentidos, é perceptível tanto por meio do seu emprego especializado no campo jornalístico ou em campanhas publicitárias, quanto em suas crescentes aplicações domésticas (no contexto mesmo das nossas vivências cotidianas) - vêm recolocando o tema da fotografia no leque dos interesses de investigação acadêmica.

Sob a égide da digitabilidade, a fotografia ganha lugar no contexto dos esforços interpretativos das transformações sociomidiáticas, o que podemos verificar por meio da institucionalização desse tema, em grupos de pesquisa, nos principais fóruns nacionais e internacionais de debate no campo da ciência da comunicação, como a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação<sup>1</sup> (COMPOS), a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação<sup>2</sup> (INTERCOM) e a Asociación Iberoamericana de Comunicación<sup>3</sup> (IBERCOM).

No contexto de recentes transformações sociomidiáticas a que Santaella (2003) chama de “passagem das imagens” e constituição do paradigma imagético pós-fotográfico (2005) -, propomo-nos a analisar a instauração técnica de linguagens midiáticas com ênfase na fotografia digital e seu emprego nos diários fotográficos na internet, usualmente denominados de fotoblogs e a entender esses usos como fundamentos comunicacionais das interações sociais contemporâneas. Em outras palavras, buscaremos por diferentes configurações de usos do fotográfico, associadas às tecnologias midiáticas digitais, cuja marca principal é superintensifi-

---

<sup>1</sup> Grupos de trabalho “Fotografia, cinema e vídeo” e “Criação e poéticas digitais”.

<sup>2</sup> Núcleo de pesquisa “Fotografia: comunicação e cultura”.

<sup>3</sup> Grupo de trabalho “Cibercultura e novas tecnologias da informação”.

cação da sua reprodutibilidade técnica<sup>4</sup>.

No contexto de interesse de nossa análise a fotografia aparece como elemento de força comunicativa que percebemos estar fortemente incorporado ao cotidiano das interações humanas e às suas práticas comunicativas, especialmente sob os suportes digitais, como é o caso da internet. Dadas as especificidades de constituição do fotográfico nesses ambientes digitais, optamos por nos referir à imagem fotográfica pelo binômio “fotografia-imagem digital”, pois as imagens-matrizes das quais derivam as imagens que povoam as telas dos computadores (organizadas ou não em fotoblogs) podem ter sua gênese tanto na fotografia analógica ou digital quanto em programas informáticos de criação e edição de imagens.

Nosso interesse, portanto, recai sobre as relações entre esses usos midiático-digitais da fotografia e imagens digitais (usos acionados por sujeitos individuais) e suas intervenções no cotidiano das relações interpessoais (relação entre novas tecnologias digitais e sociabilidade contemporânea). Teoricamente vemos, aqui, colocada a questão sobre as implicações midiáticas na inventividade do mundo da vida. Tais implicações seriam um componente institucional daquilo que Giddens (1991) chama de *reflexividade*, determinante sobre os modos como a sociedade modernamente desenvolve mecanismos de consciência e ação sobre si mesma e, conseqüentemente, sobre os processos de sociabilidade.

Em nosso estudo, partimos do conceito de reflexividade para chegar à noção de *reconhecimento*, mais ajustada às nossas pretensões de análise: o emprego do termo “reconhecimento” busca alcançar as regiões de experiências dos sujeitos no contexto das suas interações cotidianas e refere-se estritamente à capacidade dos indivíduos de se perceber e de se compreender, no contexto das determinações sociais, como seres relacionalmente constituídos, capacitados a exercer sobre seu entorno ação constituinte. Refere-se a conformação das identidades pessoais, de senso de pertencimento social e segurança ontológica - o que torna possível estabelecer relações sociais mediadas, “sem-face” e “não-presenciais” (ou virtuais) - condições que Giddens associa à cultura moderna, em descontinuidade à cultura pré-moderna.

Implicado em nossa proposição de análise da relação entre imagem fotográfica, reconhecimento e subjetividade contemporânea está o entendimento de que determinadas técnicas

---

<sup>4</sup> Vemos aqui envolvido o debate teórico em torno dos conceitos de cultura das mídias e de cibercultura (e as mídias digitais) e suas implicações epistemológicas e socioculturais nos ordenamentos sociais contemporâneos. Ao tomar as fotografias como extensões comunicativas humanas (McLuhan, 1964) ou como componentes comunicacionais ativos nas mediações sociais (Barbero, 1987; 1998), estamos nos referindo ao modo como os grupos humanos dispõem de determinados meios (neste caso a fotografia como uma tecnologia imagética) na composição de suas relações e de seu comportamento cotidianos, constituindo a própria trama de relações sociais da qual fazem parte.

imagéticas assumem, nas interações humanas contemporâneas, força ordenadora de percepção e de entendimento do mundo circundante (por parte daqueles sujeitos - agentes - que delas, de algum modo, se utilizam e se apropriam). A partir de Walter Benjamin (1969) e de Vilém Flusser (2002), tal ordem de relação corresponde ao que fenomenologicamente esses autores tratam por *implicações epistemológicas da imagem fotográfica*.

Para esses autores, os dispositivos e os processos de produção imagética (como os implicados no gesto fotográfico) são bem mais que metáforas explicativas de uma nova sociedade: são os seus próprios fundamentos epistemológicos. Em outras palavras, a própria inteligibilidade de si e do mundo que nos cerca passa pelo reconhecimento do modo como as novas técnicas imagéticas figuram, na representação sígnica, esse mundo. A sua reproduzibilidade técnica está, segundo Benjamin (1969), entre os fundamentos do impacto que tais imagens produzem na representação do mundo. Para Flusser (2002), o fundamento do impacto está no efeito mágico da imagem técnica, próprio ao universo fotográfico (que envolve dispositivos e sujeitos).

Privilegiaremos, então, sujeitos e suas experiências de mostração expressos em produtos fotográficos e usos fotográficos em ambientes virtuais/digitais - os fotoblogs. Uma das principais marcas dessa modalidade de comunicação visual é, como veremos, o seu modo de acionamento, que, em termos de produção e de *uso*, é predominantemente disparado por sujeitos individuais nos limites do que está programado pelos dispositivos técnicos (o que denominaremos de programa-de-serviço) de um provedor de internet (o que denominaremos de aparelho-provedor). Entendemos o *uso* como um conjunto de práticas concretas, associadas a um objeto de uso que se humaniza por meio de um saber fazer, que, por sua vez, é mobilizado pela ação de forças perceptivas (sensibilidades) e forças interpretativas (mentalidades), em relação ao que se apresenta aos sujeitos na concretude do mundo da vida (suas experiências, suas práticas)<sup>5</sup>.

Assim, no ambiente desses programas-de-serviço que são os fotoblogs, o usuário vai sobrepondo molduras fotográficas, compondo e recompondo temporalidades visuais e atualizando experiências de interação a partir das imagens acessadas. Essa coleção de imagens fotográficas digitais (ou infoográficas), constituída a partir de múltiplos acionamentos sobrepos-

---

<sup>5</sup> Aqui, em certa medida, nossa dívida (em esboço) à semiótica peirciana por meio de Jean-Marie Schaeffer (1996), Lucrécia Ferrara (1981) e Martin Lefebvre (s.d. 1 e 2). No entanto, convém ressaltar, esse entendimento não é estático: a noção de uso, na medida em que a percebemos relacionada à idéia de configuração de padrões de audiovisualidade, deverá, ao longo deste trabalho, aproximar-se da noção de ethicidade, tal como o aplica Kilpp (2003).

tos, é que denominamos de *painéis fotográficos digitais*.

Uma vez que os usuários provocam a sua imersão na tela do computador - e se deparam com painéis visuais, imagens dentro de imagens -, define-se, ao nosso ver, um processo intersemiótico: um “mundo de experiências” em que a ação sófica se produz e se reproduz nos usos possíveis que os indivíduos fazem da fotografia que atuou naquele ambiente virtual (no interior daquela moldura). Esse “mundo de experiências”, porém, constitui-se de uma sobreposição de molduras (KILPP, 2003); há, portanto, sujeitos constituindo macromolduras - como é o caso do ambiente do próprio provedor de internet (moldura-ambiente), que fornece tecnicamente as condições de acesso ao fotoblog. Vamos tomar como caso de estudo o serviço de fotoblogs do provedor brasileiro de internet Universo Online (UOL). Nesse caso, a macromoldura é um sujeito jurídico empresarial, inscrito na lógica da produção de bens midiáticos e orientado por determinações de ordem mercantil.

Há, igualmente, milhares de sujeitos individuais objetivamente situados fora dessa moldura-ambiente, mas que a ela se aliam dialogicamente. E, ao fazê-lo, lançando-se para o seu interior, se constituem não apenas como usuários-consumidores de um programa-de-serviço, mas atuam como seus próprios produtores, ou seja, a partir do interior daquelas molduras operam, por meio dos usos, a sua própria constituição, seja compondo seu próprio jogo de molduras (o seu fotoblog), seja compondo sobre as que estão aí disponibilizadas (interagindo com outros fotoblogs). E, desse modo, esses sujeitos usuários e produtores podem estar recompondo sua própria subjetividade, sendo essas condições técnicas de mostraçãõ a sua própria condição de realização (BRUNO, 2004 e 2005, SANZ, 2005).

## **2 Problematização da pesquisa**

Assegurada pela confiança que os indivíduos depositam na trama de redes sóficas, materializadas visualmente pela sobreposição de molduras midiático-digitais, e que encontra na *web* espaço privilegiado de realização, se constitui uma nova ethicidade, inscrita na lógica da produção de bens midiáticos. Em questão, aqui, está a instauração de novas condições técnicas de *reconhecimento*: inteligibilidade do entorno social acionado por usos fotográficos no ambiente da *web* (contextos digitais de consumo); painéis fotográficos digitais na composição das estratégias sóficas como fundamento da interação comunicacional entre indivíduos que os produzem e usam; e reprodução de bens e serviços midiáticos por meio, da reprodução (nesses painéis) de experiências subjetivas como acontecimento (o ser-no-acontecimento).

Com base nesse pressuposto, propomos um esquema de estudo estruturado em torno dos seguintes eixos de problematização:

I - De que modo as molduras e moldurações constituidoras de painéis digitais operam midiaticamente como fonte dinamizadora de interações sociais?

II - Esses painéis constituem-se como espaços de acontecimento (das vivências individuais) para os sujeitos produtores-usuários, podendo ser um componente na conformação de uma ethicidade digital?

III - Como se desenvolve, entre os indivíduos que operam esses painéis, a confiança necessária à constituição de processos de interação comunicacional?

Para dar conta dessas questões, organizamos a pesquisa definindo como objetivo geral analisar o que chamamos de usos do fotográfico por parte de sujeitos produtores-usuários de serviço de fotoblogs e buscar pelos elementos de leitura do entorno social que são acionados e mobilizados por esses usos do fotográfico nos ambientes comunicacionais da internet.

Sistematizamos, agora, nosso objetivo geral em dois eixos de investigação:

1) Procuramos compreender a configuração técnica dos painéis digitais como espaço de acontecimentos. *Acontecimento* é entendido aqui como produto social da ordem das mediações, isto é, fenômenos cuja realização está determinada por sua ambientação midiática (inscrita na lógica da produção de bens midiáticos). Nos interessa verificar como as imagens que compõem os painéis fotográficos (dentre elas, especialmente as imagens fotográficas) promovem um *acontecer*, uma vez que essas imagens são, mais do que nunca, reprodutíveis, armazenáveis, mutáveis, instantâneas para nascer e também para desaparecer. Sua natureza fluida e volátil as torna ainda mais suscetíveis a precarização das suas dimensões analógicas e indiciais de significação (SANTAELLA, 2003).

Nesse contexto, interessa-nos especificamente:

a) verificar os modos de reprodutibilidade (atualização, memória e deletabilidade<sup>6</sup> desses painéis) nos âmbitos que passaremos a denominar de molduras externas, especialmente constituída pela macromoldura UOL e, nesses limites, pela moldura UOL Fotoblog;

b) analisar o quanto a tensão entre aparelho/dispositivo e ação sujeito usuário-produtor se explicita, ou não, nos contextos de experiência de compartilhamento de imagens digitais, para então interrogar sobre a força ou potência comunicacional das imagens digitais mediante

---

<sup>6</sup> Palavra de uso corrente nas operações que se realizam nos computadores e de aparelhos digitais. Ela se refere à tecla delete, que executa o apagamento de dígitos e conseqüentemente de dados e de informações a eles associados. O termo “delete”, por sua vez, deriva da palavra latina *deleatur* que significa suprimir, apagar. (DICIONÁRIO: Reference World\_Languages/L/Latin/).

o seu emprego no contexto da internet.

2) Buscamos, igualmente, verificar como, as configurações moldurais operam como fontes dinamizadoras de laços de sociabilidade (criam condições de reconhecimento, de representação de modos de ser e de estar no mundo, de modos de inteligibilidade desse mundo, de reconhecimento do entorno social e, portanto, de constituição de processos de sociabilidade) - forças e estratégia sgnicas geradoras de acontecimentos inscritos na lógica da produção de bens midiáticos.

Frente a esse objetivo, nos interessamos especificamente por:

a) identificar, na composição moldural dos fotoblogs, o desenvolvimento de processos geradores de publicização de experiências de interação (acontecimento);

b) desenvolver uma tipologia descritivo-analítica dos painéis fotográficos segundo usos e efeitos dinamizadores de interação social.

### **3 Esboço das hipóteses de trabalho**

Com o propósito de orientar o trabalho de análise em torno das problemáticas anteriormente esboçadas, compomos a seguinte hipótese de trabalho: por meio dos painéis digitais ocorre uma preservação simbólica dos elementos estruturais de realização do fotográfico (sua iconicidade e sua indicialidade), ou seja, sua força icônico-indicial é simbolicamente preservada nos termos de um “como se fosse”, permitindo que esses painéis atuem comunicacionalmente.

Esse funcionamento dos painéis digitais pode ser associado à necessidade de produção e de reprodução de mecanismos abstratos de estabilidade nas interações comunicacionais, o que gera novas formas de confiança mesmo nos ambientes fluidos, dispersivos e voláteis “habitados” por imagens digitais, condição-ambiente que denominamos (a partir de Kilpp) de *ethicidade digital*.

Essa nova *ethicidade* é geradora de uma nova ordem de acontecimentos. O reconhecimento (a leitura do entorno, a inventividade), a constituição social das subjetividades, a seguranças e confiança determinantes das interações e da sociabilidade, fundadas nessa *ethicidade*, resultam na produção de acontecimentos particulares publicizados. Esses acontecimentos são postos em circulação a partir das composições moldurais limitadas pelos aparelhos e seus programas que, na geração das condições da sua reprodução, reproduzem o aparelho e alcançam os limites do aparelho.

Desdobramos tal hipótese nos seguintes pressupostos:

1. A superfície da imagem nos fotoblogs, ou seja, que se mostra como o seu conteúdo, produz, desde si, condições que permitem aos sujeitos realizarem experiências de “ser” por meio de imagens. Vivemos sob a égide do “ser por meio das aparências”, em que a interioridade dos sujeitos se realiza na sua exteriorização visual (supostamente, nessas mesmas condições, tal interioridade também se desfaz).

2. Distinguimos idealmente dois estados de realização das imagens fotográficas digitais nos ambientes dos fotoblogs que garantem ao acontecimento das vivências individuais sua reprodutibilidade midiática.

- O primeiro estado de realização se refere àquelas imagens digitais cuja realização está isolada no ato mesmo de mostrar ou de ver (o motivo da ação está em disponibilizar a foto ou em acessar a foto). Nesse caso, as motivações de mostrar e de olhar tendem a permanecer contidas nessas operações e, assim, conseguem desempenhar o papel de “realização subjetiva” daquele sujeito que aí busca mostrar a si e suas coisas, ou daquele que busca ver pessoas e coisas. O funcionamento das imagens independe de congruência de sentidos subjetivos entre sujeitos que mostram e que vêem; nesse caso, o foco dos sujeitos não está na interação comunicacional e, portanto, a atuação das imagens independe da configuração de um estado de “confiança” relacional entre os sujeitos que as acessam. Nessas condições, tais imagens digitais se realizam como exterioridades em si mesmas.

- O segundo estado de realização da imagem se refere à desinterdição do acesso às interioridades representadas; essa desinterdição é operada pela confiança entre os sujeitos e se concretiza pela partilha de sentidos subjetivos naquilo que é dado a ver - as interioridades representadas na imagem.

Ambos os estados da imagem se realizam pelo *acesso* - como operação técnica programada por um programa-de-serviço - que se inicia na superfície da imagem e se estende para as bordas e molduras; nascem daí as condições de produção de redes de significação de ordem midiática, fonte dos acontecimentos que estão nos fundamentos da sociabilidade contemporânea.

3. O estatuto da cultura digital da imagem é objetivamente frágil: em si mesma (índice ou ícone) pode não ser o que mostra. O conteúdo e a existência (e a não-existência) dos sujeitos aí revelados, para significar comunicacionalmente, dependem da relação que se consegue estabelecer entre conteúdo/superfície e o que está além dele, além do intramolduras que define o conteúdo-imagem;

4. A imagem digital, disponível nos fotoblogs, vai “ser o que se mostra”, sendo depositária de confiança - mesmo podendo, tecnicamente, “não-ser o que se mostra” - graças às redes de significação que se estabelecem nas composições moldurais e além delas. Tais redes de significação operam como reversos da fluidez digital no tenso espaço das molduras, aqui entendidas como delimitadores entre conteúdo (o que se dá ao olhar) e fora do conteúdo (o que foi tirado do olhar); ambas as dimensões estão ligadas ao processo de significação.

5. Essa relação e essas redes, por sua vez, só se constituem comunicacionais (dotadas de sentido) porque se sustentam na segurança que sujeitos (e instituições) desenvolvem, por partilharem da confiança em sistemas abstratos que, nesse caso, se realizam pela superfície das imagens e pelas suas molduras: reconhecimento (do eu e do outro), identificação e pertença (meu mundo e mundo do outro) dependem dessa confiança nos sistemas sem faces ou com faces virtuais. Esse atributo é da ordem da modernidade.

#### **4 Encaminhamentos técnico-metodológicos**

Iniciamos por explicitar brevemente algumas posturas metodológicas que estamos assumindo para o desenvolvimento deste programa de estudo. Destacamos, primordialmente, o entendimento de que aspectos metodológicos assumem força no trabalho de produção de conhecimento, não como mero conjunto de componentes técnico-instrumentais “aplicados” sobre uma realidade de estudo (alienado do seu objeto), mas como constitutivos do próprio objeto que se constrói no processo de produção de conhecimento (de modo que conceitos, métodos e técnicas e realidade empírica constituam dinamicamente uma unidade analítica). Por isso, a relevância desses aspectos metodológicos serem pensados e refletidos na própria processualidade do trabalho de investigação (BONIN, 2006).

Entendemos, por exemplo, que a própria demarcação do objeto de estudo depende do ajuste contínuo entre os conceitos que tomamos para analisar e as dimensões da realidade que eles buscam desvelar. Nessa direção, assume primordial importância o contato com o campo concreto de investigação, por meio da realização de estudos exploratórios (BONIN, 2006). Tais estudos, ao antecipar dimensões da realidade até então não percebidas, desempenham importante papel no processo de definição e de ajuste dos parâmetros considerados para a demarcação e para a análise do próprio objeto de investigação<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Como estudo exploratório dessa pesquisa, citamos o caso da análise de valor de plano, realizado com fotoblogs. Esse estudo apresentamos em Apêndice.

Da mesma forma, estratégias multimetodológicas tendem a garantir uma aproximação em distintos níveis e dimensões de unidades empíricas tomadas para análise. Esse reconhecimento pode nos garantir condições para a contemplação de casos previstos e para os que fogem aos critérios pré-estabelecidos e homogeneizados por categorias previamente arbitradas.

Para este estudo, realizamos uma imersão no universo dos fotoblogs pessoais; frente ao material, as fotografias e as imagens digitais usadas na composição dos fotoblogs - como componentes centrais de um processo de geração de sentidos -, operamos com observações qualitativas sistemáticas e com observação casual (LORITE, 2000). Daí resultou uma tipologia de empregos e operações e, portanto, de efeitos de sentido gerados por essas imagens digitais no contexto dos fotoblogs em que estão veiculadas.

A adoção da observação casual, como técnica complementar de coleta de dados, foi importante para abrir a pesquisa ao inesperado, àquilo que imediatamente se coloca à vista e ao gosto do pesquisador como um *achado*, um quase puro sentimento (a que Halton, 1986, denominou de imediatez qualitativa).

Isso não significa que estejamos prescindindo das matrizes teóricas e metodológicas na demarcação do objeto de pesquisa: a construção do objeto resulta da ação dessas matrizes que orientam e sacodem a imaginação do pesquisador, mas, aliado aos critérios qualitativos que adotamos para realizar a demarcação empírica do nosso objeto de estudo e definir rigidamente um núcleo amostral, optou-se por manter procedimentos paralelos de observação casual. Essa opção nos permitiu acessar fragmentos não abarcados pelo critérios previamente definidos para constituição da amostra. Cremos gerar, assim, condições para a contemplação de casos que fogem aos critérios pré-estabelecidos e hegemonizados por categorias por nós arbitradas (o procedimento amostral será descrito abaixo).

Buscamos, enfim, valorizar uma postura metodológica que coloca o pesquisador nos interstícios do controle e do acaso (nas escolhas e tomadas de decisões sobre os procedimentos de observação) e entre o que está previamente demarcado como objeto de estudo e aquilo que resta desse objeto (por não representar *a priori* o interesse do pesquisador).

#### *4.1 Delimitação do universo de pesquisa, composição da amostra e observação casual*

Passamos agora à modelagem dos critérios amostrais que serão considerados no processo de seleção dos fotoblogs, tomados como unidades empíricas do nosso estudo. Propomos a analisar os fotoblogs do provedor UOL (<http://fotoblog.uol.com.br>). Esse serviço é a-

gregado (sem custo ao usuário) ao UOL, que é o maior provedor de acesso à internet no Brasil, segundo o ranking de tráfego realizado pelo site Alexa (<http://www.alexa.com>); é também o 27º mais acessado em todo o mundo (considerando-se, nesse caso, *sites* de busca, como Google, e outros *sites* de relacionamento, como Orkut).

Constituímos nosso núcleo amostral com fotografias e imagens digitais dos fotoblogs UOL, adotando como critério qualitativo para a composição dessa amostra, a referência de “fotoblog destaques do público”. O “destaque” é resultado de um sistema de pontuação realizado pelos usuários de acordo com uma escala de avaliação proposta e disponibilizada pelo próprio provedor. Foram acompanhados, como unidades de observação dessa pesquisa 100 fotoblogs, obtidos da relação disponibilizada pelo provedor dentre os que receberam menção de “destaque do público”. Aleatoriamente foi composta uma lista de 60 fotoblogs pela entrada dos mais atualizados (outubro, novembro e dezembro de 2006) e 40 fotoblogs pela entrada de “arquivo”, considerando, nesse caso, os fotoblogs ativos em novembro e dezembro de 2005. (A relação desses fotoblogs está disponível no Anexo 1 - Relação de fotoblogs tomados como referência para composição da amostra), ou diretamente nos arquivos no site [http://stcfotoblog.uol.com.br/Legais/legais\\_arquivo.jhtm](http://stcfotoblog.uol.com.br/Legais/legais_arquivo.jhtm)).

Convém ressaltar que estamos cientes de que, à margem desses fotoblogs selecionados para compor nossa amostra, desenvolvem-se experiências igualmente reveladoras de dinâmicas comunicacionais que poderiam ser alvo de análise. No entanto, a nossa opção pelos destaques do público se deve ao fato de consideramos esses os circuitos de maior intensidade interacional - porque, como veremos a seguir, estão dinamizados por um processo de emolduramento que é próprio do dispositivo do provedor, ou seja, o sistema de votação e indicação de fotoblogs. Sob essa mesma condição, nos é possível acompanhar, com um mesmo critério, um determinado período de tempo, uma vez que os fotoblogs emoldurados como destaques do público estão igualmente sob uma moldura de “memória”, ou seja, estão organizados, pelo provedor, em um arquivo com os fotoblogs ativos desde 2004. Além dessa amostra, intencionalmente constituída a partir de critério qualitativo previamente definido – ou seja de pertencer o fotoblog ao grupos dos “destaques”, acessamos fotoblogs ao acaso, seguindo a proposta metodológica da observação casual apresentada por Nicolás Lorite Garcia (2000). Nesses casos, adotamos como único procedimento padrão a realização de acesso aos fotoblogs através do sistema de busca por perfil, alternando, em cada “busca”, o perfil (masculino/feminino) e as faixas etárias, buscando assim garantir maior heterogeneidade possível de casos. Os fotoblogs que foram analisados no capítulo 4 e que não estão relacionados na amostra derivada da

lista de “destaques”, é porque foram obtidos através de observação causal.

#### *4.2 Molduras e moldurações*

Com o intuito de propiciar uma visualização dos aspectos gerais de reprodutibilidade técnica-digital configuradora do universo dos fotoblogs do provedor de internet UOL, partindo de Berger (1999) e Aumont (1993; 2004) e seguindo o pensamento de Kilpp (2003), redefinimos a noção de moldura como descritor/analizador, compondo assim um conceito-ferramenta que nos permitiu empreender um descolamento das estruturas moldurais que configuram os fotoblogs como painéis fotográficos.

Dois níveis sobrepostos de molduras serão “desarranjados” para que nosso olhar possa correr e colher signos “em uso”, tanto na imediatez (e obviedade) das superfícies da imagem quanto pelas bordas dos quadros, pelas molduras e além das molduras, que lhes são igualmente constitutivas.

Esses níveis são: a) o das “molduras externas”, que compõem o ambiente onde os fotoblogs serão colocadas à mostra (onde estão dispostas as ferramentas de acesso e de produção de fotoblogs), e b) o das “molduras internas”, que configuram os projetos de mostração específicos de cada fotoblog.

Cada um desses níveis deve nos oferecer um conjunto de componentes, dispositivos e operadores de sentido que submeteremos a um tratamento analítico específico e que trataremos de sistematizar à medida que nosso estudo exploratório avança. Partiremos da identificação a) dos modos de acessibilidade ao ambiente de produção e de uso, implicando aqui os formatos e padrões pré-configurados pelo provedor (corporações provedoras de acesso à internet e que disponibilizam espaço virtual de produção e de circulação de diários fotográficos); b) dos componentes configuradores do ambiente comunicacional dos fotoblogs, considerando-se aqui especialmente o tema da “ação das imagens” e seus usos; c) das estratégias de interação, veiculação e circulação possível dos fotoblogs nos limites técnicos do suporte e nos limites técnico-sociais (políticas de veiculação) dos provedores de acesso.

#### *4.3 Aparelho, programa e gesto fotográfico*

O processo de composição moldural (de produção e de uso) dos fotoblogs como painéis fotográficos vemos associado à idéia de gesto fotográfico, de Flusser (2002). Segundo es-

se autor, implicadas no gesto fotográfico estão as noções de imagem técnica, aparelho/dispositivo e ação sujeito-fotógrafo; esses elementos combinados constituem o gesto fotográfico e, para Flusser, o próprio método para a sua decifração.

Por isso, uma decifração, um desmascaramento dos processos de produção de imagem fotográfica exigiu a descrição de como se desenvolve o gesto fotográfico. No entanto, dadas as condições pós-fotográficas (SANTAELLA, 2005) de constituição dos fotoblogs, decifrar os painéis significou decifrar o gesto infográfico (SANTAELLA, 2001); nos orientamos a saber como os painéis conferem significados comunicacionais (geram acontecimentos), quais os automatismos implicados nos *programas* do aparelho-provedor (o que está programado nos dispositivos infográficos) e qual a sua relação com as intenções humanas (de uso e produção) implicadas no gesto.

#### 4.4 Gesto fotográfico, gesto infográfico e seus fundamentos semióticos

Lucrécia Ferrara, no seu trabalho *A estratégia dos signos* (1981), propõe um estudo de percepção seguindo o que denomina de rota labiríntica. A intersemiose é a rota proposta, ou seja, parte do entendimento de que o significado de um signo e sua possibilidade de análise nascem das relações engendradas no sistema de signos inseridos na linguagem *mediante o seu processo de uso*, ou “um signo analisa suas possibilidades” por meio do seu espelhamento em outros signos.

Operacionalmente, a autora propõe uma análise comparativa entre os sistemas de signos que estão em questão, “para flagrar, entre eles, aproximações e diferenças a fim de captar as peculiaridades que os diversificam e especificam” (FERRARA, 1981, p.XVIII).

Em nosso caso, isolar os sistemas de signos relativos à inserção do elemento fotográfico no contexto das narrativas dos diários fotográficos implica identificar, a partir das imagens, o que estas revelam das relações fotógrafo/fotografado e fotografia/receptor. A partir daí, trabalhamos tais fragmentos por homologias e analogias, buscando, entre eles, aproximações e diferenças, tendo claro que, no movimento dialético da teoria ao objeto, restam espaços para o acaso, para o não-previsto. Vamos considerar aqui as reflexões sobre funções sógnicas<sup>8</sup> (indicial, icônica e simbólica) da fotografia a partir de Schaeffer (2006) e Lefebvre (s.d.2).

---

<sup>8</sup> Para compor esse pano de fundo conceitual que é atravessado pelo meu olhar e do qual resulta um *senso* que dá lastro às análises semióticas que seguem, foram decisivas as leituras, além dos próprios textos de Charles Peirce (2007 a, 2007 b), dos estudos sobre semiótica de Peirce, realizadas por Halton (1986) e Randsdell (2007), e os estudos de semiótica aplicada de Andacht (1996, 2000, 2003).

Da combinação das noções de fotografia implicada no gesto fotográfico (Flusser) e de infografia como matéria pós-fotográfica (SANTAELLA, 2005), chegamos à noção de *gesto infográfico* como expressão dos processos que resultam na constituição dos *painéis fotográficos digitais*. Para a análise da funcionalidade sógnica do fotográfico (SCHAEFFER, 2006; LEFEBVRE, s.d.2) sob essas novas condições constitutivas do fotográfico, propomos uma tipologia que nos permitiu compor um quadro descritivo dessas experiências privadas de produção/criação fotográfica como acontecimento inscrito em lógica midiática.

Assim, a partir dessas dimensões de análise (descrição da sua composição moldural, decifração do gesto infográfico e análise das suas funcionalidades sógnicas), pretendemos alcançar nosso objetivo central: refletir sobre painéis fotográficos digitais como experiências de interação e de reconhecimento, e seu lugar na composição de *ethicidades digitais* como uma nova ordem de mediações.

#### *4.5 Os níveis de análise da pesquisa e a estrutura de apresentação do trabalho.*

O presente trabalho está estruturado em quatro níveis de análise (ver Esquema 1, abaixo). Iniciamos trazendo as reflexões que demarcam o território conceitual a partir do qual vamos tratar os fotoblogs; nesse território os fotoblogs serão entendidos como produto midiático-digital capacitados a fundar ambiências de experiências de interação baseado em fotografias e imagens digitais. Essa capacidade de operar tais ambiências resultam da confiança em sistemas abstratos como fundamento das *ethicidades digitais*. As análises realizadas nessa perspectiva, de cercamento e realização epistêmica do objeto, ocorrem no primeiro capítulo.

No segundo nível de análise, tratamos da natureza e tecnicidade da imagem, de onde partimos para a composição dos marcos metodológicos para a análise dos fotoblogs, desenhados de modo a nos permitir verificar se, na conformação dessas ambiências, compõem-se redes de significação capazes de assegurar a interação comunicacional entre indivíduos.

Apresentamos a construção da noção de painéis fotográficos digitais, a partir da qual demarcaremos empiricamente nosso objeto de pesquisa e apresentamos os conceitos operacionalizadores da sua análise: moldura e moldurações, aparelho e programa, gesto fotográfico e infográfico. Esse estudo é apresentado no segundo capítulo da tese.

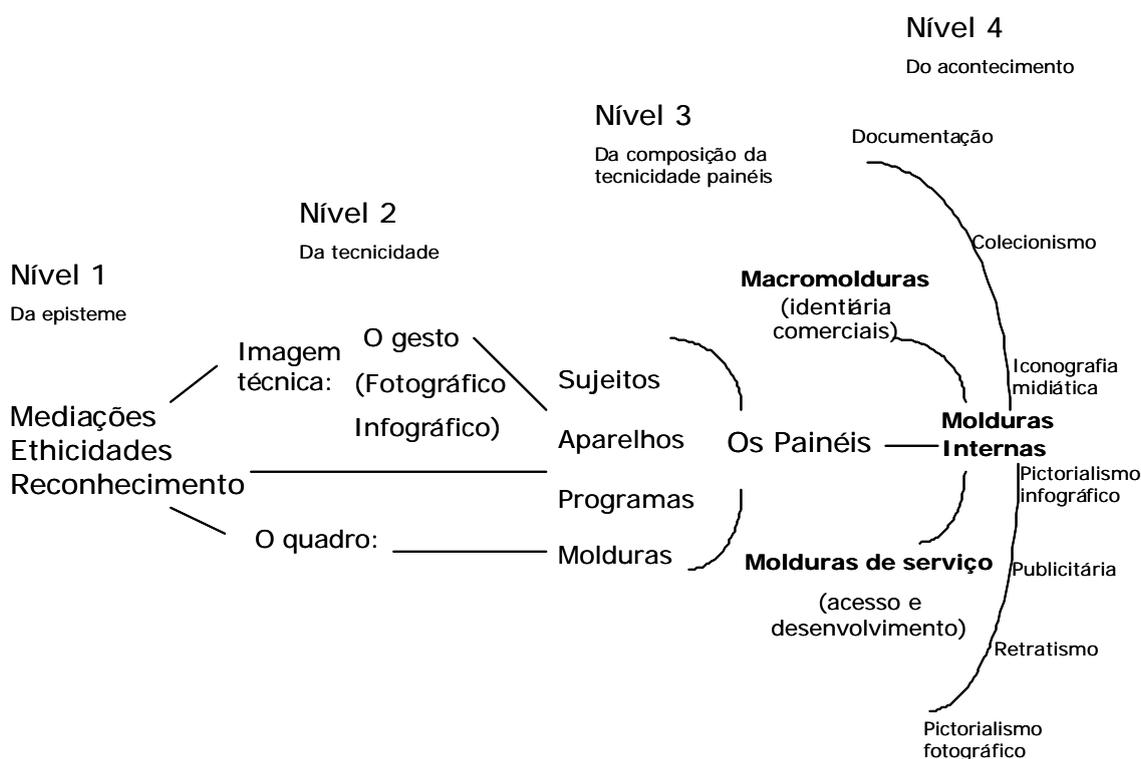
O terceiro nível de análise é composto pelo desenvolvimento da descrição da composição da tecnicidade dos Painéis, com base na sua análise moldural: detalhamento das estruturas macromoldurais (constitutivas do Aparelho-provedor Universo Online) e detalhamento da

moldura de serviço UOL fotoblog; essa tarefa é desenvolvida ao longo do terceiro capítulo.

Os desdobramentos empíricos da tecnicidade *painéis* em acontecimentos fotográficos-digitais, compõe o quarto nível de análise: analisamos as propriedades dos programas de mostraçõ especificos do UOLfotoblog, para o qual propondo uma tipologia dos modos de funcionamento das fotografias e imagens digitais que os compõem. Essa tipologia de mostraçõ dos fotoblogs (de suas molduras internas) desenvolve-se no quarto capítulo deste estudo.

No quinto e último capítulo, recompomos os quatro níveis de análise, trazendo a reflexão sobre os painéis como experiências de interação visual, onde as experiências privadas são magicizadas (operação midiática) como acontecimento-produto. Recompomos o entendimento de que os usos fotográficos, emoldurados midiaticamente, se constituem aportados na confiança em sistemas abstratos - reconfigurados em sua natureza, ou seja, virtualizados – fundando novas ethicidades digitais.

Esquema 1 – Estrutura e níveis de análise



## **1 INTERAÇÕES MEDIADAS, MÍDIAS DIGITAIS E IMAGENS FOTOGRÁFICAS**

No desenvolvimento deste capítulo nossa tarefa é posicionar conceitualmente as experiências dos sujeitos com as imagens no processos comunicacionais contemporâneos, ou seja, demarcar um olhar que se volta especificamente às experiências comunicacionais que hoje estariam sendo reconfiguradas, segundo Santaella, no contexto das novas mídias digitais. Entendemos esse movimento de redefinições como constituidor de uma nova *ethicidade*, digital; daí o fato de empregarmos termo *ethicidade digital*.

Para tanto, seguiremos o seguinte percurso: a) inscrever nosso objeto no marco das reflexões sobre tecnologias comunicacionais midiáticas e suas relações com conformações sociais e as experiências da subjetividade; b) tratar especificamente das implicações das dinâmicas virtuais sobre as nossas sensibilidades e conformações sociais; c) definir o quanto essa nova tecnicidade da imagem fotográfica digital, longe de ser apenas uma reconfiguração tecnológica dos aparelhos e dispositivos produtores de imagens, reconfiguram as possibilidades visuais de experiências da subjetividade, ou seja, redefinem a relação entre o “ser no mundo” e os “modos de mostração” e igualmente reconfiguram a experiência da temporalidade; e d) refletir sobre como esses novos modos de interação comunicacional, fundados na imagem técnica digital (nova tecnicidade da imagem), dependem da radicalização da confiança em sistemas abstratos (agora digitalizados).

### **1.1 Mediações e experiências mediadas**

Entendemos nosso estudo inserido no contexto das reflexões sobre as implicações das tecnologias comunicacionais na conformação dos modos de ser dos sujeitos e de relação entre

eles. Nessa ordem de raciocínio, perguntamos pelo lugar das práticas midiáticas na organização da sociedade; no entanto, tais processos midiáticos concretos, bem mais que outros tantos fenômenos sociais (e que podem ser pensados a partir dos marcos explicativos da sociologia clássica e contemporânea), constituem-se, eles mesmos, nos fundamentos de uma nova conformação social. Daí que o seu entendimento e sua explicação exigem um modo de olhar capaz de perceber, nessas práticas comunicacionais, os fundamentos de novas conformações sociais.

### 1.1.1 Mediação e midiatização

Seguindo esse entendimento, onde as práticas cotidianas (socioculturais) implicadas por tecnologias comunicacionais fundam *objetos* comunicacionais, os conceitos de mediação e de midiatização assumem relevância como matriz epistêmica. Não é nosso propósito retomar esse debate, amplamente difundido pelos teóricos da comunicação, mas reconhecê-lo como definidor de um campo<sup>9</sup> de saber de onde emergem os conceitos que demarcam nosso objeto de estudo.

As mediações são os “lugares”, os contextos de práticas dialogais, comunicacionais, das quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural dos próprios meios (BARBERO, 1998); são o lugar onde as experiências dos sujeitos estão cada vez mais articuladas à técnica, onde operam sujeitos e dispositivos. Técnica é entendida aqui não apenas como recurso de transporte de dados e informações, mas como tecnicidade: matriz e lugar constituinte de uma nova ambiência, uma nova forma de ser da sociedade (MARCUSE, s.d.). E midiatização é a estruturação dessas práticas sociais (formas de ser da sociedade) por meio das tecnologias comunicacionais.

Segundo Sodré, em sua “antropológica do espelho” (2002), midiatização é uma ordem de mediações socialmente realizadas por meio da comunicação entendida como processo informacional, com ênfase em um tipo particular de interação caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada médium. O médium simula o espelho, mas não é puro reflexo porque é um condicionador ativo daquilo que faz refletir. Trata-se de um dispositivo cultural historicamente emergente em que o processo da comunicação é técnica e industrialmente redefinido pela informação, pelo capital, e que consti-

---

<sup>9</sup> Entendemos por *campo* um espaço não-geográfico de múltiplas relações de forças conformadoras (estruturadas e estruturantes) da vida social, cujos processos são postos em funcionamento por instituições, agentes ou grupos. Estes operam segundo um *habitus*, definidor de modos de ação (*funções*), *pertencimento* a um lugar de *fala* (posição de campo) e *reconhecimento* dessa fala (legitimidade) (Bourdieu, 1983; 1996).

tui uma nova tecnologia societal empenhada em um outro tipo de hegemonia ético-política (SODRÉ, 2002).

Ambas as noções, de mediação e midiatização, são demarcações conceituais de operações fenomenologicamente relacionais: mediações são lugares em que pessoas (sentimentos e idéias) e coisas se relacionam na construção de tudo o que precisamos para viver, sendo que é cada vez mais constituinte dessa relação a ação de dispositivos técnico-comunicacionais. Nesses termos, a noção de mediação comporta a noção de midiatização e esta, por sua vez, ao se referir à estruturação de práticas sociais por meio das tecnologias comunicacionais, faz-se igualmente como condição genética desses lugares (contextos) de práticas de construção social que são as mediações.

As tecnologias comunicacionais conformam um “modo de ser no mundo” e passam a ocupar a centralidade na função interpretativa (portanto, disciplinadora e ordenadora, mas também transformadora) da sociedade; os programas midiáticos são assimilados à cotidianidade dos usos (BARBERO, 1998), configurando uma nova ambiência (GOMES, 2004), um novo meio ambiente, a que Muniz Sodré vem chamando de *éthos* midiático ou bios midiático (SODRÉ, 2002). Estes engendram um novo modo de organização da sociedade que se autônoma com relação aos demais campos (social, econômico, político) e, muitas vezes, se sobrepõe a eles.

É assim que a vida social se reconfigura no contexto da crescente força dessa nova cultura técnica em que a mídia, de lugar de suporte, veículo e instrumento, ganha cada vez mais autonomia no trabalho de instauração de uma nova ecologia, de um modo de ser na sociedade, engendrando um novo modo de organização da sociedade: assimilada aos usos cotidianos - convertida em cultura -, incide diretamente na nossa capacidade de decidir e fazer valer uma decisão sobre quase tudo que diz respeito às nossas vidas - sob a égide desse novo modo de ser, midiático, redefinem-se relações de poder entre os sujeitos, bem como a capacidade de se fazer valer como poder!

As práticas midiáticas estão, portanto, no fundamento de uma nova ethicidade - uma nova cultura de cunho tecnointeracional, um “*éthos* midiatizado” (SODRÉ, 2002). Redefinem-se os contextos de sociabilidade, porque redefinem-se igualmente as nossas relações de confiança (GIDDENS, 1991), nossas experiências de pertencimento social, nossa identidade, cidadania e consumo<sup>10</sup> (CANCLINI, 1995; BAUMAN, 2004) e sobre como participamos da

---

<sup>10</sup> Segundo Nestor Canclini, o consumo não é privado, atomizado e passivo, mas eminentemente social, corretivo e ativo, e serve como organização das identidades: estas que cada vez mais se distanciam da etnia, da classe ou nação, para chegarmos à comunidade hermenêutica de consumidores (Canclini, 1999, p.75-94).

vida pública.

Essa nova modalidade de interação e reprodução social tem, como fundo, a vinculação genética das tecnologias comunicacionais com os modos de produção da vida material e simbólica do capitalismo contemporâneo, isto é, está necessariamente impregnada das formas culturais e dos paradigmas que são próprios do capitalismo global. Isso é o que Castells (1999) denomina de capitalismo informacional, bem como o que Giddens (1991) chama de “reflexividade institucional”, ou seja, uso sistemático da informação para reprodução de um sistema social.

A noção de capitalismo informacional é desenvolvida por Castells (1999) para caracterizar o novo sistema econômico e tecnológico que se difunde em escala global (tendo como espaço privilegiado as metrópoles - localidade geográfica -, espaços que concentram grandes energias culturais e empresariais). Segundo o autor, uma revolução tecnológica, centrada nas tecnologias de informação, está remodelando a base material da sociedade em ritmo acelerado e em escala global. A formação do paradigma da informação, seu desenvolvimento e as formações sociais dele resultante estão articulados aos processos de reestruturação capitalista empreendido desde os anos 80<sup>11</sup>.

Compõe as tecnologias da informação o conjunto “convergente de tecnologias em microeletrônica, computação (*software* e *hardware*), telecomunicações, optoeletrônica, a engenharia genética e seu conjunto de crescente de desenvolvimentos e aplicações” (CASTELLS apud BARROS, 2001, p.75).

Sob essa matriz informacional é que surgem centenas de serviços, produtos e programas audiovisuais como os ofertados por empresas midiáticas, como os portais e provedores de internet, como é o caso do provedor UOL e seu serviço de fotoblogs.

### 1.1.2 *Mediações e experiências subjetivas*

Aportados nesses produtos e serviços midiáticos digitais, múltiplos *eus* (sujeitos) contemporâneos surgem da codificação digital de nossos dados pessoais, de nossas intimidades,

---

<sup>11</sup> Esse processo de reestruturação pode ser caracterizado pela confluência de vários fatores: descentralização das empresas e sua organização em redes tanto internamente quanto em suas relações com outras empresas; maior flexibilidade de gerenciamento; individualização e diversificação cada vez maior das relações de trabalho; intervenção do Estado para desregular os mercados de forma seletiva. Mas o que nos convém destacar nesse processo de reestruturação é o reconhecimento do lugar estratégico que o conhecimento técnico científico passa a ocupar na destinação das inversões [está correto?] de capital das grandes corporações globais e dos estados-nações: não apenas voltadas ao setor produtivo (aplicações tecnológicas), mas à conversão do conhecimento em mercadoria. Assim, desenvolvimento técnico-científico e desenvolvimento capitalista, na sua configuração contemporânea, se retroalimentam (CASTELLS apud BARROS, 2001, p.75).

de nossas imagens. Esses *eus* só se constituem como tais (se realizam subjetivamente) por meio dessa imagem-informação-dado digitalizada e totalmente visualizada e visualizável. Essas novas estruturas digitais radicalizam as relações “sem face”: somos e participamos do mundo da vida por meio de nossos códigos digitais (IANNI, 2001; LYON, 1995).

Nesses termos, tem-se que a imagem é incorporada às interações sociais por operações midiáticas; é virtualizada, no sentido de ser construída e essencialmente significada por operações e dispositivos midiáticos (especialmente a televisiva). A imagem tornada midiática é assim por nós “usada” e “incorporada” às nossas experiências cotidianas; temos, então, sujeitos e suas imagens convertendo-se em um novo modo de ser: reconfiguram-se as mediações em que se constituem os nossos modos de interpelação (BARBERO, 2004).

Quando pensamos a contemporaneidade, temos para nós que ela resulta de lógicas, mecanismos, dispositivos e saberes instauradores de uma reflexividade midiática e que, muito embora estejam fundadas nessas novas experiências mediadas, (ancoradas na reconfiguração tecnológica de matriz digital, como veremos a seguir, a partir de Santaella, 2003), preservam essencialidades (forças dinamizadoras das relações sociais) não esgotadas do que é, segundo Giddens, constitutivo das “conseqüências da modernidade”<sup>12</sup>.

Giddens (1991), ao explicar as configurações institucionais da modernidade, concebe a noção de sistema abstrato, referindo-se a um dos componentes do conjunto de forças dinamizadoras da modernidade, distinto daqueles que haviam constituído os ordenamentos comunitários pré-modernos, cujas relações sociais estavam fundamentalmente pautadas pela presencialidade e pelas relações face a face entre os sujeitos.

Os sistemas abstratos, tal como entendemos a partir de Giddens, são todos aqueles mecanismos constituídos simbolicamente e fundados em especialidades e dispositivos técnicos, que permitem aos sujeitos, que os exercem e que os *reconhecem*, estabelecer relações, tanto desencaixadas do lugar e do tempo quanto, e justamente por isso, relações sem face. Eles reconhecem e confiam que no seu lugar, representadas simbolicamente por meio de “fichas simbólicas”, operam competências (além dos sujeitos) que lhes garantem alcançar os resultados desejados por meio da relação que entre si estabeleceram.

Se, por um lado, vemos nossas subjetividades se constituindo na relação com os novos meios tecnológicos e que sem dúvida passam a ser constituintes e constituidoras dessas novas

---

<sup>12</sup> Em que pesem estarem as sociedades modernas, por força justamente da ação dos seus mecanismos de reflexividade, colocando-se em riscos de alta intensidade, mais próximos de sua autodestruição do que de sua salvação (riscos de colapso ambiental ou econômico, de militarização e de intensificação da violência), crê Giddens que estariam, nessas mesmas condições de reflexividade, a possibilidade de superação de tais conseqüências desastrosas da modernidade ainda em curso: a conformação dessas novas modalidades de ordenamento social é que Giddens denomina de pós-modernidade (ainda por realizar-se).

experiências de mediação (formas pós-modernas ou pós-humanas, como diria Santaella), por outro vemos essas mesmas experiências, em *continuum*, aportadas em essencialidades tipicamente modernas<sup>13</sup>, quais sejam: estabelecer relações mediante confiança em sistemas abstratos, sem face, desencaixados, cujo correspondente pós-moderno são as faces mágicas, seres maquínicos, digitais, as mediações digitais.

Em outras palavras, cremos que a cotidianidade das relações (à qual associamos desejos, mentalidades e ações), em que estão implicados laços de confiança, pertencimento e afirmação pessoal, constituem-se igualmente na sua capacidade de ser operada nesses dispositivos visuais. Elas são, cada vez mais, dependentes de sua visualidade, especialmente em sua capacidade de operar indicadores de qualidade.

As imagens fotográficas atualizadas nos quadros audiovisuais dos fotoblogs intensificam a sementeira de índices de qualidades de pertencimento e de afirmação subjetiva conformadores de laços de fidelidade e confiança necessários à sociabilidade contemporânea. Veremos adiante, por meio de uma tipologia de efeitos de sentido aplicada às molduras internas dos fotoblogs, como operam tais dispositivos visuais.

Modernamente, compomos uma série de “fichas simbólicas” (GIDDENS, 1991) que assumem valor de representação de sistemas abstratos: dinheiro, diploma, recibo, contrato, representações visuais, e dentre eles o álbum fotográfico. Essas fichas sintetizam sistemas abstratos mais ou menos complexos, e por meio delas atribuímos *realidade* às coisas e aos fenômenos que muitas vezes não presenciamos (não vemos *concretamente*, mas apenas *representado*), atribuindo a elas legitimidade (ou não) e crédito (verdade ou não).

Mesmo na condição atual das mediações digitais, vemos reforçada a moderna dependência de complexos sistemas de representação, os sistemas abstratos, segundo Giddens. Ou seja, agora, mais do que nunca, para estabelecermos confiança nas relações implicadas nas novas mediações de matriz digital, necessariamente devemos nos remeter para redes mais complexas que se definem em torno delas e para além delas.

Precisamos confiar e somos levados a confiar em sistemas abstratos (GIDDENS, 1991) cada vez mais complexos - agora com sua faces virtuais<sup>14</sup>, cibernéticas - e que entendemos serem conformadores de uma ethicidade digital.

---

<sup>13</sup> Entendemos modernidade, a partir de Giddens (1991), como uma configuração societal fundada no aprendizado das relações sem face: o moderno se produz, justamente, nas rupturas com as lógicas tradicionais e comunitárias, estas sim fundadas no localismo e na presencialidade (e que Giddens associa à pré-modernidade).

<sup>14</sup> Hoje contamos com faces virtuais, enquanto desde os primórdios da modernidade, segundo Giddens, as relações são tipicamente sem face.

## 1.2 Novas mediações: transformações na cultura comunicacional e instauração das dinâmicas virtuais

O foco do nosso olhar está colocado sobre as condições técnicas das representações imagéticas. Partimos do entendimento de Walter Benjamin (1969) de que as mudanças técnicas, em termos de reprodutibilidade dos nossos modos de representação, estão, de algum modo, incidindo sobre nossas sensibilidades e reconfiguram, nesses termos, nossos modos de percepção e explicação do mundo que nos cerca.

A primeira consideração importante nessa demarcação é que vamos tratar da imagem não como fenômeno abarcado pela categoria de imaginário<sup>15</sup>, mas como imagem técnica, no sentido atribuído por Flusser (2002), ou seja, aquela em que há um fator que se interpõe entre ela e significado, qual seja, um aparelho e um agente humano que o manipula. Como imagens, as imagens técnicas são igualmente mágicas, mas não ritualizam apenas os conteúdos e os mitos a que se referem e representam, mas também as condições sob as quais são produzidas: os aparelhos e programas que jogam com os sujeitos que os manipulam.

Isso significa dizer que vamos investigar as imagens no contexto dos processos comunicativos previamente mencionados, em que estão implicadas as redes de relações construídas pelos indivíduos e em que estão implicadas determinadas condições técnicas de se fazer representar, o que, segundo Sodré (2002), resulta em novos modos de vida, “um novo tipo de formalização da vida social, que implica uma outra dimensão da realidade, portanto, formas novas de perceber, pensar e contabilizar o real” (2002, p.16).

Intensificada a sua capacidade de reprodutibilidade (pela condição digital de produção, circulação e recepção), a imagem fotográfica hoje integra-se radicalmente aos complexos processos de mediação e é amplificadora dessas mesmas condições de mediação do mundo da vida. Por meio das imagens digitais associamos nossas subjetividades a dispositivos midiáticos. Neles nos realizamos à medida que intensificam nossa dependência de confiança nesses sistemas complexos e abstratos que pautam nossa segurança para agir, sentir, pensar desse ou daquele modo em nossas relações cotidianas.

Como entrada para nossa discussão sobre o fotográfico, tomaremos as reflexões de Lucia Santaella em *Culturas e artes do pós-humano* (2003). Nessa obra, a autora reflete sobre a recente revolução nos processos tecnológicos, seus impactos nos meios e modos de comuni-

---

<sup>15</sup> Comumente refere-se ao conjunto de imagens mentais e visuais através das quais os seres humanos organizam e representam simbolicamente suas relações com o mundo da vida. (DURAND, 1988).

cação e expressão de sentido - mediante a instauração de novas ordens de sensibilidade - e a forma como esses impactos configuram os modos de relações simbólicas que os seres humanos estabelecem entre si para viver no mundo. No contexto dessa reflexão, irá caracterizar as continuidades entre as diferentes configurações culturais que tem nas diferentes modalidades de mediações seu princípio axial. A autora fala de cinco culturas (oral, escrita, de massa, das mídias e digital), mas detém-se especialmente na transição de uma cultura das mídias para uma cultura digital (cibercultura).

Segundo as reflexões de Santaella (2003) em *Culturas e artes do pós-humano*, ao colocarmos nossas atividades comunicacionais, informacionais e expressivas assentadas sobre essas novas matrizes tecnológicas, não mudamos apenas a “superfície” dos meios de se comunicar, mas inauguramos e potencializamos novas modalidades de intersignificação das coisas e do ser no mundo e, portanto, novas modalidades de socialização; instauram-se novas ordens de sensibilidade. Santaella, debatendo com Holtzman, comenta sobre o caráter descontínuo da cultura midiática levado aos extremos pela disponibilidade de novas tecnologias digitais:

Na medida em que novas mídias descontínuas penetram em nossa vida, elas mudam não apenas nossos modos de pensar, mas também nossa percepção da realidade. Minha hipótese vai mais longe do que a de Holtzman. A descontinuidade das mídias não muda apenas nossa forma de pensar. Essa descontinuidade é perfeitamente análoga aos modos contemporâneos de viver. Basta imaginar como se processa o cotidiano de uma pessoa em uma grande cidade, acompanhada de um celular conectado à internet, de um *notepad*, ou mesmo um *notebook*, movendo-se no trânsito caótico, atendendo compromissos disparatados.

Enfim, a não-linearidade das mídias já está encarnada na própria maneira de viver. É certo, porém, que essa descontinuidade é levada a extremos nas mídias que nos dão a capacidade de acessar qualquer ponto randômico e, então, facilmente saltar para outro, sejam esses pontos páginas de um processador de texto, informação em um disco ou outro recurso de arquivamento, ou mundos digitais localizados em qualquer lugar do universo ligado na internet e naquilo que passou a ser mais genericamente designado como ciberespaço (SANTAELLA, 2003, p.97).

Hoje, um novo consenso se produz em torno do entendimento do impacto revolucionário que a nova matriz tecnológica de base digital produz sobre os fenômenos comunicativos e expressivos, mediante a instauração de novas ordens de sensibilidade: os fenômenos comunicacionais e artísticos contemporâneos (e as configurações sociais daí resultantes) deverão ser explicados/compreendidos dentro deste novo marco de transformações. Estamos, portanto, vivenciando uma revolução da informação e da comunicação sem precedentes e que vem sendo chamada de revolução digital.

Aliada à telecomunicação, a informática permite que esses dados cruzem oceanos, continentes, hemisférios, conectando potencialmente qualquer humano no globo em uma mesma rede gigantesca de transmissão e acesso que vem sendo chamada de ciberespaço. Catalisados pela multimídia (mistura de áudio, vídeo e dados) e pela hipermídia<sup>16</sup>, computadores e redes de comunicação passam assim por uma “revolução acelerada no seio da qual a internet, rede mundial das redes interconectadas, explodiu de maneira espontânea, caótica, superabundante” (SANTAELLA, 2003, p.70-71).

O ciberespaço, *locus* fundante da cultura digital, é resultante dessa capacidade tecnológica de simular digitalmente ambientes “dentro dos quais os humanos podem interagir”; é uma “realidade multidimensional artificial ou virtual globalmente em rede, sustentada e acessada pelo computador” (SANTAELLA, 2003, p.99).

As interações comunicacionais propiciadas pelas hiper-redes multimídia de comunicação interpessoal intensificam o hibridismo cultural (misturando formas, gêneros, atividades culturais) já experimentado nos processos culturais próprios do mundo presencial. Porém, igualmente colocam “nossas sensibilidades em sintonia com as dinâmicas virtuais da cultura ciberespacial em curso” (SANTAELLA, 2003, p.71).

Quais as conseqüências do emprego crescente dessas tecnologias para a comunicação e quais as implicações dessas dinâmicas virtuais da cultura ciberespacial nas nossas sensibilidades e conformações sociais?

Tais dinâmicas são designadas por Santaella como sendo *pós-humanas*; destacamos para nosso estudo aqueles aspectos que consideramos primários na constituição do ambiente e da sociabilidade digital, e que atuam, como veremos a seguir, sobre nosso objeto de pesquisa.

O primeiro aspecto se refere à constituição de um espaço digital, o ciberespaço. Os seres humanos ingressam nesse espaço em que habita a lógica das relações não-presenciais. O segundo aspecto se refere também à não-linearidade das idéias e à estruturação multifragmentada das informações, ou seja, no contexto das hiper-redes multimídia de comunicação interpessoal é possível saltar de uma idéia a outra; as idéias tomam formas não-lineares e dão “suporte às infinitas opções de um leitor imersivo” (SANTAELLA, 2003, p.91). Diante da sua propriedade não-linear, da intensa hibridização de linguagens e da estruturação multifragmentada das informações, o próprio ambiente cibernético prevê a criação de roteiros de sinalização e de programas (denomino de programa-de-serviço) capazes de guiar o receptor imerso

---

<sup>16</sup> A noção de hipermídia refere-se às múltiplas possibilidades de conexão entre pontos no espaço digital a partir de diferentes suportes, como um CD-Rom e os hipertextos online - o que chamamos popularmente de “navegar” na internet pelos múltiplos links disponíveis. (SANTAELLA, 2003, p.71)

nesse universo dispersivo.

Por fim, outra importante implicação dessas dinâmicas virtuais da cultura ciberespacial nas nossas sensibilidades e conformações sociais é a transformação do leitor e do receptor na posição de co-autor e de co-criador do ambiente cibernético na interface com o espaço cibernético, um misturado de sentidos. O leitor/receptor interage cooperando com sua realização (SANTAELLA, 2003, p.95); suas livres ações associativas e interativas, no contexto das infinitas versões virtuais, é que permitem juntar o que está fragmentado, compondo novas e próprias (também potencialmente intocáveis) versões.

### **1.3 A tecnicidade da cultura fotográfico-digital**

No contexto de uma cibercultura, a tecnicidade fotográfica também se redefine: novos sentidos estarão implicados a) na produção da imagem, revelando-se; b) na conformação do acontecimento; c) nos modos de olhar e mostrar e, conseqüentemente, na conformação das subjetividades associadas a esses novos modos de ser visual.

Trataremos, a seguir, de pensar e problematizar especificamente a tecnicidade da cultura fotográfico-digital em que se inscreve nosso objeto de investigação. Não se trata aqui, como vimos anteriormente, de dar visão aos aspectos puramente técnicos que estão no fundamento das aplicações digitais da fotografia; trata-se de entender a técnica como uma dimensão constitutiva dos modos de ser no mundo, aos quais determinados usos sociais estão associados.

Estamos, portanto, entendendo tecnicidade como técnica-em-uso, implicada nas dinâmicas sociais, no contexto do que tratamos por mediações sociais.

#### *1.3.1 A produção de imagens fotográficas e o paradigma pós-fotográfico da imagem*

A câmera fotográfica como uma máquina de produzir imagens marca o fim da exclusividade do artesanato nas artes e o nascimento das artes tecnológicas; a máquina encarna, fora do corpo humano, saberes técnicos, conhecimentos, habilidades desenvolvidas pelos seres humanos - são extensões do seres humanos.

Sem deixar de ser máquina, elas dão corpo a um saber técnico introjetado nos seus próprios dispositivos materiais [máquinas de linguagem, segundo Flusser]. Isso começa com a fotografia. A câmera fotográfica é, antes de tudo, um aparelho complexamente codificado, fruto da aplicação 'de conceitos científicos acumulados ao longo de século de pesquisa no campo da óptica,

da mecânica e da química, bem como da evolução do cálculo matemático e do instrumental para operacionalizá-lo' (MACHADO, 2001, p.129).

Com o desenvolvimento desses novos aparelhos de produção de imagem, novos princípios de visualidade passam a se afirmar mediante a gradativa e contínua desconstrução dos princípios de visualidade válidos desde o Renascimento. “O ateliê, o cavalete e o sonho da natureza em estado puro dão lugar aos flagrantes (instantâneos) colhidos na rua e na vida mundana urbano-industrial” e são tecnicamente reproduzíveis ao infinito. O texto “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”, de Walter Benjamin (1969), é referência clássica para esta discussão.

A noção de mediação ajuda a compreender melhor o desenvolvimento destes novos princípios de visualidade. Santaella (2003) irá demonstrar o quanto a mediação da tecnologia da fotografia e do cinema desloca o ponto de identificação do receptor para as “apresentações mediadas” que, para se reproduzir, utilizam algum meio tecnológico - a fotografia, por exemplo. A autora conclui: “a mediação é algo inelutável” e não há apresentação direta e viva; segundo estes autores a genialidade de Benjamin esteve em perceber “muito precocemente como a mediação tecnológica modifica o modo pelo qual passamos a ver todas as representações como mediadas, inclusive aquelas das artes auráticas” (SANTAELLA, 2003, p. 211).

Para Santaella (2003, p.211),

toda relação do humano com a natureza e com sua natureza já é, de saída, uma relação mediada por signos e pela cultura. Essa mediação foi, desde sempre, uma condição imposta pelo cérebro do *sapiens sapiens* que nos levou inalienavelmente a habitar a biosfera nos interstícios dos signos e da sua resultante direta, a cultura. [...] Através do gesto e da fala, nas suas crias signílicas, tais como a escrita, desenho, pintura, o cérebro foi se estendendo para fora do corpo, amplificando sua capacidade sensória e intelectual.

Essas formas de mediação todas revelam uma história signílica, que Santaella chama de semiose humana: “desde sempre e continuamente, [a nossa espécie] tem povoado a biosfera com rebentos extra-somáticos, os signos, imprimindo sobre a natureza as marcas do crescimento do seu cérebro” (SANTAELLA, 2003, p. 211).

O tratamento infográfico da imagem é apenas uma das expressões da cultura digital abordada por Santaella<sup>17</sup>, mas desempenha função de princípio axial, tanto para o entendi-

---

17 Como tratamos anteriormente (no capítulo 1), essa cultura digital se refere às novas conformações sociais em que a presencialidade está cada vez mais indissociada do ciberespaço - uma “realidade multidimensional artificial ou virtual globalmente em rede, sustentada e acessada pelo computador”, em que os humanos podem interagir: novos princípios de visualidade são estabelecidos (criados na fronteira do real e do virtual) e “não tocam a-

mento das novas formas de sociabilidade como para o entendimento das artes. O princípio da digitalização<sup>18</sup> não só intensifica ao extremo a reprodutibilidade, o armazenamento, a transmissão e a exibição de imagens, de áudio e de texto, mas produz, segundo a autora, uma cultura para além da representação, em que as imagens não mais se referirão ou farão mediação de uma realidade socialmente dada; ao contrário, as imagens serão virtualmente a realidade ela mesma. Em outras palavras, “o sensorium humano está engajado em um ambiente eletrônico que se tornará ‘virtualmente’ indistinto das realidades sociais e materiais que as pessoas habitam ou desejam habitar” (SANTAELLA, 2003, p.143).

A interpenetração das imagens se constitui no estatuto mesmo da imagem contemporânea. Por exemplo, a fotografia importou “procedimentos pictóricos”, e estes adquiriram “traços estilísticos” da fotografia; serão igualmente levados à computação gráfica: a infografia. No entanto, do mesmo modo que a fotografia revolucionou o mundo da pintura, a infografia está revolucionando o mundo da fotografia.

A fotografia tem uma base material de natureza química (a emulsão fotográfica) produzida industrialmente. Portanto, é preexistente à intervenção do fotógrafo, que é responsável, no ato fotográfico, por controlar a intensidade de luz que deixará sua grafia sobre essa base material. Os processos fotográficos ligados a essa base material - e isso dependente da mecânica dos aparelhos (a câmera) - vêm sendo “alargados” pelo uso de câmeras eletrônicas e digitais, de escâneres, de programas especializados em processamento, armazenamento, transmissão e exibição de imagens - agora produzidos a partir de um novo princípio: a digitalização (SANTAELLA, 2003, p.139-140).

Os grãos químicos que reagem à luz são convertidos em seqüência de dígitos, tornam-se *pixels* digitais. Os processos digitais estão situados entre o “olho da máquina” (lentes óticas) e a impressão; entre essas duas pontas a imagem se transforma em informação computa-

---

penas a superfície e a aparência das imagens. Elas trazem conseqüências epistemológicas, pois muda com elas o modo de representação das coisas” (SANTAELLA, 2003, p.141).

18 “O aspecto mais espetacular da era digital” está no poder de converter toda informação, som, imagem, vídeo, texto, programas informáticos em uma linguagem única, os dígitos: código de natureza informacional em forma binária 0 e 1 (chamados bits). Digitalizar significa, então, homogeneizar a diversidade de formas de informação em cadeias seqüenciais de 0 e 1. Até então, as informações, para serem armazenadas e/ou transmitidas, eram tratadas em suas propriedades físicas (expressas em comprimento de ondas eletromagnéticas), de modo a preservar propriedades análogas às encontradas fisicamente (os sinais, de natureza física) - daí vem a expressão “analógico”. Uma vez digitalizada, qualquer informação pode ter seu código (cadeias seqüenciais de 0 e 1) manipulado por outros programas informacionais (softwares), podendo ser comprimido, misturado, separado, fragmentado, removido, copiado, armazenado, transmitido... Desse modo, torna-se possível a fusão, em um único setor homogêneo (“o todo digital”), das quatro formas principais da comunicação humana: “o documento escrito (imprensa, magazine, livro); o audiovisual (televisão, vídeo, cinema); as telecomunicações (telefone, satélites, cabos) e a informática (computadores, programas informáticos). É esse processo que tem sido chamado de ‘convergência das mídias’” (SANTAELLA, 2003, p.84).

cional (processada por um computador) e, portanto, não apresenta mais o referente fotográfico tradicional. É assim que um corpo mimético e indicial, gerado a partir de um registro físico, é “transmutado em dados simbólicos”, de onde surge um novo corpo, o corpo infográfico resultante de grafias informacionais. Assim, a infografia está revolucionando o mundo da fotografia e produzindo uma cultura para além da representação, em que desaparece o referente “corpo humano” e surge o “corpo pós-humano” (SANTAELLA, 2003, p.300).

Assim, segundo Santaella (2005), configura-se o paradigma pós-fotográfico ou gerativo, em que as imagens são derivadas de uma matriz numérica e produzidas por técnicas computacionais (*pixels* visualizados sobre uma tela de vídeo ou impressora). A imagem infográfica é, portanto, uma imagem sintética, um abstrato simbólico, uma realidade numérica que apresenta sua forma visual por meio dos *pixels*. O *pixel* é controlável e modificável por estar ligado a uma matriz numérica totalmente penetrável e disponível.

O suporte dessas imagens sintéticas resulta de um casamento entre um computador e uma tela de vídeo, mediados por operações abstratas. O computador opera sobre um abstrato simbólico: a informação. O agente da produção é um *programador* cuja inteligência visual se realiza na interação com os poderes da inteligência artificial; daí estar a imagem sintética uma imagem em perpétua metamorfose.

O processo de produção das imagens pós-fotográficas é triádico, pressupondo três fases interligadas, mas delimitadas. O processo de produção da infografia se desenvolve nas seguintes etapas: a) o programador constrói o modelo de um objeto em uma matriz de números; b) a matriz numérica deve ser transformada de acordo com outros modelos de visualização; c) o computador traduzirá essa matriz em *pixels* para tornar o objeto visível na tela do computador.

Uma vez armazenada na memória do computador, a imagem estará *disponível* e poderá ou não ser transferida para outros computadores. Dadas essas características, temos que tais imagens sofrem pouco as restrições do tempo e do espaço.

Ainda quanto ao meio de produção e suas conseqüências sobre as imagens, temos as imagens pós-fotográficas fundadas nas simulações por modelização através das variações de parâmetros de um objeto ou situação dada: a imagem-matriz resulta das capacidades de manipulação de um modelo cujo abstrato simbólico pode funcionar como imagem-experimento. Está, portanto, baseada em um sistema perito, na capacidade de cálculo para a modelização, na habilidade de intervir sobre os dados. O agente manipulador é o programador informático.

Temos que, se a simulação numérica exclui qualquer centro organizador na produção da imagem sintética, os painéis fotográficos digitais (os fotoblogs) surgem como centro orga-

nizador dos seus usos.

### 1.3.2 Fotografia e cibercultura: acontecimento e novas experiências da temporalidade

Um importante aspecto da cultura digital, relativo ao tratamento das questões da produção de imagens fotográficas e que merece nossa atenção, se refere às experiências da temporalidade: a relação entre ato fotográfico e acontecimento.

Nos aproximamos dessa perspectiva considerando o estudo de Sanz (2005)<sup>19</sup> sobre a composição de discursos fotográficos digitais em *Passageiros do tempo e a experiência fotográfica: do álbum de família ao blog digital*. Aqui, interessou-nos especialmente a descrição comparativa dos usos fotográficos, segundo a natureza do dispositivo fotográfico e o modo de produção e de gestão da imagem, dos quais resultam distintas modelagens discursivas fotográficas, justamente por esses usos estarem associados/fundados em duas modelagens distintas de experimentação de tempo: a moderna e a pós-moderna.

Sanz fala da modalização temporal da modernidade a partir da qual construímos nossas histórias visuais: “Na realidade, a imagem congelada referendou não apenas a captura de uma fatia do tempo, mas, sobretudo, a construção de um momento singular que fosse capaz de representar o acontecimento como um todo” (SANZ, 2005, p.1).

A narrativa fotográfica, nesse caso, está associada a uma experiência historicizante: ao demarcar um acontecimento - pela representação técnica-imagética de um instante temporal - funda uma experiência de tempo - de instante (passado), e de presentificação desse instante, idéia de mudança, movimento do passado ao presente.

Para a autora, o fotografar moderno visava extrair certo momento da duração, frear a aceleração e constituir, por meio de figuras relevantes e marcos temporais, o passado como espaço da experiência (SANZ, 2005).

Nesse caso, convém destacar, a autora está se referindo a um determinado tipo de uso: a “construção da história visual das famílias”. “Ver as fotografias, após serem reveladas, podia causar certo desconforto, mas fazia parte da experiência de reenquadrar, através do olhar presente, os fatos passados” (SANZ, 2005, p.2). Segundo a autora, esse foi o modo principal de construir a escrita da memória ocidental.

Quando ela se refere à modalização temporal do discurso fotográfico pós-moderno, destaca o que denomina de estética da velocidade, que se institui a partir do senso de imediatez da produção e do gerenciamento “em tempo real” da imagem produzida.

---

19 SANZ, Claudia Linhares. *Passageiros do tempo e a experiência fotográfica: do álbum de família ao blog digital*. Disponível em <[www.studium.iar.unicamp.br/22/alb\\_blog/index.html](http://www.studium.iar.unicamp.br/22/alb_blog/index.html)>. Acesso em: dez. 2005.

Nessa perspectiva, tirar uma fotografia a cada instante é menos um movimento de frear a aceleração, como poderíamos supor, e mais um movimento de integrar-se ao ritmo, fazendo com que os instantes “fixados” não tenham fixidez absoluta e ganhem uma espécie de cadência, movimento que se integra ao presente *continuum* e à aceleração exponencial (SANZ, 2005, p.3).

“Fotografar e ver (imediatamente) é uma experiência fotográfica inédita” (SANZ, 2005, p.3), e, no entendimento de Claudia Sanz, coloca essa experiência em absoluta consonância com as experiências temporais e com certas expectativas culturais hoje socialmente compartilhadas, pós-modernas. Diferenciando-se da modelagem fotográfica moderna, a fotografia digital “revelada” imediatamente constrói sua condição de ser integrada ao fato presente como condição elementar de sua realização.

É como se, além do sentido de memória, o fotografar estivesse sendo movido, cada vez mais, também por uma necessidade de presença no instante. Mais do que nunca, utilizamos a fotografia para “realizar” o agora e, até mesmo, para intensificá-lo, como se, sem as imagens, aquele momento fosse menos vibrante (SANZ, 2005, p.3).

Essa possibilidade está inscrita (nos diria Flusser) no próprio aparelho que é a câmara digital. Ela não é apenas um novo meio de captura: é síntese instrumental, técnica e perceptiva da subjetividade contemporânea. É “efeito-instrumento”, para usar as palavras da autora. Ligada à câmera digital está uma técnica “preponderante que a gerencia, e nessa técnica estão inscritos modos contemporâneos de pensar e ver - modos resultantes de um conjunto heterogêneo e irredutível de transformações sociais e perceptivas” (SANZ, 2005, p.2).

Segundo Claudia Sanz, a experiência temporal da atualização permanente do acontecimento pela ampliação do presente ou presente contínuo, instituída na própria experiência fotográfica digital, traria como conseqüências uma espécie de cancelamento mútuo dos acontecimentos fotograficamente registrados e noticiados: “todos os fatos são acontecimentos e, ao mesmo tempo, nenhum o é efetivamente” (SANZ, 2005, p.2).

O que nos importa destacar agora, porém, é que a experiência temporal da atualização permanente do acontecimento (pela ampliação do presente ou presente contínuo) institui-se na própria experiência fotográfica digital; não mais se fotografa o acontecimento, mas se torna acontecimento por ser fotografado. Nas palavras da autora:

Não é apenas um acontecimento singular que “merece” ser fotografado, mas é o fato de ser fotografado que o torna acontecimento. Desse modo, talvez possamos dizer que o prazer em ver as fotos assim que as tiramos não esteja ligado apenas a uma exigência de qualidade estética (com a foto e conosco mesmos), mas se relacione com um rito de celebração do presente, vivido, individual ou coletivamente, através da tela (SANZ, 2005, p.3).

Podemos dizer, em consonância com Sanz (2005) e também com Fernanda Bruno

(2004), que o próprio ser-no-acontecimento (acontecimento sempre atualizado fotograficamente) está comprometido na experiência fotográfico-digital: as subjetividades contemporâneas estão essencialmente implicadas nos novos dispositivos técnicos de produção e de reprodução dos discursos fotográficos.

O que mais nos interessa, ao nos perguntarmos pelo ser-no-acontecimento, é saber dele, tanto na experiência fotográfica do acontecimento passado, presentificado na experiência da memória, quanto na experiência do acontecimento em presente contínuo, instituído na experiência fotográfica digital. Ambas as experiências, ao nosso entender, coexistem na idéia do fotográfico (uma quase ideologia do fotográfico) que denominamos de fotografia simbólica - é o fotográfico preservado, independente da sua natureza, digital ou analógica, na mimese fotográfica. Para isso nos voltamos, como argumentamos mais à frente, para as noções de sistemas abstratos e de ethicidade digital para as noções de sistemas abstratos e de ethicidade digital.

#### **1.4 O olhar contemporâneo e a subjetividade exteriorizada**

Sanz (2005), ao tratar das experiências contemporâneas da fotografia realizadas por meio das novas tecnologias digitais de produção fotográfica - de câmeras digitais e de exposição de fotografias na internet por meio dos fotoblogs -, irá também buscar pelas suas implicações sobre as subjetividades (operando, aqui, especialmente com a noção de intimidade). Sua pergunta é: “por que razão passamos a gostar tanto de expor nossas experiências aos milhares de olhos que, potencialmente, navegam na internet?” (Sanz, 2005, p.4). Como resposta possível, a autora desenvolve o argumento, que aqui nos interessa, de que presenciamos a configuração de um universo de visibilidade, impulsionado (acentuado) pelos dispositivos midiáticos, marcado pelo declínio da interioridade e pelo interesse público pela intimidade. Imagens da intimidade e projetos individuais estariam inundando a esfera pública justamente pela falta (crise) de projetos, de movimentos políticos e coletivos.

Sanz relaciona essa diluição da interioridade às modificações recentemente produzidas sobre a experiência do tempo. Até o presente momento, a interioridade estava baseada em um projeto que previa, “de alguma forma, a construção de si a partir do acúmulo das experiências na duração do tempo”. Com as novas experiências de temporalidade vividas nas mediações tecnológicas recentes (assunto que tratamos anteriormente), para a autora produziu-se um “fechamento” do futuro como espaço aberto de expectativa. É como se o indivíduo “se desconectasse do engajamento com o processo histórico, como se sua ação não se projetasse como

elemento responsável e determinante no futuro do planeta”. Daí que “é cada vez mais presente no imaginário coletivo a idéia de que, se não podemos mudar o mundo nem a história, podemos pelo menos mudar nosso próprio corpo”. Esse corpo existiria não mais baseado em uma intimidade preservada interior, mas se definiria pela sua exteriorização (SANZ, 2005, p.5).

Nas palavras da autora:

Trata-se de um significativo deslocamento na maneira de construir “as imagens de nós mesmos”. Por um lado, no âmbito individual e privado, nossas personalidades deixam de ser tão calcadas numa identidade estável e “interior” e [por outro] passam a ser expressas e constituídas na exterioridade visível da imagem corporal. A subjetividade intimista do homem psicológico que, durante sua existência, buscava um sentido singular não se adéqua à aceleração exponencial contemporânea, em que a duração do tempo perde sua força de significação (SANZ, 2005, p.4).

O desejo de compartilhar publicamente suas experiências íntimas, de “tornar-se visível” para o olhar do outro - como condição da construção de si mesmo - encontra nas novas tecnologias, como as câmeras digitais e os fotoblogs, ótimos dispositivos para sua realização.

Assim, apoiada no argumento de Bruno (2004), Sanz conclui o seguinte:

não estamos falando a respeito de uma tendência exibicionista de “delatar” publicamente nossos segredos mais íntimos; referimos-nos a uma subjetividade que se constrói na própria exterioridade; a uma diagramação que se efetua quando nos tornamos visíveis.

As fotografias e os textos veiculados nesses espaços virtuais não são apenas relatos da vida cotidiana: são novas modalidades de expressão e comunicação, novas narrativas do “eu” que, em vez de estarem recônditas no íntimo do sujeito ou nos segredos de uma família, estão sendo construídas a partir de sua exposição. Parece haver, portanto, uma reformulação nos modos como as imagens de nós mesmos passam a ser construídas, como se existíssemos à medida que fôssemos capazes de fazer saber que existimos (SANZ, 2005, p.5).

Valemos-nos igualmente de Fernanda Bruno (2005), que sistematiza importantes marcos conceituais para análise do que entendemos estar no fundamento da sociabilidade contemporânea: o fenômeno da “exposição” das subjetividades, mobilizadas pelas novas tecnologias da comunicação.

O objetivo da autora foi analisar, contrastando a atualidade e a modernidade, “o estatuto do olhar do outro e o seu papel na reconfiguração dos limites entre o público e o privado, tendo em vista as práticas de exposição da intimidade nas tecnologias de comunicação aí incluídas tanto a mídia de massa quanto as novas mídias digitais” (BRUNO, 2005, p.3).

A autora toma o princípio da visibilidade, do “fazer-se visível ao outro”, como fundamento da realidade contemporânea. Os processos de visibilidade são colocados em movimento pelas tecnologias da comunicação, e são, portanto, de ordem midiática:

Ao acompanhar as variações do estatuto do olhar do outro, Bruno irá diferenciar o olhar público moderno do olhar contemporâneo. O olhar moderno está fundado no olho público “superegóico”, e a privacidade na modernidade está submetida a esse “olho público”.

A hipótese histórica é a de que a atenção e o cuidado com o olhar do outro vão sendo progressivamente interiorizados e constituindo todo um campo de cuidados consigo, de autocontrole, auto-regramento e autovigilância que passam a reger a esfera íntima e privada (BRUNO, 2005, p.5).

Nessa perspectiva, o olhar do outro assume uma forma superegóica, passa a ser associado à interdição e à norma, “um olhar que encarna a lei, do qual ninguém se furta plenamente, posto que, segundo o diagrama moderno, não há indivíduo e subjetividade que se constituam fora deste olhar”. No entanto, é diante desse olho público que a esfera privada afirma-se como “um lugar que pode escapar da penetração da ordem pública na vida cotidiana e como refúgio onde convivem intimidade e liberdade” (BRUNO, 2005, p.8). O olhar do outro convive com uma intimidade e uma subjetividade que “guardam regiões de sombra e opacidade” (BRUNO, 2005, p.5).

Tais “regiões” afirmam-se seja como os bastidores do teatro social, onde o sujeito se prepara para enfrentar o olhar público, seja como refúgio do indivíduo, onde ele pode se entregar ao monólogo interior, aos prazeres solitários e a uma experiência de si (do seu corpo e de sua alma) ao abrigo de intrusões e olhares alheios (BRUNO, 2005, p.9).

O olhar contemporâneo não estaria mais sendo regido por meio desse olho superegóico, mas sim pelo “ideal de ego”. Experiências da vida íntima e privada estão próximas daquelas que vemos nos *reality shows*, fotologs e weblogs: “a passagem à visibilidade confere uma ‘existência’ à vida privada dos homens banais cuja ‘consistência’ reside na exposição ao olhar do outro” (BRUNO, 2005, p.11).

É como se o princípio de visibilidade, que já se sobrepôs ao princípio de realidade no âmbito mais amplo da cena pública, se estendesse às vidas e existências privadas, que passam a requerer a visibilidade como uma espécie de direito ou condição almejada de legitimação e reconhecimento (BRUNO, 2005, p.4).

Assim, Bruno desenvolve o argumento sobre o “ideal de ego”: vivemos um novo contexto marcado pela “progressiva privatização das trajetórias individuais e o paralelo declínio

do encargo coletivo dos destinos individuais, antes atribuído a instituições e atores sociais organizados” (BAUMAN, 1999; EHRENBERG, 1995; *apud* BRUNO, 2005, p.10).

Se considerarmos as personagens que hoje simbolizam e encarnam o que seria o padrão normativo das sociedades e identidades contemporâneas, encontramos menos mulheres medianas (a mãe, a doméstica, rainha do lar e da vida regrada) ou modelos institucionais que se destacavam pela sua adequação à norma (o bom aluno, o bom trabalhador, o bom soldado), negócios excessivamente ricos e “inovadores”, que vivem enfrentando riscos e desafios, esportistas excepcionais que “vencem” os limites do próprio corpo. Vemos, pois, imagens do ideal de ego mais que do superego; inclusive são indivíduos cujo estatuto é inseparável de sua imagem midiática, indivíduos onde se confundem a aparência e a essência, a ficção e a realidade, o público e o privado [o que Kilpp denomina de *persona*] (BRUNO, 2005, p.10).

As tecnologias de comunicação têm uma função central nesse processo, pois elas oferecem uma cena pública para as experiências privadas e afirmam-se como instâncias de legitimação social do íntimo. Nota-se aí um novo estado do individualismo, extremamente atrelado à comunicação e à imagem, agora anunciados como “ao alcance” de todos.

É neste contexto e diante deste olhar regido pelo ideal de ego que os meios de comunicação se tornam um lugar privilegiado de exposição da vida privada. Ou ainda, numa cultura regida pelo ideal de ego, a vida privada se volta para fora, em busca de um olhar que a reconheça e ateste a sua visibilidade. Intimidade e visibilidade se encontram intimamente atreladas e amplamente expandidas. As bordas do visível expandem-se tanto no que concerne ao que é digno de nota e visibilidade - ser visto não é mais privilégio dos seres e feitos extraordinários e estende-se ao mediano e ao comum a todos - quanto ao que é passível de ser exposto a outrem - a intimidade sai dos recantos da vida privada para tornar-se matéria privilegiada de exposição pública. Além disso, e extremamente importante, a visibilidade é tão mais efetiva quanto o seu lugar for a tela (seja de TV, seja de computador, de celulares ou de câmeras). A tela afirma-se aqui como o suporte privilegiado da relação consigo e com o outro (BRUNO, 2005, p.11).

Vemos contemporaneamente a realidade e as experiências da subjetividade sendo forjadas a partir desse “ideal de ego”, midiaticamente tornado visível ao outro; os *reality shows*, weblogs e fotologs apresentam-se como dispositivos de produção artificial do foro íntimo e da identidade, “o que mostra como certas transformações recentes no estatuto do olhar do outro cruzam e retraçam os limites entre o público e o privado e entre o natural e o artificial” (BRUNO, 2005, p.15).

Voltamos agora a salientar que essa necessidade, ou desejo, de exteriorização das experiências íntimas marca a experiência da subjetividade contemporânea, não simplesmente

por se tratar de algo que passa a se expor por novos circuitos de exposição, “mas de uma subjetividade que se constitui prioritariamente na própria exterioridade, no ato mesmo de se projetar e de se fazer visível a outrem” (BRUNO, 2005, p.12).

Tornar-se visível ao olhar do outro é condição da construção da própria identidade, tornada possível pelas novas mediações tecnológicas.

Para visualizar o que estamos propondo, basta pensar na experiência estética diante dessas imagens - de modo geral, elas ou nos afastam, nos empurram para “fora” delas, ou nos mantêm na sua superfície e extremidade; raramente nos convidam a “entrar”, como se não tivessem nada a relevar (sic!) além do que se encontra exposto, como se não fizessem nenhuma alusão a algo que está sob, atrás ou além. São imagens sem sombra nem segredo, cujo princípio de visibilidade parece estender-se ao máximo. Poderíamos pensar a partir disso que não há nenhuma subjetividade ali, que se tratam de vidas e corpos ociosos, sem interioridade ou profundidade (BRUNO, 2005, p.12).

Emerge, assim, segundo a autora, uma outra modalidade de subjetividade em que a interioridade ou a profundidade, ainda que permaneçam presentes, deixam de ser o foco de investimento, de cuidado, de controle, assim como deixam de ser a morada da verdade ou do desejo do sujeito.

Não é evidente a afirmação de que a intimidade construída na artificialidade das tecnologias de comunicação seja menos autêntica. Na ordem da aparência e da imagem, as “coisas” podem muito bem valer pelo que elas não são, seja um corpo, seja uma intimidade. Ou ainda, o que eles são reside cada vez mais naquilo que eles se tornam e naquilo que deles se dá a ver. E neste mundo em que nossos corpos e almas ganham a plasticidade das imagens, a autenticidade também reside naquilo que se parece ser (BRUNO, 2005, p.13).

Fotografar, filmar e publicar na internet, ou seja, realizar-se no plano da imagem, é a condição de experiência de realização desse *eu ideal* como *acontecimento*. Ao refletir sobre essa condição da experiência estética diante das imagens digitais visualizadas midiaticamente, chegamos a perceber o quanto ganha força a condição de estarmos acoplados a esses dispositivos, hoje já associados aos telefones celulares, e o quanto somos açoitados por um sentimento, mínimo que seja, de frustração, quando esquecemos de portar o dispositivo - a câmera digital - e não registramos momentos.

É como se assumíssemos que, para aquele tempo sem imagens, vamos deixar de presenciar, de experimentar, de estar, de existir.

### 1.5. Ethicidades digitais e a confiança em sistemas abstratos como fundamento da visualidade contemporânea

Baseada em sistemas altamente complexos de conhecimento, de especialização (peritos) e de desenvolvimento técnico, vemos hoje a conformação de uma sociedade cuja condição reflexiva está, mais do que nunca, pautada pela intensificação e pela extensividade de processos de ordem midiática. Eles adquirem, contemporaneamente, relevo como força dinamizadora da sociedade e instituem todo um novo conjunto de modalidades reflexivas, quando não compõem sua própria condição fundante - a ponto, inclusive, de nos fazer perguntar, como o faz Santaella, se tais condições não estariam sendo conformadoras de uma ordem pós-moderna.

Nos contextos dessas novas modalidades reflexivas, próprias de mediações fundadas na visualidade digital, entendemos que os sujeitos se realizam em suas interações cotidianas na medida mesmo em que estabelecem, produzem e participam de redes de significação (FERRARA, 1981). Como vimos anteriormente, essas redes são contemporaneamente multiplicadas, ampliadas, verticalizadas e estendidas por meio das mídias digitais, muito especialmente por meio de redes globais de computadores. Nesse contexto, laços de sociabilidade são consubstanciados em molduras visuais digitais: são instauradores de uma ethicidade específica, de natureza midiático-digital.

Nessa fase de transição para uma cultura digital, como nos aponta Santaella (2003), vemos predominar ambientes cuja natureza técnica é marcada pela superfície dispersiva e volátil das imagens digitalizadas. Esses ambientes integram e se constituem na sobreposição múltipla de molduras, em que o sujeito é simultaneamente produtor, receptor e reproduzidor, mas opera sempre nos limites dos *aparelhos* (dispositivos técnicos organizados para produção de imagens) e do que está *programado* no aparelho (FLUSSER, 2002). Ao mesmo tempo, o sujeito joga com esse dispositivo, remagicizando a representação de mundo, assumindo magicamente o lugar de verdade objetiva.

Para o caso dos fotoblogs, os jogos que neles e por meio deles se desenvolvem e a capacidade de neles se constituírem como uma experiência de vida fundam modos de ser e de vir a ser midiáticos, que Susana Kilpp (2003) vem explicando com o conceito de ethicidade. Daí constitui-se um modo específico de produção de sentido, de experiências de ser (subjetividades), e vou passar a denominar a condição desse ambiente, a partir de Kilpp, de ethicidade digital.

Essa nova ethicidade, ao se constituir e ser constituinte de vivência e experiência dos

sujeitos, se sustenta sobre a fluidez e a liquidez desses modos tecnodigitais de constituir as interações. No entanto, associada à natureza desse ambiente, vemos igualmente a necessidade de produção e de reprodução de mecanismos de estabilidade (segurança) nas interações comunicacionais, fundadas na reprodução de redes de confiança que nos dão segurança suficiente para agir no contexto das interações não-presenciais (sem face ou com faces virtuais).

Dentre esses múltiplos espaços de realização do ser contemporâneo, os fotoblogs, por meio do seu deciframento (a exemplo da filosofia da caixa-preta de Flusser), podem nos revelar facetas dessas novas tecnicidades, desses jogos que os sujeitos estabelecem com os aparelhos e programas na constituição dos seus modos de ser no mundo (suas subjetividades idealizadas), bem como na constituição do serviço-produto midiático (nos moldes do programado no aparelho).

Aliado às mudanças profundas na capacidade de produção de imagens fotográficas, a partir das tecnologias digitais - cuja principal marca é a total deterioração do referente -, o que se percebe é uma intensificação ou radicalização da necessidade da crença na imagem fotográfica como depositária de valor de verdade<sup>20</sup>.

As fotografias de modo geral, mas especialmente as aplicadas à prática do fotojornalismo, incorporam essa força de atribuir *realidade* (acontecimento) às coisas e aos fenômenos e a preservam, no comum dos nossos sentidos até hoje: seguimos crendo que elas representam, verdadeiramente, fatos e acontecimentos distantes de nós e que não presenciamos.

A fotografia, em sua condição clássica<sup>21</sup>, já nos arrancava ou *desencaixava* do tempo e do espaço na medida em que se colocava como materialidade (a foto: um papel com uma imagem) gerada a partir de uma operação de abstração (um processo representativo de algo concreto). Desde sempre a fotografia exigia, nessa condição de desencaixe tempo-espacial, uma crença. Sua força de significação depende de uma confiança no seu valor representacional: de que aquilo que é mostrado *na* fotografia - e que deixou de ser a coisa/pessoa/situação em si, passando a ser uma representação desse em si - existe objetivamente.

O senso cotidiano nos faz saber que aquilo que é mostrado *na* fotografia, existe objetivamente porque vemos. Porém, vemos e acreditamos. Essa crença na existência daquilo que vemos não está no acesso à coisa em si<sup>22</sup>, mas em mecanismos que se interpõem como sistemas abstratos: as fotos são fichas simbólicas (GIDDENS, 1991), nas quais acredito, deposito

---

<sup>20</sup> A fotografia está entre as principais ferramentas modernas de representação objetiva do real: comumente a ela se associam os sentidos da verdade e da prova; sua realidade é, nessa perspectiva, corresponde ao fato e ao acontecimento (KOSOY, 2002).

<sup>21</sup> De imagens reveladas no papel e armazenada nos negativos.

<sup>22</sup> Possível apenas em situação de encaixe de tempo e espaço, estando naquele lugar e naquele tempo, o que, na condição da fotografia, é uma impossibilidade.

confiança de que verdadeiramente representam coisas existentes. A verdade (neste caso, a verdade sobre o conteúdo fotográfico) está, portanto, condicionada à confiança que nela depositamos como representante fiel de algo concreto. Ela depende, enfim, de nossa confiança em um sistema desencaixado, e é a partir dessa confiança que temos segurança para operar sensações e tomar decisões que nos afetam no mundo da vida. É assim que, modernamente, uma fotografia minha, em um documento qualquer, assegura que sou aquele que afirmo ser. Acreditamos porque aprendemos a confiar em sistemas abstratos.

E quanto a uma foto minha publicada em um documento cibernético? Que segurança pode ser operada no estabelecimento de uma relação entre indivíduos que por meio desse documento e a partir de uma imagem digital se fazem representar? Por ela mesma, em sua condição digital, nenhuma segurança. Então, por que seguimos utilizando-as, e agora mais do que nunca, com intensa força comunicacional?

Entendemos que os processos implicados nas relações de produção das imagens sintéticas (pós-fotográficas) apenas radicaliza esse desencaixe, já vivenciado por nós desde a incorporação da fotografia analógica à vida cotidiana; porém, agora, essa operação é levada às últimas conseqüências em termos de reprodutibilidade e de possibilidade de retrabalho nos referentes. Que segurança temos na sua verdade representacional se tudo pode ser matematicamente alterado (sujeito, objeto, espaço, tempo)<sup>23</sup>? Porém, também podemos dizer, desse ponto de vista, que a fotografia moderna também é pouco segura em termos de verdade representacional; o seu valor de verdade dependia de acreditarmos nos sistemas abstratos que a compunham e nos seus especialistas: se era mais fácil confiar nela, porque seu efeito de magia estava aparentemente mais colada ao objetivo, igualmente exigia de nós a crença nessa força mágica de representar objetivamente algum real.

Hoje, com a radicalização do desencaixe, resultante da interposição no processo de produção de uma série de dispositivos tecnológicos de natureza eletrônica e digital, arranca-se ainda mais a condição de verdade da fotografia de um estado *per se*; cada vez mais, em si, vale menos. Nessa sua nova condição, fica mais difícil *confiar* na fotografia, e essa dificuldade acentua-se pelo fato de que nós mesmos sabemos como podemos manipulá-la, temos oportunidade de mergulhar no interior dos sistemas abstratos e, como peritos (mesmo amadores), podemos manipular as fotografias digitais. No entanto, apesar dessa vulnerabilidade, seguimos confiando nela, porque modernamente aprendemos a confiar em sistemas abstratos.

---

<sup>23</sup> A exemplo do que já ocorria nos múltiplos instantes dos processos modernos de produção da fotografia analógica, seja em operações mecânicas de manipulação do referente (na composição do ambiente antes da realização da captura da imagem), seja nas múltiplas possibilidades de manipulação nos processos fotoquímicos de revelação das imagens (a que Kosoy chama de 1 e 2 realidades).

A imagem fotográfica digital - que em si não vale nada - só pode valer se depositarmos ainda mais confiança nos sistemas abstratos em que se insere (onde é produzida, armazenada, onde circula e onde é recebida). Fazemos isso ampliando as nossas fontes abstratas de confiança; na era analógica já confiávamos nos peritos (fotógrafos) e nas imagens fotográficas, nos sujeitos e nos índices (uma crença baseada na força indicial).

Hoje, fragilizadas as forças de verdade do referente (dos índices), nossa segurança sobre a verdade das coisas fotografadas depende mais dos sujeitos que as produzem e dos sentimentos gerados em torno delas, ou seja, nossa crença nas imagens está baseada mais na força da qualidade, do sentimento - no efeito e na força icônica (Santaella, 2005) por ela gerada no âmbito das relações entre produtores, produtos e usos -, do que em suas forças indiciais. Sua força de verdade está, portanto, em uma composição: naquilo que há de qualidade representada no *em si* da imagem, nas experiências partilhadas pelos sujeitos em torno das qualidades representadas, dos seus lugares e dos seus usos. Por isso, a fotografia se realiza tão intensamente nos novos espaços comunicacionais - os *sites* pessoais, blogs e fotoblogs -, pois esses são espaços por excelência de convergência das condições que a faz valer mais pela sua força qualitativa do que indicial.

Em outras palavras, essas composições imagéticas assumem sentido pela possibilidade de não estarem apoiadas exclusivamente em suas forças de representação indicial (como fragmento do real capturado) e porque estão inseridas em uma trama complexa de dispositivos abstratos, uma rede de relações que se sustentam pela confiança que depositamos nas suas qualidades (promessas) e não naquilo a que podem objetivamente corresponder (índices de objetividade).

A fotografia sempre mereceu nossa confiança por sintetizar em si mesma todo um sistema de crenças. Hoje, para seguirmos confiando nela, exige uma extensão da nossa crença a outros elementos passíveis de confiança, aos quais a fotografia, seja qual for a sua natureza (digital ou analógica), se associa desde sempre: quem a produz, como a produz, onde e por quem é veiculada, o que me interessa dela, como a uso. É a confiança em componentes de sistemas puramente abstratos, sem face, nos quais apenas confio.

Se essa necessidade de confiança se redimensiona com o uso do digital, o que é bem verdade, sua fonte não é absolutamente nova. A fotografia digital como imagem sintética e o que faz com que ela continue funcionando comunicacionalmente como representação do real (digital ou como a “clássica” fotografia) nasce da sua condição moderna de depositárias das nossas capacidades reflexivas (de *reconhecimento*), de crer em sujeitos e em sistemas que a compõem. E isso acontece desde que alcançou sua condição de reprodutibilidade técnica, há

mais de um século.

A imagem digital não produz uma cultura visual única; produz-se significativamente em um território de coexistência de culturas no qual, não sem tensões, as imagens tanto se referirão a uma realidade socialmente dada - ou farão mediação dela - quanto serão virtualmente a realidade elas mesmas. Retomamos a idéia inicial: agora, mais do que nunca, para confiar nas imagens e fotografias digitais necessariamente devemos nos remeter para redes mais complexas que se definem em torno delas e para além delas.

As operações mediadas pela inclusão da imagem digital (em toda a sua dinâmica, fluidez, volatilidade, velocidade, exteriorização das intimidades) redimensionam nosso ser e estar no mundo hoje. Fazem-no, porém, apenas ao exigir um reforço da necessidade de aportarmos nossa confiança, para termos segurança de ação no mundo da vida (decisões, sentimentos, razões, opções), em sistemas fortemente abstratos, manipuláveis pelo domínio técnico e submetidos a nossa capacidade reflexiva, elementos já colocados - em graus variáveis, mas qualitativamente idênticos - nos mecanismos analógicos e mecânicos da produção moderna de imagem fotográfica. Ou seja, as novas condições de produção da imagem pós-fotográfica podem estar colocando em movimento mudanças epistêmicas capazes de redefinir as dinâmicas produtoras do mundo da vida, atuando sobre seu ritmo e intensificando processos já em marcha. Elas seguem, porém, dependentes de depositarmos nossa confiança em sistemas cada vez mais abstratos.

A fotografia, especialmente em sua nova condição digital (infográfica), integra operações midiáticas nas fissuras da condição moderna do conhecimento, na medida em que opera com fluidez dos sentidos, volatilização dos referentes, redefinição das experiências da temporalidade e realização do ser pela visualização da intimidade. Porém, igualmente integra operações midiáticas nas fissuras da uma pretendida condição pós-moderna, na medida em que exige e opera “freios” *reversos*. Esses *reversos* se contrapõem à fluidez e correspondem aos sistemas abstratos radicalizados nas disponibilidades tecnológicas da internet: atuam como centros organizadores, *emolduradores*, instauradores de referencialidade simbólica, de reconhecimento e de pertencimento (programados pelo aparelho, em benefício do aparelho).

A fotografia e as imagens digitais, em seus usos midiáticos na *web*, subvertem, assim, ambas as modelagens macrodiscursivas - moderna e pós-moderna; convertem-se em fundamento para a instauração de territórios em que distintas *molduras* técnicas, estéticas, cognitivas e sensitivas sobrepõem-se na produção/criação de novas e diferentes modalidades de mediações - novos processos de reconhecimento dos sujeitos como indivíduos socialmente constituídos.

## **2 PAINÉIS FOTOGRÁFICOS DIGITAIS – MARCOS METODOLÓGICOS PARA A ANÁLISE DOS FOTOBLOGS COMO ETHICIDADE MIDIÁTICO-DIGITAL**

Estamos partindo do pressuposto de que a relação entre determinado modo de mostração (modo de ver e de se fazer visto, resultante de processos de molduração) e sua força na constituição de experiências vividas é instauradora de uma *ethicidade* específica, de natureza midiática. Dito de outro modo, as relações que se desenvolvem no interior de determinadas molduras (e por meio delas) e a capacidade de, por meio delas, se fazer ver são constitutivas de um tempo e de uma experiência de vida nesse tempo, que fundam modos de *ser* e de *vir a ser* midiáticos, que Suzana Kilpp (2003) vem explicando pelo conceito de *ethicidade*.

As *ethicidades* designam “subjetividades virtuais (as durações, as *personas*, objetos, fatos e acontecimentos) que nos é dado a ver [...] são construções midiáticas, cujos sentidos identitários (éticos e estéticos) são agenciados num mix de molduras e moldurações de imagens”<sup>24</sup> (KILPP, 2003, p.33).

É nossa intenção, neste capítulo, definir os marcos teórico-metodológicos para proceder à análise dos fotoblogs como esse mix de molduras e moldurações visuais de experiências de vida: uma *ethicidade* midiático-digital.

Assim, antes de apresentarmos o estudo dos fotoblogs, cabe explicitar os conceitos a partir dos quais fomos construindo a noção de painéis fotográficos digitais (ou painéis info-gráficos) e como a noção de moldura e de moldurações pode operar na descrição e na análise desses painéis fotográficos.

Para nos aproximarmos das categorias de moldura e moldurações, que integram o programa conceitual para análise audiovisual desenvolvido por Susana Kilpp (2003), e proceder a

---

<sup>24</sup> Kilpp foca em seu estudo as *ethicidades* como subjetividades virtuais que são dadas a ver especialmente pela televisão; são construtos televisivos.

sua atualização<sup>25</sup> como descritores-analisadores do nosso material empírico, nos voltamos aos princípios da visualidade moderna, em que essas noções ocupam posição fundante. Daí nosso aporte em Berger e Aumont.

Para tratar sobre como as experiências cotidianas vão sendo fotograficamente molduradas em fotoblogs, tomamos como ponto de partida as noções de *aparelho* e *programa*, segundo Flusser. Daí o nascimento dos termos *aparelho-provedor*, para se referir ao provedor de internet UOL, do termo *programa-de-serviço*, para se referir ao serviço UOL fotoblogs, e do termo *usuário-produtor*, para se referir à dupla função dos sujeitos nas relações desenvolvidas no processo de molduração. A essas entidades relacionadas correspondem, analiticamente, distintas dimensões moldurais, respectivamente macromoldura e moldura externa, como se verá a seguir.

Ainda nesse âmbito (sobre como as experiências vão sendo fotograficamente molduradas em fotoblogs), para se referir à natureza pós-fotográfica desse *espaço-meio*, consideraremos a noção de *infografia* de Santaella. Daí a possibilidade de pensar esse espaço-meio, *locus* de convergência de produção, uso e transmissão, como uma ethicidade específica, digital, infográfica, que configura e exige um tipo de agente e de relações entre sujeitos. Aqui, consideraremos também a noção de *gesto fotográfico* de Flusser, atualizada como *gesto infográfico*.

Quando deslocarmos nosso olhar para a constituição do fotográfico no âmbito dos fotoblogs em particular – nos domínios do que consideramos ser sua dimensão moldural interna – trataremos de compor uma tipologia de análise que nos permite analisá-los em seus processos de uso (suas funcionalidades significativas). Entendendo a constituição do fotográfico no âmbito dos fotoblogs como sistemas sígnicos (intersemióticos, segundo Ferrara), nos voltaremos aos seus fundamentos semióticos, adotando as reflexões sobre funções sígnicas (indicial, icônica e simbólica) da fotografia a partir de Schaeffer (2006) e Lefebvre. Assim, da combinação das noções de gesto fotográfico, infografia e funcionalidades sígnicas do fotográfico/infográfico, resultará um quadro descritivo dessas experiências de produção/criação pós-fotográfica.

Ao final deste capítulo, aportado nessa rede de conceitos, inscreveremos a realidade do objeto fotoblog em uma noção que traduza suas condições de produção e relação com o mundo: o definiremos como quadros visuais denominados *painéis fotográficos digitais*, apontando para sua composição moldural, caracterização dos meios de produção, armazenagem, trans-

---

<sup>25</sup> O emprego da palavra *atualização* nesse contexto de análise, e ao longo deste trabalho, diz respeito tão somente às propriedades de *realização* de um conceito como possibilidade de se referir à realidade.

missão, e dos seus agentes (usuários-produtores). Os painéis, portanto, são a expressão conceitual do fenômeno digital fotoblog

## **2.1 Painéis fotográficos digitais e visualidade contemporânea: novas modalidades de objetificação e panoramização**

Para analisar as inter-relações sógnicas operadas pelos painéis fotográficos (os usos e as percepções a eles associadas), nos voltamos ao que entendemos, a partir de Berger (1999), estar entre os fundamentos da visualidade e da percepção moderna: os desejos de mostração radicada na arte pictórica renascentista<sup>26</sup>. Das concepções do autor, destacamos as noções de objetificação e panoramização das experiências por meio da arte (desejos de mostração das experiências vividas).

Berger, ao analisar a arte pictórica renascentista, aponta para o quanto as formas de mostrar (representar) pessoas e coisas (de se ver e de se fazer olhar) estão relacionadas à sociabilidade, à afirmação de identidades pessoais e coletivas: representam condições sociais e representam “coisas na realidade adquiríveis” (BERGER, 1999, p.85).

As pinturas, como manifestação das aparências idealizadas, reforçam e apóiam a visão que se tem de si mesmo. Elas não operam apenas na lógica da criação de novas experiências, mediadas pela imaginação e pela abstração, mas reforçam, por meio de imagens de si mesmas (aparências idealizadas), experiências já existentes e cotidianamente vivenciadas.

A arte, como representação de coisas e de pessoas em determinado tempo e como experiência de tempo, é sempre uma maneira de ver o mundo – uma ideologia. “A pintura ‘contém’ o tempo e a experiência do tempo” (BERGER, 1999, p.63) e tem como condição de realização a objetificação dessas coisas e pessoas.

A objetificação – redução de tudo à igualdade de objetos –, instauração de uma materialidade pela condição de ser vista como exterioridade, teve na pintura a óleo seu marco inaugural. “É que uma maneira de ver o mundo, que em última instância era determinada por novos comportamentos em relação à propriedade e ao poder de troca, encontrou sua expressão visual na pintura a óleo, e não poderia tê-la encontrado em qualquer outra forma de arte visual” (BERGER, 1999, p.89).

Essa possibilidade de objetificação, de fazer as coisas e as pessoas objetos do olhar

---

<sup>26</sup> Muito embora, para tratarmos do tema das mudanças nas formas perceptivas e suas implicações epistemológicas, tenhamos Benjamin e Flusser como referências fundantes, para o exercício aqui proposto o estudo que Berger desenvolveu de algumas pinturas a óleo se mostrou empiricamente operativo; trata-se, portanto, de uma opção metodológica.

(para serem vistas), cria panoramas que agem sobre as relações sociais. Agem na composição de um sistema de convenções específico para representar o visível e suprem os espectadores-proprietários de um “sistema de referência para as formas de comportamento idealizado que lhe era próprio” (BERGER, 1999, p.103). Implica igualmente em um sistema de convenções específico para representar o visível.

Esse sistema de convenções sobre o visível (o que mostrar, para que mostrar e como mostrar) visa propagar a crença da sociedade nela mesma. Segundo Berger (1999, p.144),

A pintura a óleo mostrava do que seu proprietário [espectador-proprietário] já estava usufruindo, com os bens que possuía e sua maneira de viver. Ela consolidava o sentimento que ele tinha de seu próprio valor. Enaltecia a visão que tinha de si mesmo do jeito que ele era. Essa visão principiava com fatos de sua vida. As pinturas embelezavam o interior em que ele realmente vivia.

Os princípios de objetificação e de panoramização, implicados na ânsia de mostraçã fundante da cultura perceptiva moderna, vemos reproduzidos na maquinaria audiovisual contemporânea: *contínuo* dessa cultura de mostraçã igualmente presentes nos espaços digitais, como é o caso dos fotoblogs.

Contemporaneamente, tais modos da mostraçã de tempos e de experiências de vida operam na intensificação das amarrações cotidianas sob condições técnicas digitais (em rede) de irrestrita reprodutibilidade e extensividade (em escala global): sua maior expressão são os *painéis* de partilhamento de experiências de vida e de partilhamento de gostos e desejos.

Como aponta Berger (1999, p.32),

Adultos e crianças possuem, às vezes, painéis nos quartos ou salas, em que pregam pedaços de papel: cartas, instantâneos fotográficos, reproduções de pinturas, recortes de jornal, desenhos originais, cartões-postais. Em cada painel, todas as imagens pertencem a uma mesma linguagem e todas têm ali mais ou menos o mesmo grau de igualdade, por terem sido escolhidas de uma maneira extremamente pessoal, a fim de combinar com a experiência vivida pelo habitante do quarto, ou expressá-la. Pela lógica, estes painéis deveriam substituir museus.

Em uma primeira aproximação conceitual, os fotoblogs são esses painéis das experiências vividas constituindo-se como museus, ou como galerias de exposição (mostraçã) da contemporaneidade. Por meio deles torna-se possível que índices de qualidades (signos usados nos gestos, nos objetos, nos elementos da natureza, nas poses, nas paisagens) sejam postos em circulação e se reproduzam globalmente para serem julgados de fora, por outros. Por-

tanto, tais imagens fotográficas, de pessoas e coisas, giram em torno de relações sociais, e é em torno delas que possíveis qualidades inerentes (algum conteúdos em si) assumam significação.

Fotoblogs mantêm, nesses termos, uma certa correspondência pictórica, conforme estudada por Berger, uma vez que permite a transformação – mágica – do que se é por ser em o que se é por ser visto, compensando possíveis insuficiências diante do medo de nada ser, compondo, em processos de interação, identidades visualizadas (ou *ethicidades*, como veremos mais adiante!).

## 2.2 Quadros, molduras e moldurações

Considerada a arte dessa forma (como capacidade de fazer as coisas e as pessoas objetos do olhar, criando panoramas que agem sobre as relações sociais), somos orientados a interpretar uma imagem de modo diferente: “não no nível do que ela exhibe dentro dos limites da moldura, mas no nível das coisas a que ela se refere fora desses limites” (BERGER, 1999, p.89). Para Berger (1999, p.103), os quadros

não precisavam estimular a imaginação. Se tivessem de fazê-lo, teriam servido menos bem a seus propósitos. Seu objetivo não era o de transportar os espectadores-proprietários a **uma nova experiência**, mas de embelezar a **experiência que eles já possuíam** [...]. As aparências idealizadas que encontrava na pintura eram um auxílio, um apoio, à visão que ele tinha de si mesmo. [Grifo meu.]

Tomando o exemplo desenvolvido por Berger: estamos diante do quadro “Os embaixadores”, de Holbein (1497-1543), em que há dois homens e muitos objetos. Berger no pergunta: “Quais seriam as relações desses homens com o resto do mundo?”. Segundo ele, os objetos pintados têm a intenção de fornecer um certo número de informações sobre a posição social que os referentes pintados (ou mesmo os espectadores-proprietários, os donos do quadro) ocupam no mundo (BERGER, 1999, p.96).

O modo como propõe Berger dá a entender que existem dois níveis em que se opera a interpretação da imagem – dentro e fora do quadro. Para ele, o valor interpretativo está na interdependência entre essas duas dimensões, muito embora nos seja possível perceber um destaque às determinações objetivas da produção da obra em suas vinculações com as experiências concretas vividas pelos múltiplos sujeitos nela implicados (produtores, proprietários, referentes, os que olham). Isso, como veremos a seguir, corresponde aos conceitos relacionais

de quadro-limite e fora-de-quadro de Aumont (2004).

Com base nesses dois níveis, propomos a seguinte consideração: a significação da imagem resulta de operações interpretativas que são simultaneamente acionadas no nível das coisas a que ela se refere fora dos limites do quadro e a partir das coisas que são exibidas dentro dos limites do quadro. Nessa perspectiva, uma imagem (fotografia, pintura) não se realiza apenas naquilo que mostra como coisas em si mesmas (seus conteúdos), mas se realiza naquilo que, a partir das coisas mostradas, se pode ver através delas. Implicada na imagem e nos seus referentes está a relação com outros e com outras coisas fora dela, indicadas pela própria imagem ou não: quem a fez, onde a fez, em que circunstâncias a fez.

O entendimento de que implicada na imagem e nos seus referentes está a relação com outros e com outras coisas fora dela – indicadas pela própria imagem ou não (BERGER, 1999) – encontra-se conceitualmente sistematizado no estudo que Jacques Aumont (2004) realiza sobre pintura e cinema. Este autor procura desenvolver conceitos que dêem conta da inteligibilidade das imagens que estão colocadas em quadro, tornadas finitas por esse delimitador convencional e culturalmente instituído cuja manifestação mais corrente se dá na arte pictórica (o que comumente chamamos de pintura ou mesmo de quadro).

O autor considera o quadro a partir de distintos aspectos de suas operações. A primeira função é a que está relacionada à sua materialidade, à sua condição física, chamada de *moldura*, que, em suas múltiplas formas, modelos e condições materiais de apresentação, opera sempre na demarcação da obra. “O quadro-objeto tem sempre esse valor: ele rodeia a obra, fabrica um entorno para ela” (AUMONT, 2004, p.112).

Também como limite físico está o limite visual da imagem, que é onde ela objetivamente termina para a vista, ou seja, a borda da tela. A essa condição de limite do quadro, a que Aumont denomina de quadro-limite, está associada a função de regular a sua composição; é ela que vai fazer operar a fala da tela (pintura), o seu discurso. Em outras palavras, o quadro-limite faz operar um jogo de relações entre sua composição (centros visuais que compõem a tela pintada, constituídos de massas visuais, peso, dimensões) e o olho (sujeito-espectador) que a aprecia. A esse “ser-discurso” da tela pintada Aumont associa, funcionalmente, um fora-de-quadro:

O sentido, todos os sentidos possíveis de um quadro estão, a um só tempo, contidos na própria tela, e devem ser lidos a partir de seu lado de fora, o lado de fora mais radical possível, aquele onde nada mais da imagem existe [...]. Esse sentido não está aí por acaso: ele foi posto aí por um produtor, que, ele também, não está nunca na imagem [a não ser como representação]. A tela pintada, como enunciado e como significação, se produz e se lê a partir de

um espaço que não é o da ficção, mas um espaço discursivo, um fora-de-quadro. Tal operação, a instituição de um fora-de-quadro [à qual se associa do discurso do quadro-limite], é incontornável pela imagem figurativa (AUMONT, 2004, p.114).

Nessa associação funcional da realização discursiva da pintura nos limites da tela (quadro-limite) com o fora do quadro é que se realiza a objetividade da obra mediante efeitos de reconhecimento da imagem segundo convenções e padrões de visualidade social e culturalmente disponíveis, que se aplicam tanto à produção (modos de mostrar) quanto aos modos de olhar.

Aumont vai ainda mais longe. Nessa abertura do quadro a partir de uma vista – aquilo que é dado a ver (sua objetividade) – resultante de operações simultâneas do quadro objeto, quadro-limite/fora-de-quadro, estão implicadas indistintamente subjetividades, fantasmas, mundos imaginários “afinados aos nossos desejos” e, por isso, infinitos. Na medida em que o quadro direciona o olhar, terminando e detendo a imagem justamente para dá-la a ver, ele “inseparavelmente, enclausura o olhar, faz não ver” (AUMONT, 2004, p.114). Nessa operação simultânea de dar a ver e não dar a ver, o quadro propicia uma abertura “sobre a vista e o imaginário”, e cria, ao lado da não-ficção (espaço discursivo do quadro-limite/fora-de-quadro), a ficção, uma janela ilusória para o imaginário. A essa função ficcional do quadro Aumont chamou de quadro-janela.

A articulação desses conceitos – quadro-objeto, quadro-limite, cuja função se identifica com um fora-de-quadro, e quadro-janela – nos abre, conceitualmente, a possibilidade de colocar sob foco de análise o que está dentro e fora do quadro fotográfico e como emolduramos experiências vividas e criamos aparências idealizadas de experiências<sup>27</sup>.

Na perspectiva de Berger, nos remetemos ao reconhecimento das experiências vividas fora da moldura; ele nos leva a refletir sobre a relação entre a representação de coisas e pessoas (e suas condições sociais) como aparências idealizadas de experiências vividas, e sua conformidade a um sistema de convenções (portanto, social e culturalmente composto) específico para representar o visível.

Na perspectiva de Aumont, nos remetemos à dupla transcendência dos limites da borda, simultaneamente para o não-ficcional e para o ficcional (abertura para o imaginário).

Com base nessa reflexão conceitual sobre o quadro de Aumont, buscamos criar condições de análise dos fotoblogs por meio de movimentos reflexivos que não se limitam a tratar

---

<sup>27</sup> Essas *aparências idealizadas de experiências*, uma vez associadas à força organizadora de programas de um aparelho-provedor (nesse caso, o Uol fotoblog) assumem, ao nosso ver, o sentido de *acontecimento*.

dicotomicamente o fora e o dentro do quadro, os imaginários e as experiências concretas, a ficção e a não-ficção, o objetivo e o subjetivo das imagens. Buscamos tratar essas dimensões de forma dialógica, sendo a objetividade do quadro-objeto, que estamos chamando de *moldura*, o terreno de realização dessas tensões dialógicas.

Nessa perspectiva, à medida que somos levados a reconhecer os materiais fotográficos disponibilizados nos fotoblogs como painéis digitais de aparências de experiências vividas, instituídas pela sobreposição múltipla e irregular de molduras, passa a assumir relevância, na análise desses painéis, o reconhecimento dos modos como se constituem essas fronteiras moldurais.

Seguindo o pensamento de Kilpp (2003), avançamos no entendimento de moldura não apenas como dimensão constitutiva da materialidade dos quadros visuais (ao moldurar produzimos quadros e, em nosso caso, painéis fotográficos) – uma vez que ela não opera apenas como delimitador do que é levado à vista ou como circunstância que demarca o encontro entre distintas formas e superfícies –, mas como capacidade de implicar sobre as partes separadas diferentes sentidos, autonomizando-as e, portanto, como um enquadramento do olhar fundado na relação entre o dentro e o fora. A análise da composição moldural dos painéis, portanto, nos remete não apenas a sua constituição formal, mas aos processos de significação que se realizam nessa sua materialidade.

Com o propósito de tornar a noção de moldura a uma categoria descritivo-analisadora das ethicidades digitais, tomaremos como ponto de partida o entendimento de sistematizado por Kilpp (2003, p.37) em quatro situações, descritas a seguir.

Situação primeira. Penso como molduras os confins instaurados pelo encontro de duas ou mais superfícies ou formas diferentes, confins esses que produzem uma ilusão de bordas que atuam como se fossem filtros de parte a parte, e que implicam novos sentidos sobre as partes (superfícies ou formas). Situação segunda. Tendo a empregar uma única palavra – moldura – para designar o que, nas janelas, se chama na verdade marco, batente e especialmente, guarnição. Essa idiosincrasia se deve ao fato de me importar menos a materialidade da moldura e mais a circunstância de ela instituir um limiar à paisagem.

Situação terceira. Penso que as janelas molduram porções de paisagens, casuais ou intencionadas – internas e externas, dependendo da posição relativa do observador –, enunciando certos sentidos éticos e estéticos que serão agenciados pelo observador.

Situação quarta. Penso no corpo do expectador como moldura, pois, se a percepção das imagens se dá por seu reconhecimento ou por associação delas a imagens preexistentes na memória, como diz Bergson (1999), é nos atravessamentos dos corpos-moldura que se produzem sentidos – uma certa montagem das imagens e das molduras, uma experiência singular delas.

Assim, moldura se define pela capacidade de instituir sobre as paisagens limiares significativos, ou seja, partes dotadas de sentidos éticos e estéticos, sendo essa capacidade relativa às historicidades dos sujeitos (corpos-molduras – experiências dos sujeitos socioculturalmente constituídos). É, em última análise, a condição objetiva de atualização de subjetividades construídas midiaticamente.

Partindo desse conceito geral, estamos entendendo por moldura toda e qualquer forma/conteúdo sígnico (audiovisual) que se realiza na capacidade ou força de demarcação de espaços ou circunstâncias (que Kilpp denomina de moldura-ambiência) de realização de conteúdos significativos; por molduração entendemos o exercício (intencionalidades) dessa capacidade de produzir e promover signos de contenção de signos. Semioticamente, moldura é um signo de contenção de signos. Do ponto de vista da análise dos processos comunicacionais, a noção de moldura pode nos revelar tanto as realidades que nela se quer conter e nos dar a perceber e saber como *moldurado*, quanto as realidades que dela foram excluídas – e que podem revelar outras molduras. A realidade comunicacional, nessa perspectiva, constitui-se de uma infinita sobreposição de molduras.

Trazida para nosso contexto de análise, moldura é um demarcador de ambiências de significação cuja materialidade infográfica<sup>28</sup> assume variadas formas, texturas, volume, cores, movimentos, sonoridades. Por meio dessas materialidades infográficas são enunciados sentidos identitários (subjetividades) que, por sua vez, são agenciados no interior de processos digitais de produção e de recepção – processos de construção intelectual para se fazer visto e construir um ponto de vista (KILPP apud CELARO e CELARO, 2006, p.153). No caso do UOL fotoblog, entendido como um programa-de-serviço emoldurado pela empresa midiática UOL, temos aí uma ambiência de significação em que operam forças técnico-simbólicas que entendemos como dinamizadoras de uma ethicidade específica. Tal *ethicidade* se faz visível, se realiza mediante paisagens que emergem na tela do computador, uma coleção de imagens fotográficas digitais (ou infográficas) constituída a partir de múltiplos acionamentos moldurais sobrepostos, que estamos denominando de *painéis fotográficos digitais*.

### **2.3 Aparelhos, gesto fotográfico e painéis fotográficos digitais como molduramentos infográficos (pós-fotográficos)**

Para chegar à análise da composição moldural dos painéis fotográficos digitais, faz-se

---

<sup>28</sup> Ou virtualidades, no sentido empregado por Kilpp (2003).

necessário tratar das noções de aparelho/programa, gesto fotográfico e molduramentos infográficos. A partir deles teremos condições de, mais adiante, apresentar uma caracterização dos fotoblogs como painéis digitais.

Tecnicamente, no contexto das mídias digitais, uma moldura é uma representação infográfica, manifesta/expresa visualmente em imagens ou texto, que ocupa um espaço digital acessado sob forma de endereço eletrônico. Compõe uma ethicidade digital cuja ambiência se constitui como propriedade, produtora de programa-de-serviços, disponíveis no mercado midiático mediante contratos legais.

De modo geral, nos fotoblogs vemos disponibilizadas imagens fotográficas digitalizadas, resultantes de relações entre dispositivos/aparelhos fotográficos e sujeitos (fotógrafo e fotografados) – operações que Flusser explicou pela noção de “gesto fotográfico”<sup>29</sup>. A noção de “gesto fotográfico”, tal como aplicamos neste trabalho, refere-se aos procedimentos fotográficos físico-analógicos (propriamente fotográficos); dela derivará a noção de “gesto infográfico” para se referir, como veremos mais adiante, aos mesmos “jogos” entre sujeito e aparelho, porém implicados nos procedimentos pós-fotográficos.

Nessa discussão está, portanto, o tratamento da tensão que, segundo Flusser (2002), se estabelece entre o que está programado no aparelho fotográfico, a ação subjetiva do fotógrafo e a relação deste com o acontecimento fotografado. Para o autor, compreender o gesto fotográfico exige uma decifração, um desmascaramento dos processos de produção de imagem fotográfica, por meio de uma descrição de como se apresentam os automatismos fotográficos e as intenções humanas implicadas na produção de imagens.

### *2.3.1 Aparelho, programa e o gesto fotográfico em Flusser*

Partimos da perspectiva de que uma imagem fotográfica é reveladora de pontos de vista, de modos de ser, de mentalidades e sensibilidades; tanto é reveladora daquilo que mostra como coisas contidas em suas superfícies (seus conteúdos) quanto é reveladora daquilo que, a partir das coisas mostradas, se pode ver através delas. No entanto, essa sua força epistemológica – reveladora da nossa condição cultural, social, política e ética – realiza-se, sobretudo, por meio da sua condição técnica (por isso a necessidade, segundo Flusser, de uma filosofia *da caixa preta*). Implicada na constituição dessa imagem *técnica* está o *gesto fotográfico*: as

---

<sup>29</sup> Conforme definido por Flusser, o gesto fotográfico define-se pela relação entre dispositivos e fotógrafos-fotografados e que, ao longo deste trabalho, vamos assumir sob a denominação de “gesto fotográfico clássico”, para diferenciá-lo do “gesto infográfico” que se realiza nos painéis digitais, portanto, sob condições infográficas.

relações constituídas pela mediação de *aparelhos* e *programas* que a fazem nascer.

Considerado por Flusser o modelo para todos os aparelhos da atualidade, o aparelho fotográfico exerce a atividade de produzir, armazenar e manipular os símbolos. O que caracteriza o aparelho é o fato de estar programado, e as fotografias são realizações de algumas das potencialidades inscritas no aparelho. O fotógrafo é o *funcionário* que não apenas joga *com* o aparelho, mas *contra* ele, procurando esgotar o programa nele inscrito. Para Flusser, o sujeito encontra-se dentro do aparelho: sujeito e aparelho se confundem.

A cada fotografia realizada, o número de potencialidades diminui e o universo fotográfico se realiza. “o fotógrafo age em prol do esgotamento do programa e em prol da realização do universo fotográfico” (FLUSSER, 2002, p.23). É como em um jogo de xadrez: procura-se um lance “novo” a fim de realizar uma das virtualidades ocultas no programa do jogo. A competência do aparelho precisa ser superior à do funcionário para não se esgotar. O aparelho fotográfico deve ser superior, em número de fotografias, à competência do fotógrafo.

A competência do aparelho precisa ser superior a do funcionário para não se esgotar. O aparelho fotográfico deve ser superior, em número de fotografias, à competência do fotógrafo.

Um sistema baseado nessa relação entre aparelho, programa e sujeito pode ser chamado de caixa preta. O fotógrafo domina a pretidão da caixa, pois conhece o que pode ser levado para seu interior e o que dela pode resultar como produto, mas não sabe o que se passa dentro dela e por isso é dominado. Nesses termos, o “funcionário domina o aparelho que o domina” (FLUSSER, 2002, p. 25) – essa é a característica de todo funcionamento de aparelhos. Um aparelho é um brinquedo complexo que jamais poderá ser inteiramente esclarecido.

Aparelhos são caixas pretas que simulam o pensamento humano, graças a teorias científicas, as quais, como o pensamento humano, permutam símbolos contidos em sua ‘memória’, em seu programa. Caixas pretas que brincam de pensar (FLUSSER, 2002, p. 28)

O autor usa o exemplo anacrônico da língua (anacrônico pois a língua não pode ser considerada um *aparelho*). O funcionário (escritor) do aparelho (língua) brinca com símbolos contidos no programa (palavras). Assim, vai esgotando as possibilidades do programa e enriquecendo o universo lingüístico (literatura).

O aparelho fotográfico está programado para produzir fotos automaticamente – segundo o que está programado em sua dimensão física (dura – *hardware*, equivalente ao dispositivo) – ao mesmo tempo em que é programado para permitir que o fotógrafo faça fotografias –

o programado em sua dimensão simbólica, interpretativo-criativa, resultado da imaginação do fotógrafo (mole – *software*). Assim, desde o *hardware*, ele emancipa o fotógrafo do trabalho e o libera para o jogo. O aspecto instrumental dá lugar ao aspecto “brinquedo”, ao jogo criativo. Dito de outro modo, o fotógrafo faz funcionar o aparelho segundo seu programa (*hardware*) – “Funcionar é permutar símbolos programados” (FLUSSER, 2002, p.25) –, e nessa operação instrumental liberta-se para o jogo (*software*) onde pode realizar-se como sujeito criativo.

Os dois programas se co-implicam, mas o que torna um aparelho brinquedo é seu aspecto mole, o *software*: “É o aspecto mole e simbólico o verdadeiro portador de valor no mundo pós-industrial dos aparelhos. Transvalorização de valores; não é o objeto, mas o símbolo que vale” (FLUSSER, 2002, p.27).

Esse é um jogo hierarquicamente estruturado: o fotógrafo exerce poder sobre quem vê as fotografias; o aparelho exerce poder sobre o fotógrafo, e assim sucessivamente. Para o autor, essa é a definição de “sociedade informática” e “imperialismo pós-industrial”. “O poder passou do proprietário para o programador de sistemas. Quem possui o aparelho não exerce o poder, mas quem programa e quem realiza o programa” (FLUSSER, 2002, p. 27).

Não pode haver um “último aparelho” ou um “aparelho de todos os programas”. Todo programa exige metaprograma para ser programado. A hierarquia dos programas está aberta para cima. Assim, os programadores de um programa agem para um metaprograma. Os proprietários de um aparelho também não podem utilizá-lo em função dos seus próprios interesses. Eles o fazem em função dos interesses da fábrica, e esta em função dos interesses do parque industrial e assim sucessivamente até o infinito. “O decisivo em relação aos aparelhos não é quem os possui, mas quem esgota o seu programa” (FLUSSER, 2002, p. 27).

O fotógrafo, segundo Flusser, é o sujeito que realiza um movimento de caça, em uma selva de objetos culturais. Disparar o obturador é dar o tiro do caçador. No entanto, a escolha da caça não depende exclusivamente das intenções do caçador; a escolha da caça é *programada*, uma vez que está limitada pelas categorias inscritas no *aparelho*.

O gesto fotográfico é “jogo” com essas categorias do aparelho que estão inscritas nele e podem ser manipuladas pelo fotógrafo, segundo suas intenções. O fotógrafo busca apropriar-se das intenções do aparelho (o que está programado nele) para submeter-lhe às suas intenções. O aparelho apropria-se das intenções do fotógrafo buscando desviá-las para os propósitos nele programados. Daí resulta o gesto de fotografar como processo de produção de fotografias.

As intenções determinadas no aparelho vedam ao fotógrafo a visão da caça. Assim, ao fotografar ele avança contra as intenções da sua cultura e dribla as intenções escondidas nos

objetos. Nessa perspectiva, a fotografia nos revela, no seu deciframento, o deciframento das condições culturais dribladas no gesto de fotografar; o que transparece na fotografia não são as condições culturais “tomadas”, mas as categorias do aparelho por meio das quais foram “tomadas”.

O gesto fotográfico (como um gesto técnico) resulta, portanto, da relação entre a imaginação do fotógrafo e manipulação do aparelho. Esse gesto, que se objetiva no disparo do obturador, visa “produzir imagens jamais vistas [...] estabelecer situações inéditas”. Mais no interior do aparelho (regiões inexploradas) e menos no seu lado de fora. Essas situações “jamais vistas” ou “inéditas” só serão reais quando aparecerem na fotografia. O gesto fotográfico permite a transcodificação das intenções de caça (do fotógrafo nos limites do aparelho) em conceitos para, depois, magicizá-los, ou seja, transcodificá-los em imagens, fotografias. As fotografias são essas mensagens que articulam ambas as intenções codificadoras do aparelho e do fotógrafo. A fotografia é a realidade magicizada.

O gesto fotográfico operado pelo fotógrafo envolve dúvidas e decisões, uma vez que “toda situação está cercada de numerosos pontos de vista equivalentes” programados na estrutura fundante do aparelho. Envolve seleção de critérios estéticos, políticos, epistemológicos, éticos, e esses critérios são aparentemente alheios ao aparelho, mas também são programados nele.

Os painéis fotográficos nos revelam não apenas esses aspectos sociais e culturais e as experiências das subjetividades capturadas fotograficamente; revelam-nos as condições sob as quais foram capturados, condições essas inscritas em aparelhos e programas que os fazem operar. Por isso a importância de tomar os painéis em sua constituição técnica (moldural), como mimese do gesto fotográfico de que nos fala Flusser: ao *portal* provedor de internet, como uma “fábrica” no sistema industrial midiático, corresponde a dimensão estrutural do *aparelho*; este constitui-se, desde fora, por *metaprogramas* (macromolduras, relativas aos negócios dessa indústria midiática) que programam outros programas que se realizam como produto em forma de serviços, que denominamos de programa-de-serviço.

Assim, nos direcionamos para o interior de distintos níveis moldurais que fazem conter os interesses da fábrica (replicam programáveis).

Um desses programáveis é o programa de serviço fotográfico que no ambiente da “fábrica” UOL denomina-se UOL fotoblogs.

Por meio do estudo do gesto fotográfico, desenvolvemos essa viagem para o interior desse programa-de-serviço específico.

### 2.3.2 Painéis fotográficos digitais e gesto infográfico

Vemos o gesto fotográfico – como jogo produtor de realidades magicizadas – associado à gênese dos painéis fotográficos digitais, tanto porque dele resultam a produção das fotografias (imagens técnicas) que serão molduradas nos painéis fotográficos digitais, quanto porque vemos, nesses processos de emolduramento (infográficos), mimeticamente reproduzido nesse jogo entre usuário-produtor e o programa-de-serviço inscrito no aparelho-provedor.

No primeiro caso, os procedimentos criativo-produtivos estão diretamente associados ao gesto fotográfico (jogo entre dispositivos/aparelhos fotográficos e sujeitos fotógrafos e fotografados). Aqui a gênese da imagem fotográfica é extramoldural (produzida fora da ambiência da *web*), marcada pela experiência fotográfica de um sujeito produtor em relação com seus referentes, em que se evidencia a autoria fotográfica. Apenas em um segundo movimento é que essas fotografias serão molduradas pelo programa-de-serviço, por meio de processo de digitalização e transferência de arquivos, tanto no caso de terem sido obtidas por dispositivos fotográficos analógico quanto digitais.

Uma vez que a fotografia é conduzida para o espaço dos programas-de-serviço de um provedor – nesse caso, um fotoblog –, mimetiza-se o gesto fotográfico por meio de procedimentos criativo-produtivos, não mais mediados por um aparelho fotográfico, mas que põem em jogo o usuário-produtor e o programa-de-serviço inscrito no aparelho-provedor – nesse processo de produção de painéis vemos operando o que denominaremos de *gesto infográfico*.

Nesse contexto específico de produção pós-fotográfica de painéis vemos a realização dessa condição infográfica: coleções de imagens (cartazes e desenhos) são encaminhadas para o interior do programa-de-serviço, por meio de outros dispositivos digitalizadores, como escaneres, por exemplo. Nesse caso, os procedimentos criativo-produtivos não estão diretamente mediados por um aparelho fotográfico. Igualmente pode ocorrer de as imagens serem diretamente obtidas do interior das macromolduras digitais (banco de imagens), com ou sem reconhecimento de autoria (sem sujeito criador), por meio de operações ligadas a programas informacionais e computacionais, e não a programas de aparelhos fotográficos. De qualquer modo, vemos constituir os painéis por meio de jogos semelhantes entre dispositivos, aparelhos e programa que realizam, na relação com o usuário-produtor (equivalente do fotógrafo), o *gesto infográfico* e instauram processos de *moldurações digitais (infográficas)*.

Daí a pertinência do conceito de natureza *infográfica*, adotado por Santaella, para fazer referência a essa condição pós-fotográfica (já tratada por nós no capítulo 1), em que os materiais visuais são digitalmente constituídos e que apenas sob essas condições podem ser

emoldurados nos painéis fotográficos, mediante diferentes dispositivos e programas-de-serviço (*gesto infográfico*), processo que vamos denominar, daqui para frente, de molduração infográfica.

Em ambos os casos (imagens produzidas fora ou dentro de molduras infográficas), independentemente do dispositivo técnico que está na gênese do processo criativo imagético – câmaras analógicas, digitais, computadores, escaneres –, cremos que as imagens, uma vez molduradas como painéis fotográficos digitais, levadas ou geradas a partir de processos pós-fotográficos, seguem implicadas pelo olhar fotográfico. Nessa medida, constituem-se simbolicamente como *fotografias*, pois operam como se fosse fotografias – operam sob condição de mimese fotográfica.

Vamos entender aqui, como veremos a seguir, que essa mimese pode resultar tanto do gesto fotográfico – em que fotógrafo e usuário-produtor dos painéis aparecem indissociados no jogo que estabelecem – quanto daqueles em que o gesto fotográfico se mimetiza infograficamente – realizado-se exclusivamente na constituição dos painéis e exigindo uma idéia do fotográfico, idéia essa que denominamos anteriormente de fotografia simbólica, ou seja, uma moldura infográfica (pós-fotográfica) que representa, simbolicamente, a fotografia.

Passamos agora a definir uma metodologia de análise dessa fotografia simbólica que se realiza por meio das molduras infográficas.

#### **2.4 Fundamentos semióticos para a proposição de uma tipologia de análise dos molduramentos infográficos**

Neste estudo, nosso interesse não recai sobre a fotografia como um objeto em si. Nos interessamos por analisá-la em processo de uso, constituinte do contexto dos fotoblogs. Nessa perspectiva semiótica, tomamos as reflexões sobre funções sígnicas (indicial, icônica e simbólica) da fotografia (SCHAEFFER, 2006, e LEFEBVRE<sup>30</sup>, s.d 1, s.d.2) para definir referências de análise e de classificação dos nossos materiais de pesquisa.

Ambos os autores inspiram-se nas reflexões de Charles S. Peirce sobre o poder do signo em determinar um efeito, uma consequência, que vem assegurar semioticamente a relação do signo ao seu objeto. Existem, segundo ele, três modos de conhecer o objeto por meio de suas ligações com os signos,

---

<sup>30</sup> Martin Lefebvre, “La photo, l’indice, et le vague” (material fotocopiado, s.d.2). Ver também: “Cet n’est pas une pipe(rie): bref propos sur la semiotique et l’art de Magritte” (s.d. 1).

Seja através de uma qualidade; através de uma ligação existencial; ou através do modo como um objeto, uma vez semiotizado, determina sua interpretação. No primeiro caso nós temos o ícone, no segundo o índice e no terceiro o símbolo (PEIRCE apud LEFEBVRE, 2006, p.1).

Tomando *A imagem precária*, de Jean-Marie Schaeffer (1996), avançamos na discussão sobre o estatuto da fotografia. O autor, dialogando com Eco, Barthes, Vanlier, Dubois, nos apresenta o dilema colocado na discussão sobre o signo fotográfico: de um lado a imagem fotográfica é apresentada como impressão natural (impressão real de um corpo real – que não obedece a um código, portanto não pode ser signo), e de outro lado a imagem fotográfica é entendida como ícone codificado e, neste caso, como toda imagem, a fotografia obedeceria a um código icônico culturalmente determinado e “trata-se, portanto, de um signo”.

Na visão pragmática, defendida pelo autor, tal dilema é desfeito (entre impressão natural e ícone codificado): “pode-se dizer que a imagem fotográfica é um signo, sem ter que postular que é [culturalmente] codificada” (SCHAEFFER, 1996, p.29). Discutindo as tensões entre a função indicial e a função icônica da fotografia, o autor conclui: a fotografia é uma arte paradoxal, é “imagem do tempo [que] alia em uma só expressão o ícone e o índice, construindo, pelo menos em filigrana, a indissociabilidade do espaço do ícone e tempo de índice” (SCHAEFFER, 1996, p.43). Martin Lefebvre, em “La photo, l’indice, et le vague”, segue raciocínio semelhante, discutindo a tensão entre as funções indicial, icônica e simbólica da foto; aponta, porém, para uma distinção entre sua concepção de semiose e a adotada por Schaeffer. Segundo Lefebvre, não é possível limitar as operações sógnicas da fotografia a apenas uma de suas dimensões (a sua natureza indicial ou icônica). Ao reduzir a fotografia à função indicial se estaria, segundo Lefebvre, perdendo o aporte potencial da fotografia para o conhecimento do mundo. Por isso, para esse autor, a semiose deve estar fundada em uma lógica pragmática dos usos e da semiotização, e não na natureza do meio. “Evidentemente quando alguém fala da foto como índice se tem em mente a relação entre a foto e o objeto fotografado... tal relação existe segundo a qual a foto é sempre um signo indicial em potencial” (s.d.2, p.08), aberta à semiotização, o que, segundo Schaeffer, não acontece quando se interpreta – simboliza-se – uma fotografia, pois essa função simbólica de uma foto não é especificamente fotográfica.

Quanto ao caráter simbólico eventual que certos objetos imprimem, depende de idiosincrasias pessoais e culturais do receptor e não são inerentes as coisas ou estados que se fazem presentes enquanto índices analógicos (s.d.2, p.5).

Já Lefebvre questiona se a foto, no seu papel de índice, seria capaz de evitar a indeterminação e a vaguidade. Ele não nega que a relação que liga existencialmente a foto ao mundo (coisas ou pessoas) faz dela, sempre, aliás como qualquer outro objeto, um signo indicial em potencial. No entanto, nessa relação há sempre uma indeterminação, algo vago, para além da evidência mesma: um lugar para a qualificação e a interpretação – o que permite conhecer o mundo (produzir interpretantes) – que se dá em função dessa relação entre a foto e o objeto fotografado.

Para Lefebvre, a necessidade de uma legenda ou de comentários associado a fotos, como um índice suplementar, é prova de uma certa vaguidade da foto na determinação do seu objeto. Assim, a foto como índice daquilo que está colocado diante da câmera não constitui, em si, uma proposição verdadeira. Ela necessita, conseqüentemente, de uma interpretação, de uma leitura.

A representação fotográfica reduz a diversidade do mundo a um único campo visual, mas essa semelhança freqüentemente necessita de uma ou várias reduções suplementares. O que faz a fotografia-índice como ferramenta de conhecimento do mundo é oferecer a seu espectador um contexto de uso para representações proposicionais gerais (“isto é uma árvore”, “este é um casal que se abraça”), contexto graça ao qual as proposições se particularizam de modo a determinar mais adiante o objeto da foto (LEFEBVRE, s.d.2, p.15)

Assim conclui Lefebvre: “a fotografia não é *em si* um índice. Ela pode evidentemente vir a ser, mas isso depende do *uso* ao qual alguém a submete” (s.d.2, p.3). Ela exerce a função de índice quando indica, por exemplo, um tipo de foco; de um tipo de máquina, de um tipo de película, um tipo de estilo fotográfico; um certo ponto de vista; de coisas ou sujeitos presentes ou ausentes. Mas a mesma fotografia também pode ter funções icônicas e simbólicas, por exemplo:

A foto do presidente nos escritórios do governo federal; neste caso a fotografia simboliza uma nação, “um símbolo que reproduz um símbolo”. A foto não serve apenas para indicar que existe ou existiu um certo indivíduo verdadeiramente (ligação existencial a um evento singular). Outro exemplo: a foto da jovem vietnamita Kim Phuc, correndo numa estrada sob o bombardeio americano em 8 de junho de 1972. “Não se pode negar a dimensão indicial desta foto, o modo como ela está ligada existencialmente a um evento singular, ou mesmo a uma pessoa – a jovem Kim Phuc – mas devemos levar em conta que seu uso como ferramenta de conhecimento tem largamente ultrapassado/avançado esta sua singularidade e isto, não em virtude de seus aspectos icônicos ou indiciais, *mas somente em virtude do fato de sua interpretação, ou seja em virtude de sua simbolicidade*; uma interpretação fundada em concepções (conceitos?), ou seja, sobre este tipo de *acidente* que chamamos cultura. A foto em questão tem assim deixado em maus lençóis a administração americana, pois não se vê a imagem de um incidente único,

mas uma imagem *generalizada* da intervenção americana no sudeste asiático, e se pode dizer que ela jogou um papel importante não negligenciável na retirada das forças americanas meses mais tarde (s.d.2, p. 4).

Ao destacarmos, analiticamente, marcas de ação de uma dimensão sógnica do objeto fotográfico digital, deve-se sempre ter em mente que essa dada dimensão é, em si mesma, inexistente. No caso, os ícones (ou qualquer uma de suas dimensões sógnicas – índice ou símbolo) só operam suas funções implicados na totalidade do processo sógnico comunicativo, e “reservam” para outros signos a determinação de significados. Em outras palavras, os ícones, muito embora estejam associados a qualidades, a sentimento e a imaginação, não produzem sentido a partir de puras deliberações mentais: só se realizam na articulação com a realidade da existência (índices) e com as convenções socioculturais (a representação simbólica das coisas vividas e sentidas, o que se concebe como conhecimento, pensamento ou cultura). O mesmo vale para os índices, que, como vimos, oferecem a seu espectador um contexto de uso representacional, portanto, igualmente abertos à interpretação segundo parâmetros culturais.

No entanto, devemos lembrar, essa dupla determinação icônico-indicial aberta à interpretação (simbolização) está contemporaneamente sob essa nova matriz imagética, que Santaella (2003, 2005) denomina de infográfica. Aí vemos tecnicamente dissolverem-se os atributos clássicos da autoridade fotográfica de representação do real, quais sejam, a iconicidade e a indicialidade. Aquilo que se vê em uma foto, agora, na era digital, pode ser que nunca tenha existido. Não há referente real que se pareça com o que se vê; o referente não indica nenhum sujeito, nem tempo, nem espaço que um dia tenha existido senão virtualmente.

Mesmo assim, os fotoblogs, nos seus modos de uso das fotos, parecem preservar sua competência indicial e analógica, como se lhes fossem naturais, sustentando tanto uma crença na realidade da fotografia (preserva-se a idéia do “ver para crer”) quanto uma crença pura nelas mesmas (simplesmente “crer no que vê”). Temos aí “formas sutis de hibridização”: simulações computacionais e imagens fotográficas apresentam-se como imitação do fotográfico indicial, em que as imagens digitais extraem sua legitimidade dessa imitação da função sógnica do fotográfico, que deverá permanecer como contraponto de segurança na leitura das imagens no contexto dos painéis fotográficos digitais.

Esse tipo de produção fotográfica pode estar baseado no conhecimento sobre a ação da luz refletida por um objeto particular, mas não é causada por ela [ou seja, não tem relação com o objeto em si – é apenas “baseado no objeto”]. Isso trouxe um impacto dramático para a noção de causalidade fotográfica, a saber, a noção de que fotografias são causadas pelos objetos e pelas luzes que fazem esses objetos visíveis. Muda com isso o referente dessas fo-

tografias, que não é mais um objeto visível, mas sim o conhecimento do processo físico envolvido, mais o conhecimento da geometria dos objetos, ambos somados ao conhecimento de como traduzir esse processo físico em algoritmos. Trata-se, portanto, de um referente triplamente simbólico, para usarmos a terminologia peirceana, que coloca em crise a clássica hegemonia indicial da fotografia. Por isso mesmo, um tal tipo de fotografia refere-se a outras fotografias, tanto no sentido de que as imita, como também no sentido de que internalizou os procedimentos que as tornam possíveis (SANTAELLA, 2003, p.141-142).

Segundo a autora, isso não significa:

que fotos tiradas com o olho da câmera apontado para o mundo com seus resultados impressos na página não tenham mais a mesma importância cultural que sempre tiveram... Assim como aconteceu com a pintura na era da fotografia, com o cinema na era da televisão e do vídeo, e com o telefone na era da internet, as antigas formas continuam, mas são reposicionadas em relação às novas. É assim que devemos pensar a fotografia na era da imagem eletrônica (SANTAELLA, 2003, p.141).

Penso que essa necessidade apontada pela autora, de a fotografia digital (diante da sua falência indicial) ter de se referir a outras fotografias, “tanto no sentido de que as imita, como também no sentido de que internalizou os procedimentos para a sua produção” (conhecimento dos processos físicos envolvidos), está na base de um reposicionamento (como diz a autora), que coloca as antigas formas (a fotografia tradicional) em uma posição de referência normativa. Essas antigas formas instauram uma espécie de “senso de uso” que baliza produtores e leitores diante das imagens sem nenhuma indicialidade – “qual vertigem de luz” que passeia “fantasmaticamente, sem peso e matéria, pelo fluxo eletrônico” (SANTAELLA, 2003, p.141)

Essa posição de referência normativa, que as antigas formas de imagem ocupam com relação às novas, é possível graças às continuidades dos códigos fotográficos que se estabelecem, segundo Santaella, entre as imagens pictóricas, as fotográficas e agora as fotografias digitais:

As simulações computacionais, na mimese fotográfica que as inspira, extraem a motivação para a geração de muitas de suas imagens do fato de que estas podem carregar a autoridade e a informação de uma imagem fotográfica indicial. Isto é inevitável pelo simples fato de que a continuidade dos códigos fotográficos, na passagem da produção química para a digital, é bastante forte [...].

As simulações computacionais da fotografia compactuam com as visões dos pintores da renascença. Tantos estes quanto os fotógrafos, e agora as simulações computacionais, constroem visões do mundo físico centradas no olho do espectador a partir de uma posição dada, e assim o fazem através da organização da informação sobre objetos, espaços e o comportamento da luz

que resulta da observação de dados e de sua sistematização conceitual rigorosa (SANTAELLA, 2003, p.142).

Entendemos que esse *continuum* das formas antigas compõe um senso de uso fotográfico conformador de um ambiente de confiança diante da total fluidez da infografia. Ou seja, mesmo sabendo que aquilo que se vê em uma foto, na era digital, pode ser que nunca tenha existido, acabamos confiando que aquilo que se vê é o que de fato se apresenta, pelo olhar fotográfico que se preserva nesse processo mimético.

Essa força simbólica do objeto fotográfico baliza nossas percepções, regula nosso *sensorium*, fecha nosso olhar diante daquilo que, infograficamente, pode ser tudo, e nos faz ver apenas “fotografias”. Preserva-se, assim, um modo de ver, originalmente fotográfico, que está na base do funcionamento dos painéis fotográficos digitais.

Uma vez reconhecidas as possibilidades de significação associadas aos objetos fotográficos (e, mimeticamente, associadas aos objetos infográficos), nos voltamos aos painéis fotográficos digitais, dividindo-os em três grupos, segundo a predominância de uma dada funcionalidade signica, indicial ou icônica. Estes três tipos ideais de painéis fotográficos serão apresentados quando descrevermos, no âmbito do funcionamento das molduras internas dos fotoblogs, as molduras funcionais dos fotoblogs.

Nessa busca por compreender as operações de significação geradas pelas fotografias e imagens digitais nos painéis fotográficos na internet, seguimos as reflexões de Lefebvre e mantivemos presente o entendimento de que o objeto infográfico se constitui no tensionamento icônico-indicial e, desde aí, faz solicitar a sua interpretação, inserindo-se no mundo simbólico – dos entendimentos social e culturalmente partilhados.

## **2.5 Aparelho-provedor e programa-de-serviço: a composição moldural do UOL fotoblog como espaço de realização da tensão entre programa e imaginação**

Passamos agora a apresentar uma definição geral de fotoblog, aportado nessa rede de conceitos tratadas anteriormente.

Os fotoblogs são uma coleção de quadros infográficos, que estamos denominando de painéis fotográficos digitais. Os painéis são digitalmente constituídos, e apenas sob essas condições é que podem se realizar. Pautados pelo paradigma imagético pós-fotográfico (Santaella, 2005), resultam do *gesto infográfico* em que operam diferentes dispositivos e programas-de-serviço, processos que estamos chamando de *molduração infográfica*.

Estamos assumindo que as imagens resultantes de processos pós-fotográficos operam sob condição de mimese fotográfica, como se fossem fotografias: seguem implicadas pelo olhar fotográfico e, daí, se constituem simbolicamente como fotografias. Dessa *idéia* de fotográfico é que se nutrem de significação os painéis fotográficos digitais.

Nesses termos, implicados na gênese do gesto infográfico, tanto podem estar o gesto fotográfico clássico (tratado por Flusser), levado tecnicamente à condição infográfica, quanto procedimentos puramente infográficos. Em ambos os casos, sua constituição retira da idéia do fotográfico (sua representação simbólica) a sua condição de existir como imagem.

Quanto ao painéis fotográficos digitais, constituem-se de emolduramentos de imagens sintéticas (conforme descrito no capítulo 1) materializadas visualmente em feixes luminosos na tela de um computador. Seu suporte, portanto, resulta da associação entre um computador e uma tela de vídeo, mediados por operações abstratas de programas informáticos disponibilizados por aparelhos-provedores de internet.

O seu armazenamento se dá por meio de um espaço de memória em um (ou vários) computador remoto, cuja dimensão física é medida abstratamente por meio de unidades de *bytes*; esse espaço é adquirido mediante contrato legal (com custo ou sem custo) entre sujeitos individuais e aparelho-provedor de internet.

A reprodutibilidade dos painéis – entendida como capacidade de preservação e de extensão das suas condições de existir – está associada à amplitude de sua visibilidade, o que depende das condições técnicas, indissociadas de armazenagem e transmissão.

Nesses termos, “acessar” nada mais é que do que disparar conexões entre indivíduos, situados na rede global de computadores, para o trânsito de dados *armazenados*. Acessar é uma operação de acionamento de programas informáticos que sincronizam transmissão e armazenagem de dados entre computadores – indentidades (IPs) eletrônicas – ligados às redes infográficas – rede de computadores. Tais acionamentos são operações individuais, mas podem ser realizadas por muitos indivíduos ao mesmo tempo, e em qualquer lugar no globo, desde que se esteja conectado a um dispositivo eletrônico (computador, radio, televisão, telefone) dotado desses programas de acionamento.

As imagens que compõem os painéis derivam de uma imagem-matriz (digital ou mesmo analógica) que, uma vez comutada – tornada abstrata – será uma imagem em perpétua metamorfose: sempre suscetível aos jogos experimentais entre sujeito e possibilidades dos programas informáticos.

O agente produtor dos painéis é um programador cuja perícia se realiza na interação com os “poderes da inteligência artificial” (programadores que operam no âmbito dos aparel-

hos-provedores). Dessa interação, como veremos mais adiante, no capítulo 3, resultam as molduras que ditam os limites da ação do sujeito (de produção e uso) e do programável no domínio do aparelho-provedor.

O agente usuário dos painéis também *joga* com o aparelho e, nesse sentido, os painéis também se constituem da interação entre sujeitos usuários e programas, fazendo do usuário, nas operações de uso, o seu produtor: a materialidade visual de um painel resulta de acionamentos de molduras arbitrados pelo usuário, na medida mesmo em que realiza a sua imersão nos interiores das molduras que ele mesmo acionou.

Nesses termos, produção e uso, olhar e interações produtivas integram-se em uma única operação (uma organicidade cibernética) criativa que faz nascer os painéis fotográficos digitais e, como objeto pós-fotográfico, é signo da metamorfose e porta de entrada para o mundo virtual (SANTAELLA, 2005).

As molduras são dimensões operativas - expressões tecnológicas - do aparelho-provedor, onde estão implicados tantos os múltiplos desdobramentos comunicacionais e informacionais -- entendido como produto do capitalismo informacional<sup>31</sup> (CASTELLS,1999) - quanto as condições de programação rígida que fundam os dispositivos (equivalente ao hardware de Flusser). Nesse espaço-meio do *hardware* convergem produção, uso e transmissão onde *jogam* as liberdades dos usuário-produtores através programações flexíveis (*software* de Flusser), por sua vez expressos nos conteúdos (a mensagem) fotográficos realizados nos Painéis. Sobre a *composição moldural* dos painéis,

Estamos entendendo a *composição moldural* dos painéis, constituída por três dimensões moldurais não-lineares e sobrepostas correspondentes as noções de *aparelho* e *programa* de Flusser: a) dimensão das macro-molduras b) dimensão das molduras de conteúdo e serviço (acesso e desenvolvimento) e c) dimensão das molduras internas (espaços de experiências de interação). O que estamos entendendo por dimensão macromoldural corresponde as condições de realização técnica dos empreendimentos operados por empresas tecno-informacionais co-

---

<sup>31</sup>Sua noção de capitalismo informacional nos ajuda a entender a relação entre capitalismo e as tecnologias informacionais (o que associamos à noção de “tecnologias digitais” apontadas por Santaella) e seu impacto na sociedade contemporânea. Tomando como referência essa noção estamos entendendo que essa nova matriz tecnológica – de base digital – destacada por Santaella, tanto é produto de uma determinada lógica econômica de organização relações de produção e circulação de mercadoria – que é o capitalismo – quanto é condição para a reprodução dessa lógica, isso porque: 1) as tecnologias digitais estão na base das poderosas tecnologias comunicacionais /informacionais que asseguram ao capitalismo sua extensividade em escala global (mercados globalizados são condição para o capitalismo hoje); 2) porque as tecnologias digitais estão na base, tanto das matrizes produtivas (p. ex automação), quanto na gestão (sistemas gerenciais); 3) porque estão na base do próprio desenvolvimento tecno-científico garantindo e facilitando o seu desenvolvimento e 4) são, elas mesmas (as tecnologias), mercadorias (produtos simbólicos sob a forma de patentes, royalties, informação, diplomas, certificados...) que agregam grande valor de negócio às empresas capitalistas que as desenvolvem. (CASTELLS,1999).

mo é o caso da empresa Universo On Line, *Portal de conteúdos e de provedor de internet*, acessado pelo endereço eletrônico [www.uol.com.br](http://www.uol.com.br).

A sua realização visual (na tela do computador) está centrada nas marcas identitárias, comerciais e por um conjunto de múltiplas molduras, as quais denominarei de *molduras de conteúdo e serviço*, disponibilizados aos usuários que acessam a página principal (*home*) do Aparelho-provedor, portanto, sempre nos limites da macromoldura do Aparelho-provedor.

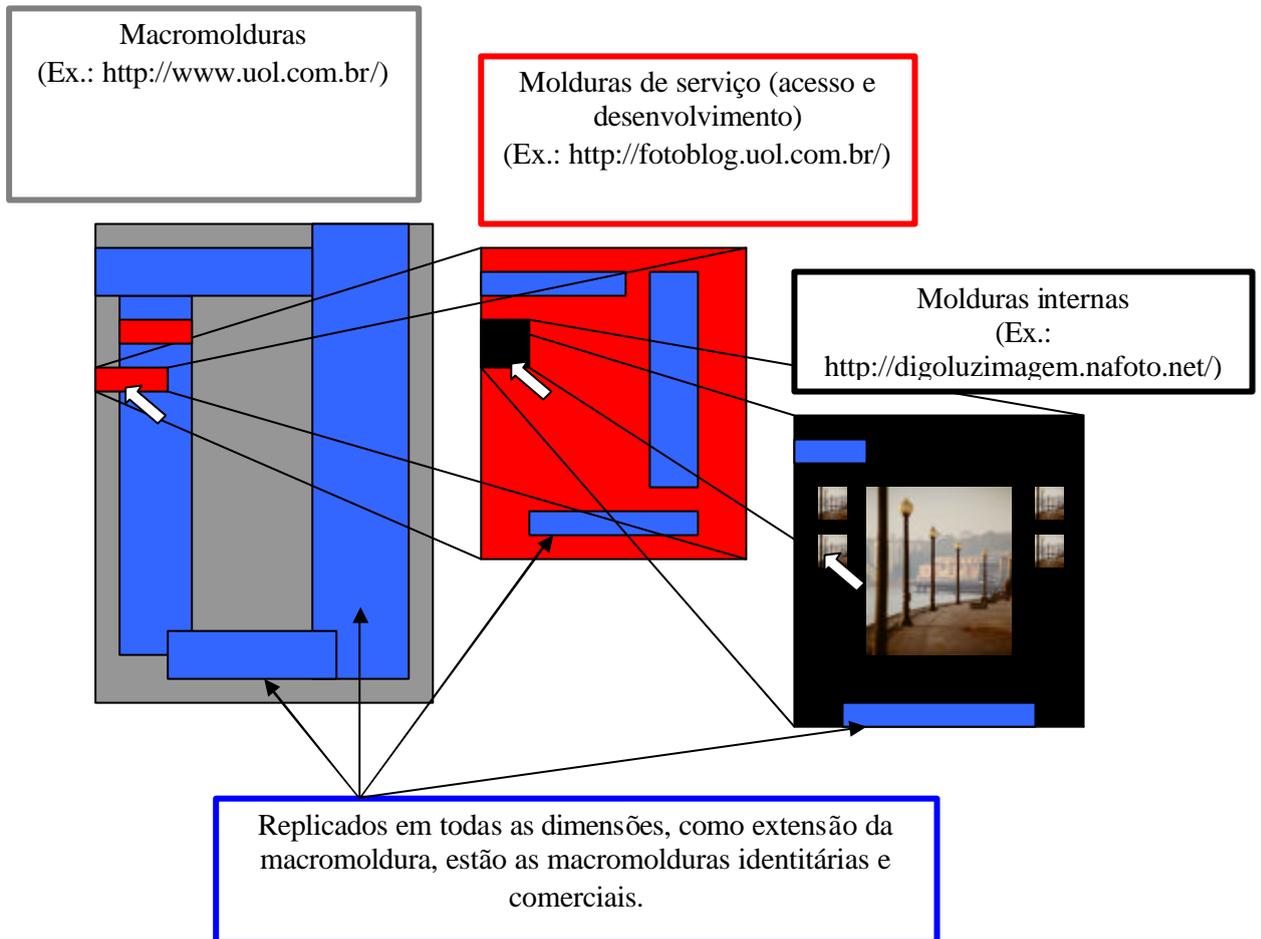
Cada uma dessas molduras de serviço - como é o caso dessa que constitui o nosso objeto de estudo, os “UOL Fotoblogs” - são apresentadas como um *menu de opções* justamente por listar, de modo sumariado, conteúdos e programa-de-serviços (como se fossem os programas de uma emissora de tv); ao ser acionada pelo usuário, irá compor visualmente uma segunda dimensão, constituída por coleção de operadores de serviço que denominamos de *molduras de acesso e de desenvolvimento*

A terceira dimensão moldural será composta por um conjunto de componentes que dizem respeito a realização do conteúdo ou do serviço; no caso dos fotoblogs refere-se aos programas de mostração próprios um fotoblog – as coleções de fotografias e imagens digitais - e que lhe garantem objetividade visual. Nessa dimensão revelam-se as condições de determinações que os experimentos visuais estabelecem com o aparelho-provedor e com o que esta programado nesse nível macro estrutural de produto midiático.

Cada uma dessas dimensões são, portanto, povoadas por múltiplas molduras que, tanto se realizam numa única dimensão, como podem ocorrer e se reproduzir em várias delas. O acesso a estas dimensões não é linear, ou seja, o usuário pode fazer operar um conteúdo moldural no âmbito de uma dimensão interna, acessando, por exemplo, uma foto no *interior* de fotoblog, sem acessar os componente moldurais externos (o link “fotoblog” na página principal do Aparelho-provedor).

Como tratamos anteriormente, tecnicamente cada moldura é uma representação infográfica, manifesta/expressa visualmente em imagens ou texto, que ocupa espaço digital acessado sob forma de endereço eletrônico. Compõe uma *ethicidade digital*, que queremos analisar, cuja ambiência, no caso dos fotoblogs, se constitui como propriedade no mercado midiático, produtora de programa-de-serviços, acessados mediante contratos comerciais legais. Passamos, no próximo capítulo, a detalhar cada uma dessas dimensões e seus principais componentes moldurais.

## Esquema 2 - As três dimensões moldurais



### 3 UOL FOTOBLOG E SUA COMPOSIÇÃO MOLDURAL

Estamos nos propondo a fazer apontamentos sobre ethicidade infográficas relacionadas aos painéis fotográficos na internet, com base em uma análise descritiva dos processos de emolduração implicados nessa modalidade de mostração contemporânea. Buscamos assim reconhecer de que forma determinados efeitos de sentidos são produzidos nos usos feitos por sujeitos produtores-usuários e que experiências são acionadas pelo elemento fotográfico nas composições moldurais desses painéis.

Este estudo está orientado pela proposta metodológica desenhada anteriormente, que consiste em analisar a tecnicidade da imagem em seu processo de uso – processos intersemióticos (FERRARA, SCHAEFFER e LEFEBVRE) - descrevendo os processos de emolduração nela implicados (KILPP); consideramos as ações e programas que instauram tais processo como “gesto infográfico” (FLUSSER e SANTAELLA) que se produz e se reproduz sob condições pós-fotográficas (SANTAELLA).

Neste capítulo desenvolvemos um estudo descritivo do UOL fotoblog, entendido como um programa-de-serviço da empresa Universo Online S.A.<sup>32</sup> – UOL, empresa reconhecida<sup>33</sup> como um dos mais importantes portais de conteúdos e prestadores de serviços de internet do Brasil e da América Latina.

No desenvolvimento desse tópico, queremos realizar apontamentos sobre as condições de historicidade constitutivas dessa empresa tecnoinformacional, constituída no âmbito de uma cultura midiático-digital e associada àquilo que Castells (1999) denominou de capitalismo informacional.

---

<sup>32</sup> UNIVERSO ONLINE S.A., com sede na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida Brigadeiro Faria Lima, nº 1384, 6º andar, CEP 01452-002, fax nº (0xx11) 3350-1274, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 01.109.184/0001-95.

<sup>33</sup> Segundo o Ibope NetRatings, citado pelo Provedor UOL (<http://sobre.uol.com.br/historia/audiencia.jhtm>), o UOL teve média de 8,894 milhões de visitantes únicos domiciliares mensais no Brasil em 2006, número que lhe dá a primeira posição no ranking dos maiores portais de conteúdo do Brasil e representa cerca de 65% de alcance nesse mercado (SOBRE UOL)

Entendemos os fotoblogs como um produto dessas empresas tecnoinformacionais, cuja materialidade visual está determinada pela relação entre distintos níveis moldurais (processos de emolduramento), desde os relativos à conformação de uma cultura visual pós-fotográfica àqueles níveis que diretamente delimitam e constituem a materialidade do que estamos denominando de aparelho-provedores de internet e seus programas-de-serviço (em referência à noção de “aparelho” e “programa” desenvolvida por Flusser).

Quanto ao processo de emolduramento configurador da tecnicidade dos painéis fotográficos digitais, consideraremos duas dimensões sobrepostas: as dimensões *macromoldurais* e as dimensões moldurais *de serviço* (*molduras de acesso* e de *desenvolvimento*). Ao nos direcionarmos para o interior dessas dimensões moldurais, poderemos identificar as intenções do aparelho inscritas nos seus modos de operar a programação dos seus serviços.

Tais dimensões serão apresentadas e descritas no seguimento deste capítulo.

### **3.1 “Sobre UOL”: empresa tecnoinformacional**

Para situar a empresa UOL no contexto do mercado das empresas tecnoinformacionais brasileiras, nos baseamos em dados organizados pela própria empresa no interior da moldura “sobre UOL”<sup>34</sup>. Por meio de duas linhas de tempo, uma relativa à história da internet e outra apresentando a história do provedor, o próprio UOL emoldura sua identidade e compõe sua memória institucional.

Mesmo Reconhecidos os riscos de uma ideologia da história, quando apenas uma fonte é tomada como referência – especialmente aquela nas quais protagonistas e narradores se confundem –, mantivemo-nos no âmbito das narrativas oficiais, ressaltando que assumimos esse risco apenas nos limites de compor um quadro de referências factuais, capaz de situar a empresa no contexto do mercado referido.

Na linha de tempo proposta pelo provedor UOL na página “Sobre o UOL”, os dados aparecem como notícias separadas por ano e ainda subdivididas pelos meses e horários de postagem; a partir dessas notícias é que fundam e legitimam sua historicidade.

Segundo esse documento, foi em 1996, no mês de abril, que entrou em funcionamento o Universo Online – UOL, e seu logotipo apareceu pela primeira vez. O UOL vai ao ar com um serviço de bate-papo, a edição diária da Folha de S. Paulo, arquivos da Folha, com cerca

---

<sup>34</sup> A página “Sobre UOL” trata-se de uma importante moldura de memória institucional desse provedor e que aqui tomamos como fonte de pesquisa. Os dados estão disponíveis no seguinte endereço eletrônico: <http://sobre.uol.com.br/historia>.

de 250 mil textos, reportagens do The New York Times (traduzidas para o português), a Folha da Tarde e Notícias Populares, Classificados, Roteiros e Saúde e a Revista IstoÉ.

Nesse ano de estréia do provedor, foram ofertados acesso à internet em São Paulo e no Rio de Janeiro, incluindo conta de e-mail com a “grife” uol.com.br e kits de instalação Netscape 2.2 em português. Apresentou-se ainda a loja Pão de Açúcar como sua primeira loja virtual. Seis meses após sua estréia, os grupos Folha e Abril anunciaram a fusão de seus serviços na *web*, integrando assim os conteúdos foie as operações de acesso do Universo Online e do Brasil Online, mas o nome Universo Online é mantido. Ainda nesse mesmo ano, foi realizado um acordo de acesso entre *sites* com o jornal argentino Clarín.

No ano de 1999, os assinantes dos jornais impressos e revistas do Grupo Folha e Editora Abril, respectivamente, puderam acessar gratuitamente as versões *online* no UOL. No ano de 2001 a empresa UOL fechou acordo com a Revista Time, em português. Em 2006 mais dois importantes jornais internacionais estrearam no UOL: o francês Le Monde Diplomatique e a coluna ‘Freakonomics’, do The New York Times. Ainda em 2006, o UOL e a empresa Videolog fecharam parcerias. O UOL anunciou em 2007 uma parceria com a MTV para movimentar o mercado da música na internet, criou um “programa de afiliados” e aumentou o alcance dos *links* patrocinados.

A empresa iniciou, em 1999, investimentos visando a sua expansão no mercado da América Latina e criou o UOL Internacional, inaugurando *site* na Argentina, portais no México, na Venezuela, no Chile e nos Estados Unidos; em 2000, lançou portal na Espanha e ampliou os serviços dos portais da Colômbia e da Venezuela por meio de *joint ventures*. Em 2003 já atendia 560 cidades, e esse número chegou a 1.943 em 2004.

No ano de 2001 a empresa UOL agregou aos seus negócios a Zip.Net e captou duzentos milhões de dólares da Portugal Telecom. Também comprou o *Sinectis*, terceiro maior provedor da Argentina. Em 2002 a empresa anunciou parceria com a Mercado Livre. Nesse ano foi lançado o UOL empregos, com a oferta de 100 mil vagas. Em 2005, o Grupo Folha de São Paulo e o UOL se uniram para abrir seu capital, e as ações do UOL estrearam na Bolsa de Valores de São Paulo em dezembro desse ano.

Quanto ao desenvolvimento de produtos e serviços baseados na interatividade dos usuários, destacamos as seguintes ações da empresa UOL: No ano de 1997, levou ao ar o “Fórum” com grupos de discussão e enquetes e os assinantes ganharam espaço gratuito para *site* pessoal. Também foram criados o serviço “Amigos virtuais”, um *site* de relacionamentos via *web*, e o “Tudo começou no UOL” que trazia relatos de relacionamentos iniciados na *web*.

Em 1998, o serviço de “Bate-papo” passou a comportar 13 mil internautas, e o “Vídeo

papo” foi apresentado em versão experimental. No ano seguinte, os “Amigos virtuais” chegaram aos 200 mil internautas cadastrados, e o serviço “ComVC” foi instalado por mais de 40 mil usuários nas primeiras 48 horas. Em meados de 2001 a empresa UOL anunciou liberação de acesso aos seus conteúdos para todos os internautas, mas ampliou os conteúdos reservados aos assinantes.

Quanto aos blogs, eles estrearam no UOL em 2004, seguidos do fotoblogs para assinantes, e dos serviços do álbum de fotos, podendo comportar 750 imagens. A partir de 2005 os fotoblogs ficaram acessíveis também aos visitantes, e os blogs passaram a ser atualizados também por celular. Ainda nesse ano, o UOL lançou bate-papo por celular, e os assinantes puderam acessar da mesma forma seus e-mails. O UOL *webmail* integra blogs e fotoblogs. O fotoblog do UOL também teve a sua capacidade de atualização disponível nos celulares (por meio da tecnologia WAP). No final do ano de 2005 o UOL desenvolveu o UOL K, uma rede de relacionamento gratuita que integra os serviços de bate-papo, fotoblog (que pode receber até quatro mil fotos), álbum fotográfico, videolog e e-mail.

Especificamente sobre o serviço UOL fotoblog, realizamos um levantamento do número de usuários com fotoblogs ativos. Para isso, consideramos a totalidade daqueles casos disponíveis no sistema de busca do próprio serviço, de acordo com “perfil” registrado no momento em que o usuário realiza o seu cadastro. Para essa contagem consideramos as variáveis sexo e faixas etárias, que estão associadas ao sistema de busca oferecido ao usuário que acessa a página do fotoblog. Em dezembro de 2006, contamos 106.406 fotoblogs ativos. Realizando o mesmo sistema de contagem, obtivemos, em dezembro de 2007, 111.696 casos de fotoblogs ativos.

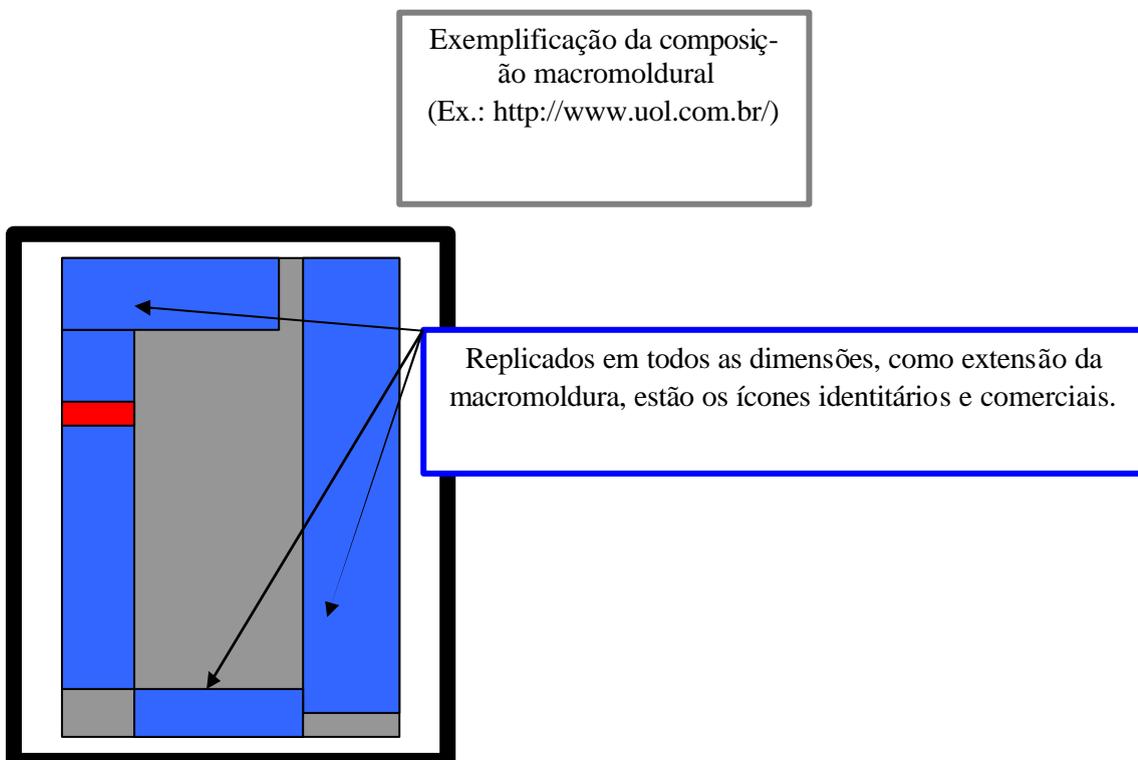
Por meio desses apontamentos factuais, foi possível caracterizar e situar a empresa UOL como uma importante empresa tecnológica, atuando no mercado informacional brasileiro e latino-americano. Esse mercado estabelece uma rede de metaprogramas que tornam possível a existência desse aparelho de programas que é a empresa UOL. Atravessada por esses metaprogramas de natureza mercantil, suas ações estão orientadas por programas que agenciam diferentes fontes de diferentes conteúdos midiáticos, como, por exemplo, MTV, Editora Abril, Grupo Folha de São Paulo e outros grupos de mídia internacionais, Clarin, Le Monde Diplomatique, The New York Times, bem como fazem convergir, sob o suporte do computador, diferentes tecnologias comunicacionais audiovisuais (e-mail, telefone, comunicadores instantâneos). Ao programar tais ações, o aparelho inscreve os limites e possibilidades de sua ação: emoldura sua existência e, nessa mesma medida, inscreve nos seus programas a ação, as escolhas e as intenções dos sujeitos usuários.

Passamos, agora, à descrição das composições moldurais que articulam a empresa UOL a um dos seus serviços, o UOL fotoblog, responsável por desenvolver o que aqui estamos denominando *painéis fotográficos digitais*. Essa tarefa foi realizada em dois momentos: iniciamos com a descrição da composição macromoldural do UOL, como um aparelho-provedor de internet e, em um segundo momento, passamos à descrição da composição moldural do UOL fotoblog, como um programa-de-serviço.

### 3.2 A composição macromoldural da empresa UOL como aparelho-provedor de internet

Quanto aos componentes visuais constitutivos da macromoldura UOL, destacamos as macromolduras *identitárias* e *comerciais*. No esquema 3, a seguir, exemplificamos, na cor azul, tal composição macromoldural.

Esquema 3 - Composição visual da dimensão macromoldural



Quanto aos componentes macromoldurais que compõem a identidade corporativa do aparelho-provedor, destacamos os ícones de identificação e a marca de propriedade presentes na barra de menu (“UOL o melhor conteúdo” – ver figura 1); tais componentes são replicados em várias dimensões de realização dos seus programa-de-serviços.

Figura 1 - Ícone do UOL, versão 2007



Fonte: UOL site, <http://www.uol.com.br>

O emolduramento promovido pela força sígnica da marca “UOL o melhor conteúdo” está ligado à necessidade de reproduzir tal identidade no âmbito das suas várias dimensões de realização, fazendo frente à condição não-linear dos usos, ou seja, ao fato de que o usuário pode acionar qualquer dos seus programas-de-serviço (notícias, jornais, revistas, fotoblogs, biblioteca, esportes – ver Anexo 2 – Menu UOL), sem acessar a página principal do aparelho-provedor. Independente do modo de acesso aos conteúdos e serviços, que, por exemplo, pode resultar de operações de programas de busca de outras empresas (metaprogramas), os componentes macromoldurais estarão sempre colocados à vista dos usuários, identificando operadores de busca, serviços, produtos e, nessa mesma condição, constituindo as empresas envolvidas na prestação do serviço.

Uma vez que essas macromolduras aparecem visualmente replicadas em várias dimensões de realização do aparelho-provedor, reproduzem-se, ao usuário, as marcas identitárias da macromoldura UOL, bem como das empresas patrocinadoras a ela associadas (figuras 2 e 3 – “Shopping UOL” e “UOL links patrocinados”).

Tais componentes identitários e comerciais podem sofrer variações, tanto em seus padrões visuais quanto em seus conteúdos (em suas diferentes atualizações), mas deverão estar sempre presentes e operando conjuntamente no sentido de garantir o exercício dessas capacidades programadas no aparelho de produzir, armazenar e manipular os símbolos, garantindo o seu empreendimento econômico e a sua positividade identitária no campo midiático.

Figura 2 - Shopping UOL

**Shopping UOL**



**Digital Olympus**  
**XT760** com 6.0MP, com Tela LCD.  
 Pague em até 12 vezes.

**Celular Motorola Z3**  
 Desbloqueado, com câmera 2MP e MP3 player. Encontre a partir de R\$ 699.

**Tênis Nike**  
 Encontre aqui diversos modelos. Compare e ache o menor preço. Aproveite e compre!

**Perfume 212 Sexy**  
 Carolina Herrera Feminino EDT. Encontre aqui a partir de R\$ 135. É imperdível!

**Arranjos de Flores:**  
 Encontre aqui diversos modelos a partir de apenas R\$ 25. Aproveite e compre!

Fonte: UOL site, <http://www.uol.com.br>

Figura 3 - UOL links patrocinados

**UOL Links Patrocinados**

Notebook HP/Compaq DV6210 Turion 2.0, 1GB ram, DVD-RW, HD 80 R\$ 2.390,00 ou em 25x de R\$ 141,42

[www.acecomputadores.com.br](http://www.acecomputadores.com.br)

Fonte: UOL site, <http://www.uol.com.br>

Emoldurado pelo portal, portanto dentro dos seus marcos, sobrepõe-se e articula-se um conjunto de múltiplas molduras, que denominarei de *molduras de serviço*: blog, UOL K, UOL álbum de fotos, UOL sites, UOL videolog, UOL notícias, jornais, revistas (ver figura 4).

Figura 4 – Exemplo de uma moldura de serviço



Fonte: Uolk, <http://uolk.uol.com.br>

Uma vez acionada qualquer uma dessas molduras (a partir do menu de opções da página de abertura do aparelho-provedor ou diretamente digitando o endereço eletrônico na barra de endereços), novos arranjos moldurais se definem visualmente, compondo ao usuário um programa-de-serviço específico que poderá ou não ser colocado em uso.

Lembramos que o usuário pode retornar a esse programa-de-serviço diretamente, sem necessariamente passar pelo ambiente visual da página principal do provedor; no entanto, verá aí replicado um conjunto de componentes moldurais constitutivos da macromoldura, tais como as molduras *identitárias* e as molduras *comerciais*, como já vimos anteriormente (ver figuras 2 e 3). De modo geral, as macromolduras identitárias e as macromolduras comerciais serão sempre preservadas no interior das molduras de serviços acionadas; essa preservação é automática, mas também pode ser acionada pelo usuário para que permanecem sempre emoldurando os serviços que mais utiliza. No caso da empresa UOL, a moldura de serviço ‘Barra Uol’ (ver figura 5), permite aos usuários acionarem um programa de serviço que instala suas ferramentas (com suas marcas identitárias) na barra de ferramentas do programa navegador de internet.

Figura 5 - Moldura de serviço Barra UOL



Fonte: <http://barrauol.uol.com.br/index.jhtm>

No caso do nosso objeto de estudo, uma vez que acionamos a moldura de acesso “fotoblog” (representação do endereço infográfico <http://fotoblog.uol.com.br>) somos direcionados a um novo lugar (quadro-limite), cuja identificação visual depende do funcionamento das suas molduras de identificação reproduzidas a seguir, nas figuras 6 e 7:

Figura 6 - Moldura de serviço UOL fotoblog



Fonte: UOL Fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>

Figura 7 - Moldura de serviço UOL fotoblog  
(essa variação aparece no interior dos fotoblogs)



Fonte: UOL Fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>

Temos, nesses componentes emolduradores, qualificado um programa-de-serviço específico da macromoldura UOL: o UOL fotoblog. Esse programa-de-serviço, por sua vez, compõe-se de um quadro-limite visualmente emoldurado, tanto pela borda do *écran* quanto pelas extensões das macromolduras identificadoras do provedor e pelas molduras comerciais, associadas ao provedor (“Shopping UOL” e “UOL links patrocinados”); nesses limites é que se definem as possibilidades de acesso e desenvolvimento de painéis fotográficos no domínio da macromoldura UOL.

### **3.3 A composição moldural do programa-de-serviço UOL fotoblog: molduras de serviço**

Procederemos agora a uma caracterização do ambiente midiático de produção dos fotoblogs, considerando os formatos e os padrões pré-configurados pelo aparelho-provedor (neste caso, <http://fotoblog.uol.com.br>) e os componentes visuais configuradores desse ambiente comunicacional. Iniciamos essa tarefa descritivo-analítica tratando de descrever a constituição do aparelho/dispositivo de visualização e seus automatismos (o que está programado nesses dispositivos infográficos).

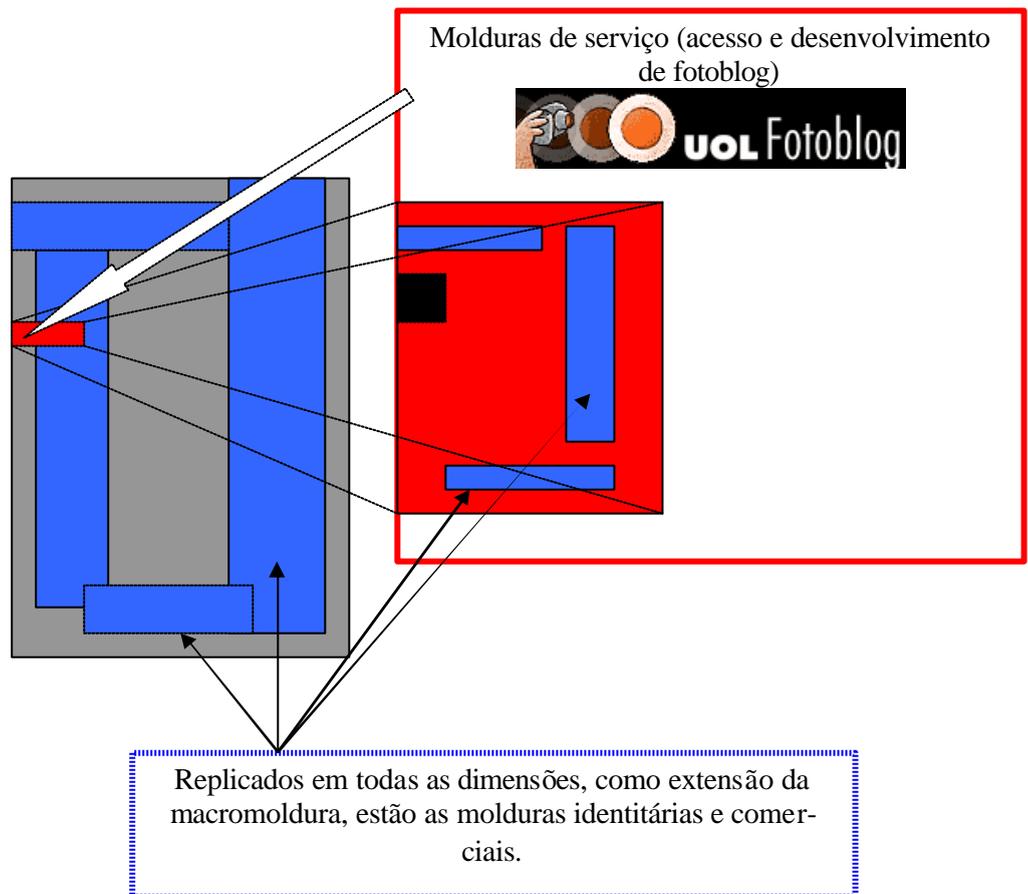
Identificaremos *os modos de acesso e visualidade* e verificaremos *os modos de desenvolvimento e configuração* (as modelagens da visualidade e a composição intermoldural – redes de linkagem e interlinkagem – bem como os modos de atualização e memória desses painéis).

#### *3.3.1 Molduras de serviço de acesso*

Entre os limites do *écran* e da extensão da macromoldura temos um conjunto de molduras direcionadas aos usuários que buscam acessar fotos; por meio delas o usuário é motivado a permanecer e interagir nesse ambiente do UOL fotoblog. A esse conjunto de molduras

estamos denominando de molduras de acesso, pois por meio delas é que o usuário irá acionar e interromper fluxos programados de visualização e interação no âmbito do serviço específico de que dispõe para uso (programa-de-serviço).

Esquema 4 - Composição visual das molduras de serviço e conteúdo (acesso e desenvolvimento)



### 3.3.1.1. - Acesso motivado por publicização

Temos o acesso para visualização dos fotoblogs UOL constituído por um sistema programado de molduras de publicização (ou molduras de enunciação), baseado na sua classificação e hierarquização. O usuário pode acessar fotoblogs organizados em três grupos:

- “fotoblogs legais” (figura 8) em destaque no centro do quadro-limite, é apresenta-

da uma relação parcial de fotoblogs que pode ser integralizada por meio do componente moldural “veja todos”. Esses fotoblogs são selecionados pelo aparelho-provedor segundo seus próprios critérios (critérios, portanto, relativos à macromoldura empresa UOL).

Figura 8 - Selo “fotoblogs legais”

Foi escolhido como **Fotoblog legal**? Copie o código ao lado e cole o selinho dentro do template de seu fotoblog. Agora é só mostrar para os amigos.



Fonte: UOL fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>

Nessa direção, convém destacar que, no interior dessa moldura, também se configura o “fotoblog especial”, definido como “especial” justamente pela sua relação com acontecimentos midiáticos que integram pautas macromoldurais (acontecimentos constituídos no âmbito das dimensões macromoldurais, ou seja, no âmbito do aparelho-provedor). Nesses casos, desenvolve-se uma moldura específica, e os usuários são orientados a enviar suas fotos para um endereço específico.

Como exemplo podemos citar os casos “Jogos Pan Americanos” e “Seu Réveillon” (ver figuras 9 e 10, a seguir):

Figura 9 - Moldura do Fotoblog “Jogos Pan Americanos”



**Mande a foto para**  
**[vocenopan@uol.com.br](mailto:vocenopan@uol.com.br)**

Este é um fotoblog feito com fotos tiradas e enviadas pelo internauta e publicadas pelo UOL Fotoblog  
Envie seu nome completo, cidade e Estado

Fonte: UOL fotoblog, <http://vocenopan.nafoto.net>

Figura 10- Moldura do Fotoblog “Seu Réveillon”



Fonte: UOL fotoblog, <http://seureveillon.nafoto.net>

- b) “Fotoblogs legais – destaque do público”: por mecanismos de indicação realizada pelos usuários, por meio da moldura de acesso “comunidade – indique um fotoblog legal”, compõem-se o componente moldural “destaques do público”. É no interior dessa moldura de visualidade que encontramos o único ambiente de arquivamento e memória organizado pelo UOL fotoblog, que é o “arquivo”.
- c) Um terceiro grupo que compõe o sistema moldural de publicização dos fotoblogs UOL é o componente “ranking”. Este se constitui a partir de dois critérios: “os últimos atualizados” (os mais atualizados são listados automaticamente pelo próprio aparelho-provedor) e “os mais votados” pelos visitantes. O sistema de votação é acionado por meio de uma moldura interna de *indicação* dos fotoblogs (figura 11, a seguir).

Figura 11 - Moldura interna de indicação do fotoblog



Fonte: UOL fotoblog, <http://diarioviagens.nafoto.net/>

### 3.3.1.2 - Acesso por meio de ferramentas de busca

Além de ter o acesso para visualização orientado por meio dessas molduras programadas de publicização, o usuário conta com outra importante moldura de acesso para compor as

suas próprias estratégias de busca de imagens: as “ferramentas de busca”.

Essas ferramentas são acionadas por meio do preenchimento de formulário de pesquisa, que opera sobre a base de dados que fora constituída pelo produtor do fotoblog, uma vez que este é orientado a classificar o seu fotoblog, no momento da sua criação, de acordo com o seu conteúdo, gerando um cadastro automaticamente associado ao sistema de busca do UOL fotoblog. Segundo o alerta do aparelho-provedor aos seus usuários, “ao classificar seu fotoblog, você aumenta a visitação de sua página” (UOL Fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>.)

Para compor as informações temáticas do fotoblog o usuário pode escolher até dez temas, reunidos nos seguintes grupos temáticos: Corpo e Saúde, Crianças, Economia, Educação e Pesquisa, Esportes, Diversão e Arte, Empregos e Carreiras, Estados, Países e Regiões, Filosofia, Shopping, Jogos, Mundo Digital, Política, Sociedade, Religião, Veículos, Sexo, Viagem (detalhamentos dos temas, ver Anexo 3 – Temas cadastrados). Outras informações cadastradas também estarão vinculadas ao sistema de busca: título do fotoblog, apelido ou pseudônimo do autor do fotoblog, descrição do fotoblog, endereço do fotoblog.

### *3.3.1.3 Acesso motivado por publicização e sobreposição de molduras*

Além dos modos de acesso já apresentados, outra importante moldura de acesso é a que constitui o domínio da “Comunidade”. Temos, aqui, os “fotoblogs comunitários” que estendem o domínio de um fotoblog particular, por meio de “convite”, para um grupo de usuários autorizados pelo proprietário. A sobreposição de experiências visuais oriundas de diversas fontes geradoras gera novas composições de painéis ampliando suas bases de acesso e visualização.

Em um fotoblog comum, apenas o proprietário pode enviar fotos. Já no fotoblog comunitário, um grupo de pessoas tem permissão para enviar imagens. Qualquer fotoblog pode tornar-se comunitário, basta que o proprietário convide seus amigos (UOL fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>).

O aparelho-provedor estimula a participação nos fotoblogs comunitários por meio da seguinte chamada:

Essa é a comunidade para quem tem um fotoblog no UOL! Troque dicas e divulgue o seu fotoblog por aqui! Toda semana escolhemos oito fotoblogs do público para ficarem em destaque na home page de fotoblogs! PARTICIPE! (UOL fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>).

Destacam-se igualmente as molduras de publicização cujo acionamento depende de outros programas-de-serviços constitutivos da macromoldura UOL. Destacamos o acionamento da moldura externa UOL K, que se constitui como ambiente de interação que estabelece a convergência de vários produtos (programas-de-serviço) macromoldurais, como ligações para outros programa-de-serviços (UOL blog, UOL sites, UOL álbum de fotos, videolog).

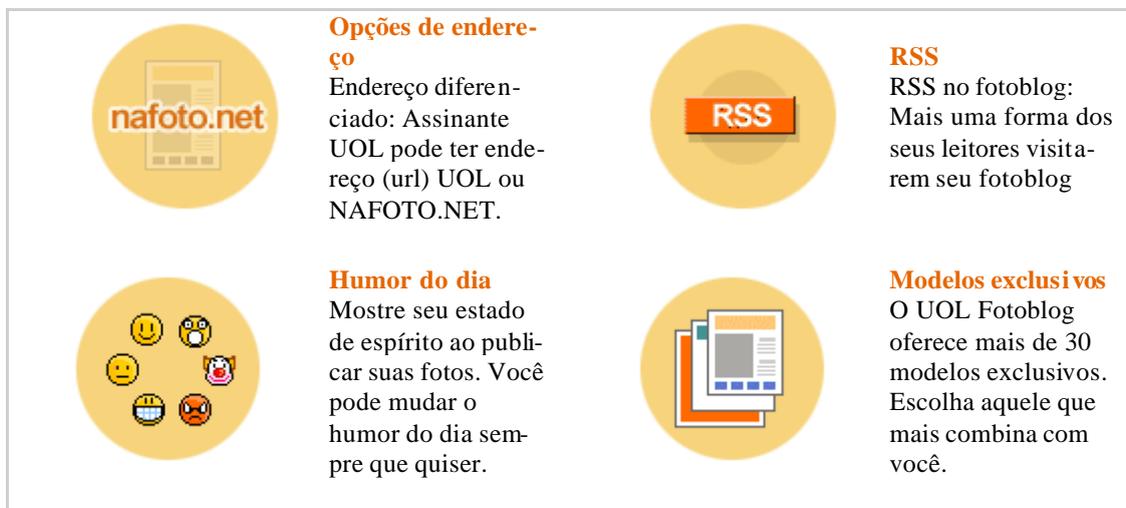
### 3.3.2 Molduras de serviço de desenvolvimento (ou configuração)

Além do conjunto de molduras, direcionadas aos usuários que buscam tão somente a visualização das imagens fotográficas (descritas anteriormente), temos também as molduras direcionadas aos usuários que buscam desenvolver o seu próprio fotoblog.

A esse conjunto de molduras estamos denominando molduras de desenvolvimento, pois é por meio delas que o usuário se faz *usuário-produtor*, acionando e interrompendo fluxos de produção infográficos no âmbito do programa-de-serviço específico que põe em uso. Antes de iniciarmos a análise desses processos moldurais, convém ter presente a caracterização geral que o próprio UOL faz chegar ao usuário, por meio da moldura de acesso denominada “Só UOL fotoblog tem” (ver figura 12 a seguir).

Figura 12 - Caracterização do produto UOL fotoblog

Só UOL Fotoblog tem



 <p>BRASIL SP SÃO PAULO masculino 26-30 anos inglês</p>	<p><b>Meu perfil</b></p> <p>Crie sua identidade no UOL Fotoblog. Uma breve descrição sobre você é a melhor maneira de fazer novos amigos.</p>	 <p>Eu vi sua foto na praia. Achei linda!</p>	<p><b>Comentários</b></p> <p>Deixe o público opinar sobre cada uma de suas fotos. Você também pode responder os comentários.</p>
 <p>Nota 5!</p>	<p><b>Votação</b></p> <p>Deixe os visitantes avaliarem seu fotoblog. As notas variam de 1 a 10, sendo 1 a menor nota e 10 a maior.</p>		<p><b>Indique um fotoblog</b></p> <p>Envie um e-mail com o endereço (URL) de um fotoblog legal ou fotos individuais que mereçam destaque.</p>

© 1996-2007 UOL - O melhor conteúdo. Todos os direitos reservados

Fonte: UOL fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br/stc/ferramentas.html>

Temos nessa apresentação do programa-de-serviços UOL fotoblog muito mais do que a publicização das ferramentas (suas características e funcionalidades) disponíveis ao usuário-produtor. O que se evidencia, efetivamente, são as qualidades macromoldurais que se realizam neste produto específico. Em outras palavras, o produto se constitui nos marcos qualitativos da macromoldura UOL, naquilo que “só” UOL “tem”.

Outro aspecto a se destacar sobre o programa-de-serviços do UOL fotoblog é sua capacidade de armazenamento de fotografias. A campanha de divulgação do fotoblog, para o ano de 2007, esteve baseada na ampliação dessa capacidade. A seguir (ver também figura 13), temos a moldura externa de enunciação dessa nova capacidade de armazenagem de publicação diária de fotos.

UOL Fotoblog agora comporta muito mais fotos. Também é possível publicar quantas fotos quiser por dia. O UOL Fotoblog acaba de aumentar o espaço disponível para o internauta publicar suas fotos na internet. Os fotoblogs de assinantes comportam até 4 mil fotos e os de visitantes, mil. Também não há mais limite diário de publicação. E tem mais, todo internauta pode ter o seu próprio fotoblog e participar de quantos outros quiser. É só clicar e publicar. Mais fotos, mais diversão (UOL fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>).

Figura 13 - Campanha do UOL fotoblog



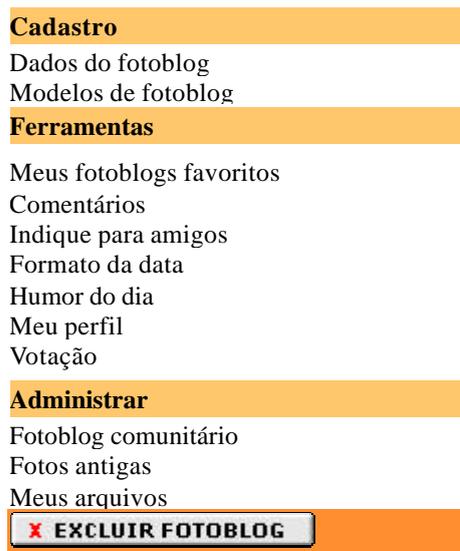
Fonte: UOL Fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>

Para análise dos processos moldurais nesta dimensão, vamos considerar dois momentos principais do processo de constituição de um fotoblog: 1) a sua criação (o seu cadastramento) e 2) a sua configuração (gerenciamento das fotografias e configuração dos mecanismos disponíveis para a sua divulgação).

### 3.3.2.1 A criação do fotoblog

Para a criação, o desenvolvimento e o gerenciamento do fotoblog, o usuário-produtor encontra um quadro de programas básicos (figura 14) que lhe permite desencadear as operações necessárias à criação de um fotoblog “em poucos minutos” (UOL fotoblog <http://fotoblog.uol.com.br>).

Figura 14 - Moldura de criação e configuração



Fonte: UOL fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>

O processo de cadastramento/criação do fotoblog é iniciado pelo usuário mediante o acionamento de uma moldura de acesso ao ambiente de produção do UOL fotoblog (ver figura 15, a seguir).

Figura 15 - Moldura de acesso ao ambiente de produção do UOL fotoblog



Fonte: UOL fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>.

O usuário pode optar por acionar as molduras de ajuda; nelas está contido um conjunto de componentes descritivos que propiciam, detalhadamente, um reconhecimento dos passos e procedimentos necessários para criar, configurar, publicar e gerenciar um fotoblog. As ações emolduradas pelo programa de ajuda são uma importante expressão do quanto as intenções dos sujeitos estão limitadas pelas categorias inscritas no *aparelho*.

Figura 16 - Molduras de ajuda



Fonte: UOL fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>

Uma vez tomada a decisão de criar um fotoblog, será exigido do usuário o preenchimento de um cadastro, por meio do qual se estabelece um contrato de uso do programa-de-serviço UOL (ver Anexo 4 - contrato de uso do programa-de-serviço UOL). Esse contrato distingue duas modalidades de usuários: a de assinantes do provedor UOL e a de visitante. Esses são diferenciados segundo as condições de uso do espaço de armazenamento e quantidade diária de fotos que podem publicar (maior para os assinantes). Também como um benefício ao assinante está a possibilidade de criação de mais de um endereço para acesso ao fotoblog, componente importante para as estratégias da sua publicização.

Essencial nesse processo é a ativação de molduras que inscrevem o usuário nos limites das regras de uso<sup>35</sup> determinadas pela macromoldura UOL (ver Anexo 5 – Regras de uso UOL Fotoblog). Tais regras estão contratualmente definidas e estabelecidas entre sujeitos usuário e UOL, portanto juridicamente respaldadas pela legislação vigente no País. Operam como metaprogramas que ajustam usuário e empresa aos programas de um estado de direitos constitucionais que regem uma sociedade.

<sup>35</sup> Conheça as regras de uso dos produtos UOL, disponíveis em <http://regras.uol.com.br/>.

Importante componente presente nessa dimensão é a caracterização dos crimes virtuais (ver Anexo 6 – Crimes virtuais), frente aos quais o próprio usuário é chamado a operar a vigilância: “Ajude o UOL a manter a internet livre de criminosos. Denuncie!”. À disposição dos usuários está a moldura de acesso “UOL denúncia” (ver figura 17 a seguir), que apresenta uma breve tipificação dos diferentes crimes virtuais e permite ao usuário apresentar uma denúncia anônima, indicando endereço da página e descrição detalhada da denúncia.

Figura 17 - Molduras UOL denúncia



Fonte: <http://denuncia.uol.com.br/>

Também é possível acionar a macromoldura SaferNet Brasil<sup>36</sup>, replicada na página da “UOL denúncia”, mediante o ícone a seguir (figura 18).

Figura 18 - Macromoldura SaferNet Brasil



Fonte: <http://denuncia.uol.com.br/>

Uma vez aceitas as condições de uso, mediante contrato legal, o usuário concluirá o processo de criação instituindo as molduras principais do seu fotoblog, tais como título, nome e/ou pseudônimo do autor, descrição e modalidade de acesso (aberto ou restrito), endereço do fotoblog, escolha do modelo (são as molduras internas configuradoras do fotoblog propriamente dito – que serão analisadas no próximo capítulo).

---

<sup>36</sup> A SaferNet Brasil é uma associação civil de direito privado relacionada ao combate à pornografia infantil (pedofilia) na internet no Brasil. Ver <http://www.denunciar.org.br>.

Figura 19 - Exemplo de modelos de fotoblog – provedor UOL



Fonte: UOL fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>

Vários formatos de molduras pré-configuradas estão disponíveis, mas podem ser customizados com Editor HTML (Figura 19).

Realizados esses passos, o usuário-produtor receberá a mensagem de conclusão do cadastro e a criação do fotoblog se efetivará com o envio da primeira foto (figura 20).

Figura 20 - Moldura de conclusão de criação do fotoblog



Fonte: UOL fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>

### 3.3.2.2 – O gerenciamento do fotoblog

Criado o fotoblog, o usuário-produtor poderá configurá-lo, gerenciando não apenas as suas imagens, mas a composição moldural que será visualizada e/ou colocada à disposição de uso ao visitante do fotoblog, ou seja, o que ocorre dentro de limites técnicos constitutivos do programa-serviço (produto) em uso – que estamos denominando de molduras internas.

O gerenciamento de um fotoblog exige que o usuário acesse a moldura de configuraç-

ção do seu fotoblog privado, o que se faz possível acionando-se uma seqüência de procedimentos de validação e reconhecimento do seu fotoblog: endereço de e-mail e senha cadastrados e nome do seu fotoblog.

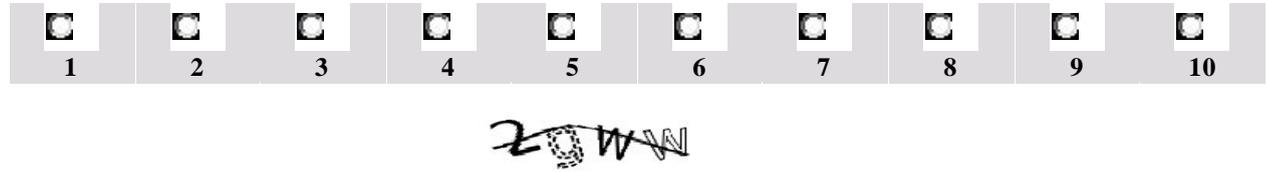
Destacamos os seguintes aspectos gerenciáveis:

- A acessibilidade ao fotoblog – O acesso pode ser “livre”, assim qualquer pessoa poderá acessar o fotoblog. Também pode ser de acesso “restrito”. Neste caso, o fotoblog será “fechado” por mecanismo de senha e apenas as pessoas autorizadas poderão acessá-lo.
- Composição de lista de favoritos – Configuração de uma moldura interna de divulgação de fotoblogs. Por meio desse componente moldural é possível divulgar no fotoblog privado aqueles fotoblogs que são considerados pelo usuário-produtor os melhores fotoblogs do UOL. Ao visitar um fotoblog considerado interessante, é necessário acionar o "Adicionar aos meus favoritos". Ao incluir os fotoblogs de amigos ou qualquer outro fotoblog cria-se um mecanismo de auto-refencialidade.
- Divulgação do fotoblog por e-mail – Igualmente trata-se da configuração de uma moldura interna de divulgação de fotoblogs. Essa ferramenta torna possível aos visitantes de um fotoblog indicá-lo (e/ou fotos individuais de um fotoblog) para outras pessoas, através de e-mail.
- Elaboração e divulgação da identidade do proprietário do UOL fotoblog – Configuração de uma moldura interna de interação baseada na apresentação de um perfil pessoal. Essa moldura de apresentação é oferecida pelo programa-de-serviço como uma das melhores “maneiras de começar a conhecer outras pessoas”. Para a composição do perfil, estão a disposição os campos de residência (país, estado, cidade, bairro), sexo, faixa etária, idioma, passatempo, comunicador instantâneo, além da possibilidade da composição de um avatar.
- Espaço para apresentação de comentários dos visitantes do fotoblog – Configuração de outra moldura interna de interação. Neste caso, o proprietário de um fotoblog pode ou não aprovar os comentários antes de serem publicados, selecionando aqueles comentários que serão publicados em seu fotoblog. Também pode optar por ser notificado por e-mail a cada comentário enviado. É possível ainda definir as informações obrigatórias ou opcionais que os visitantes deverão preencher ao enviar um comentário (nome, e-mail, site/blog, comunicador instantâneo, cidade, estado e país).

- Sistema de avaliação (ver figura 21) e contador de visitas – São molduras internas de medição do desempenho do fotoblog. Por meio do contador é possível contabilizar o número de visitas realizadas ao fotoblog. Esse número indicaria a capacidade de se fazer visível (equivalente aos índices de audiência); indicaria, igualmente, a eficiência das estratégias de publicização do fotoblog. Quanto ao sistema de avaliação, este se constitui pela atribuição de nota (de 1 a 10) pelos visitantes.

Figura 21 - Sistema de avaliação dos fotoblogs

Dê uma nota de 1 a 10 para este blog



Por favor, digite o que você vê escrito na imagem acima. Esta verificação impede fraudes na votação.

Se tiver dificuldade para ler, [troque a imagem](#)  
ou [ouça o que está escrito](#).

© 1996-2007 UOL - O melhor conteúdo. Todos os direitos reservados

Fonte: UOL fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>

### 3.4 Uol fotoblog: visibilidade, acontecimento e interação

Iniciamos essa tarefa descritivo-analítica tratando de pontuar aspectos da constituição da historicidade do aparelho provedor, caracterizando-o como empresa tecnológica constitutiva do capitalismo informacional. Isso nos importa, pois define *o negócio* como metaprograma nos limites macromoldurais: todas as ações do aparelho, seus investimentos, produtos e serviços desenvolvidos – enfim, os seus programáveis – estão voltados a sua reprodução como empresa no mercado tecnológico e comunicacional. Implicadas aí estão as relações de produção e consumo de bens simbólicos (relação entre produtores e consumidores), cujas práticas concretas de venda, publicidade e marketing cada vez mais ajustam reciprocamente, em molduras únicas, mercado e ambiente de *sites* e provedores de internet (Montardo, 2006).

Por isso, também, destacamos, na composição macromoldural do UOL como aparelho-provedor de internet, aqueles componentes que marcam a reprodução do UOL como negócio: seus ícones identitários, aos quais associa seus parceiros comerciais por meio de links

patrocinados. Tais ícones demarcam (emolduram), por automatismos programados no aparelho, todos os seus ambientes, produtos e serviços.

Também, ao descrevermos a constituição do programa-de-serviço especificamente voltado para realização dos painéis fotográficos – o UOL fotoblog –, percebemos que tanto as molduras de acesso e visualidade (que definem programas de publicização das fotografias e imagens digitais dos *painéis*, principalmente por meio de ferramenta de busca) quanto as molduras de desenvolvimento (que demarcam estratégias programadas de configuração) estão voltadas à reprodução das macromolduras identitárias e comerciais. Essa reprodução exige do aparelho uma série de programáveis: contrato de uso, programas de ajuda, formatos pré-configurados, todos operando para inscrever as ações dos usuários nas regras do jogo programado pelo aparelho.

Temos, então, que a *visibilidade* como um produto específico para consumo de usuários individuais (derivado dos acionamentos de um programa-de-serviço específico) é também condição de realização de produtos que se realizam em âmbitos macromoldurais, a partir da relação entre usuário-produtor, provedor e parceiros comerciais. Ou seja, cada fotoblog desenvolvido significa para o provedor a sua própria realização: amplia a capacidade de circulação de vários outros de seus programas-de-serviço, à medida que estes são acionados pelo próprio usuário-produtor no momento em que cria, desenvolve e põe em circulação seu fotoblog.

Nessa perspectiva, assume importância a capacidade de tornar as produções visuais particulares em *acontecimento*, de fazê-las circular e de aportá-las às redes comunitárias e circuitos de amizade, capazes de estender, ao máximo, o alcance das macromolduras comerciais. Desse modo, a partir do interior dos fotoblogs, instauram-se experiências de *visibilidade*, experiências de interação por meio do partilhamento de múltiplas composições fotográficas e seus componentes textuais – que denominamos de molduras internas de interação e que passamos a tratar no capítulo que segue.

Se até agora vimos os modos como o aparelho apropria-se das intenções dos usuários emoldurando-as de acordo os seus propósitos de reprodução comercial, será no âmbito das molduras internas que veremos os usuários buscando apropriar-se das intenções do aparelho (do que nele está programado) para, então, submeter-lhe às suas intenções, transcodificando-as, pelo gesto infográfico, em painéis fotográficos.

#### **4 A COMPOSIÇÃO DO OLHAR FOTOGRÁFICO NO UOL FOTOBLOG – AS MOLDURAS INTERNAS**

Como vimos anteriormente, para a análise da composição moldural do Uol fotoblog estamos considerando três dimensões moldurais sobrepostas: 1) dimensão macromoldural, 2) dimensão das molduras de serviço (acesso e desenvolvimento) e, finalmente, 3) dimensão composta por elementos emolduradores das funcionalidades específicas de um programa-de-serviço, o que estamos denominando de molduras internas. As duas primeiras dimensões foram tratadas no terceiro capítulo; passamos, agora, ao estudo dos fotoblogs direcionando nossa atenção a sua composição moldural interna.

Sistematizamos aqui os resultados obtidos em consulta que realizamos aos ambientes dos fotoblogs disponíveis para acesso no aparelho-provedor de internet UOL. O material consultado resultou de uma amostra qualitativa composta por fotoblogs considerados “destaques do público” e que estavam ativos no período de novembro de 2005 a janeiro de 2006. Paralelamente a essa amostra previamente definida, seguimos acessando fotoblogs ao acaso, seguindo a proposta metodológica da observação casual (LORITE, 2000), o que nos propiciou controle perceptivo da heterogeneidade do material que tínhamos à disposição e, ao mesmo tempo, possibilitou testar a tipologia de usos que estávamos desenvolvendo, no processo mesmo da sua construção. Vamos tratar, neste item, de analisar a tecnicidade da imagem, o “fotografável” (de Flusser) que nos é revelado nas molduras internas dos painéis fotográficos digitais.

Estamos tratando por molduras internas os programas de mostração próprios de um fotoblog, programas esses que lhe conformam visualmente. Sua objetividade visual (ver esquema 5 e figura 22, a seguir) depende, como vimos, do acionamento de componentes moldurais em diferentes níveis, seja diretamente por meio das molduras serviços que compõem a macromoldura (portal do provedor UOL), seja indiretamente por meio de endereço eletrônico,

ativado na barra de endereço do *browser* (navegador da internet), ou de metaprogramas de busca.

Esquema 5 – Composição moldural de um fotoblog.

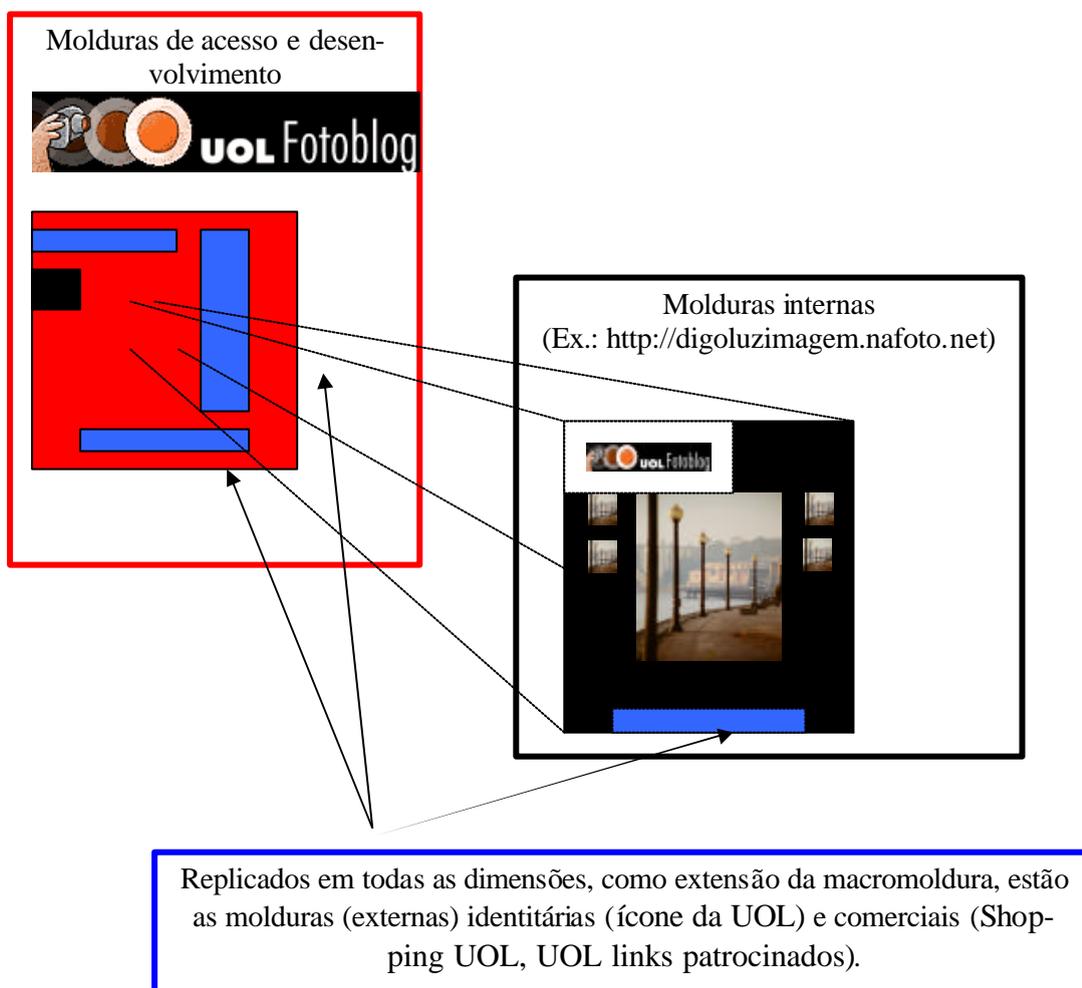


Figura 22 - Composição moldural do UOL fotoblog



Fonte: UOL Fotoblog, <http://fotoblog.uol.com.br>

Uma vez acessado um fotoblog, tem-se a “página de abertura”, que apresenta as fotos de publicação mais recente. Ampliada, no centro do quadro-limite da tela do computador (*écran*), temos a última foto publicada no fotoblog pelo seu proprietário. Ela pode ser acompanhada de legenda textual, descrição/comentário do autor e comentários textuais de outros usuários que visitaram o fotoblog e olharam aquela foto.

Também nessa página de abertura, porém em formato reduzido e trazendo a data em que foram disponibilizadas para visualização, tem-se um número variável de fotos (de quatro a seis), que podem ser ampliadas (sempre uma por vez) para sua visualização e visualização dos seus componentes textuais: sua legenda, descrição do autor e possíveis comentários realizados por quem já as viu.

#### **4.1 Unidades de postagem ativa**

Por meio do acionamento do componente moldural “últimas fotos – ver todas as fotos” é possível compor um novo quadro, que denomino de quadro-memória, em que estão relacionados todos os períodos de tempo que compõem a mostra.

Esses períodos não correspondem necessariamente ao tempo da criação fotográfica, mas ao tempo da sua publicação – disponibilização para a mostração – no interior do dispositivo midiático. Esses períodos temporais constituem-se como molduras fundantes configuradoras do programa-de-serviço: o “diário fotográfico”. Sua periodicidade é programada pelo usuário-produtor no âmbito das molduras de desenvolvimento, e podem ser semanais, quinzenais ou mensais.

Cada um desses períodos de mostração será por nós denominado de “unidade de postagem ativa”, por compor um conjunto de imagens/fotografias (em número variável) organizado temporalmente no fotoblog e que está disponível (ativo) para a visualização.

O Quadro 1, a seguir, traz como exemplo um fotoblog com 32 unidades temporais de postagens ativas.

Quadro 1 - Exemplo de períodos de postagem ativa:

# ViAmazônia

**ESCOLHA UM PERÍODO**

[01/11/2006 a 15/11/2006](#)

- ▶ [01/11/2006 a 15/11/2006](#)
- ▶ [16/10/2006 a 31/10/2006](#)
- ▶ [16/08/2006 a 31/08/2006](#)
- ▶ [01/07/2006 a 15/07/2006](#)
- ▶ [01/06/2006 a 15/06/2006](#)
- ▶ [01/02/2006 a 15/02/2006](#)
- ▶ [01/01/2006 a 15/01/2006](#)
- ▶ [16/12/2005 a 31/12/2005](#)
- ▶ [01/12/2005 a 15/12/2005](#)
- ▶ [16/11/2005 a 30/11/2005](#)
- ▶ [01/11/2005 a 15/11/2005](#)
- ▶ [16/10/2005 a 31/10/2005](#)
- ▶ [01/10/2005 a 15/10/2005](#)
- ▶ [01/08/2005 a 15/08/2005](#)
- ▶ [01/06/2005 a 15/06/2005](#)
- ▶ [01/05/2005 a 15/05/2005](#)
- ▶ [16/04/2005 a 30/04/2005](#)
- ▶ [16/03/2005 a 31/03/2005](#)
- ▶ [01/03/2005 a 15/03/2005](#)
- ▶ [01/02/2005 a 15/02/2005](#)
- ▶ [01/01/2005 a 15/01/2005](#)
- ▶ [16/12/2004 a 31/12/2004](#)
- ▶ [01/12/2004 a 15/12/2004](#)
- ▶ [16/11/2004 a 30/11/2004](#)
- ▶ [01/11/2004 a 15/11/2004](#)
- ▶ [16/10/2004 a 31/10/2004](#)
- ▶ [16/09/2004 a 30/09/2004](#)
- ▶ [01/08/2004 a 15/08/2004](#)
- ▶ [16/07/2004 a 31/07/2004](#)
- ▶ [16/06/2004 a 30/06/2004](#)
- ▶ [01/05/2004 a 15/05/2004](#)
- ▶ [16/02/2004 a 29/02/2004](#)

**01/11/2006 a 14/11/2006**




[11/11/2006](#)[11/11/2006](#)




[09/11/2006](#)[09/11/2006](#)

**QUADRO MEMÓRIA**

**PAINÉIS MI-  
NIATURA**

Fonte: <http://vbeatrizbr2002.fotoblog.uol.com.br>

Cada *período* – unidade de postagens ativas – constitutivo do quadro-memória reúne, por sua vez, uma coleção de imagens realizadas em diferentes tempos (tempos de criação). Seu acionamento permite a visualização dessas coleções em miniaturas (observe à direita do quadro), que podem ser expandidas/ampliadas, constituindo novos quadros, que replicam o mesmo padrão/formato de apresentação visual presente na página de abertura do fotoblog, com todos os seus componentes visuais, textuais e, em alguns casos, com áudio.

Assim, o usuário vai sobrepondo quadros fotográficos, compondo e recompondo temporalidades visuais e atualizando experiências a partir das imagens acessadas – os comentários textuais são manifestações, nesse mesmo espaço, das atualizações de experiências. A essa coleção de imagens fotográficas digitais (ou infográficas), constituída a partir de múltiplos acionamentos sobrepostos, é que se constitui propriamente o que estamos denominando de *painéis fotográficos digitais*.

#### **4.2 Densidade de mostração e reproduzibilidade do programa-de-serviço**

Estamos entendendo que, quanto maior o número de unidades temporais de postagens ativas, maior é o “potencial de mostração” do fotoblog, maior é sua densidade de mostração. O Quadro 1 traz como exemplo um fotoblog com 32 unidades temporais de postagens ativas – o que estamos considerando um fotoblog de alta densidade de mostração.

Poderíamos considerar também, para obter essa medida de força de “mostração”, o dispositivo de controle do número de visitas recebidas pelo fotoblog, chamado de contador, mas esse dispositivo pode ser manipulado<sup>37</sup> pelo proprietário do fotoblog, indicando visitas (quantidades) não realizadas ou realizadas pelo próprio usuário-proprietário.

Considerando-se o estudo exploratório, baseado em uma amostra de 100 fotoblogs (explicado na “Introdução”<sup>38</sup>), obtidos da relação disponibilizada pelo provedor dentre os que receberam menção de “destaque do público”, identificamos a predominância dos fotoblogs com até cinco postagens ativas (35 casos), sendo que, se somarmos esses casos com os que têm de seis a dez postagens ativas (20), teremos um total 55 casos de fotoblogs com até dez

<sup>37</sup> Mediante alterações no programa do contador (desenvolvido em html) ou mesmo subseqüentes ingressos no fotoblog realizados pelo próprio proprietário do fotoblog.

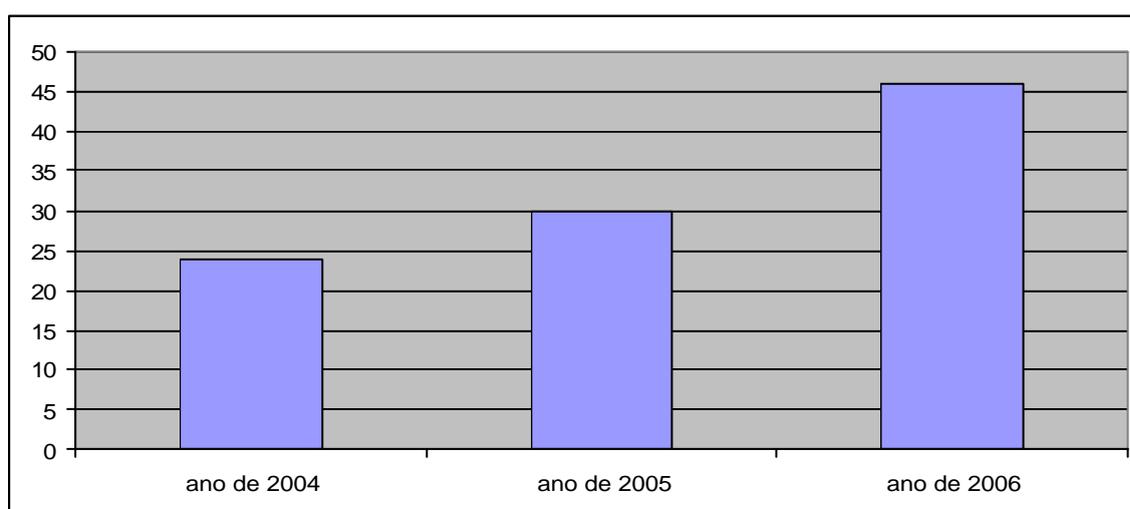
<sup>38</sup> Relembrando: consideramos uma amostra de 100 fotoblogs, obtidos da relação disponibilizada pelo provedor dentre os que receberam menção de “destaque do público”. Aleatoriamente foi composta uma lista de 60 fotoblogs pela entrada dos mais atualizados (dezembro, novembro e outubro de 2006) e 40 fotoblogs pela entrada de “arquivo”, considerando, nesse caso, os fotoblogs ativos em dezembro e novembro de 2005. A relação desses fotoblogs está disponível no Anexo 1, ou diretamente nos arquivos no *site* [http://stcfotoblog.uol.com.br/Legais/legais\\_arquivo.jhtm](http://stcfotoblog.uol.com.br/Legais/legais_arquivo.jhtm).

postagens ativas. Apenas 12 casos (como o do exemplo acima – quadro 1) apresentam mais de 30 postagens ativas.

A alta frequência de casos com baixa densidade de mostração verificada em nossa amostra (35 casos com até cinco postagens ativas) reflete uma modalidade de desenvolvimento do programa-de-serviço UOL fotoblog, que estamos entendendo como uso *experimental* ou *circunstancial*, ou seja, os usuários-produtores estão interessados em testar as possibilidades do programa-de-serviço realizando experimentalmente algumas postagens, geralmente associadas a um evento que se quer fazer circular nas esferas familiares ou de amizades, especialmente festas, nascimentos, viagens, encontros familiares. Tais experimentos esgotam-se em si mesmos, sem continuidade no uso do programa-de-serviço, muito embora possam permanecer disponíveis por longo tempo.

O gráfico 1, a seguir, nos mostra a distribuição do número de fotoblogs segundo o ano de postagens ativas. Tomando como referência o ano de 2006, quando realizamos a observação, temos que 46 casos têm o ano de 2006 como o ano da primeira postagem que seguia ativa no momento que realizamos o acesso; 30 são os casos que têm o ano de 2005 como o ano da primeira postagem que ainda seguia ativa em 2006 (quando realizamos o acesso), e 24 são os casos que têm o ano de 2004 como o ano da primeira postagem que ainda seguia ativa no ano de 2006.

Gráfico 1 - Número de casos e ano da primeira postagem ativa (considerando a amostra)



### 4.3 A ação do sujeito e os três tipos básicos de molduras funcionais

Como vínhamos tratando no capítulo anterior, as operações de acesso, visualização e desenvolvimento são ativadas pelo usuário-produtor, sempre nos limites das molduras de serviço constitutivas do próprio aparelho-provedor – no caso, o UOL fotoblog. Igualmente nesses limites técnicos é que cada fotoblog pode ambientar experiências de interação, seja atraindo olhares para os seus próprios quadros fotográficos, seja relacionando outros fotoblogs (por meio das molduras “fotoblogs favoritos” ou “fotoblogs comunitários”), exponenciando experiências de interação pela composição múltipla de quadros visuais, os painéis.

Tais experiências de interação são relativas à densidade de mostraçã de cada fotoblog particular, bem como dos seus usos experimentais que fazem surgir, a cada momento, um novo fotoblog – mesmo que este não passe de uma única unidade de mostraçã, com apenas uma única imagem fotográfica.

É também a imaginaçã do usuário-produtor, por meio de experimentações e jogos visuais com os limites do programa de serviçõ, que gera as experiências de interaçã. Assim, o que está para ser visto, o que está para os desejos e, por isso, está igualmente para as experiências de interaçã resulta do acionamento dos sujeitos usuários, produzindo movimentos indeterminados e imprevisíveis de abertura e fechamento de quadros fotográficos, encadeadores de fragmentos visuais que se sobrepõem ou são arranjados (distribuídos) lado a lado, legendados ou datados, comentados ou não por outros usuários.

Um único fotoblog, em diferentes postagens, pode trazer imagens fotográficas abordando diversos assuntos e temáticas. Dada essa diversidade de fotografáveis, nos perguntamos: é possível determinar a relação entre tais coleções visuais e experiências de interaçã?

À medida que buscamos “cercar” as temáticas principais implicadas na composiçã dos painéis, nos vimos diante do risco de nos perdermos em um extenso labirinto de temas e em infundáveis categorizações.

Essa tendência de pulverizaçã temática é empiricamente confirmada por meio de visitas assistemáticas (baseadas em observaçã casual) realizadas em centenas de fotoblogs; para melhor percebermos essa diversidade de assuntos e temas, apresentamos, a seguir, uma relação de temas que foram observados:

- objetos (carros, armas, brinquedos);
- natureza (flores, animais de estimaçã, selvagens, insetos);
- pessoas (indivíduos, auto-retratos, familiares, amigos reunidos, festas familiares, coletividades, criançãs, colegas de escola);

- lugares (espaços domésticos, escola, cidades, ruas, cenas urbanas, natureza e paisagens) e estruturas, arquitetura (edifícios, monumentos);
- conceitos fotográficos (texturas, abstratos, “macros”, movimento/estática);
- acontecimentos e personagens do mundo midiático (eventos, concertos, shows, notícias/jornalismo, artistas, músicos);
- desenho, arte, poesia visual;
- aventura, viagens, expedições.

Tal diversidade de experiências fotográficas está igualmente expressa na possibilidade de “de busca por temas”, geradas pelo próprio sistema (tratado anteriormente como uma moldura específica do programa-de-serviço do aparelho-provedor), que abre ao usuário um amplo leque de opções temáticas e de cruzamentos de palavras-chave, para fazer chegar a ele uma relação de fotoblogs do tema desejado (Anexo 3 – Temas cadastrados em fotoblogs).

Conscientes desses riscos e sabendo estar longe de esgotar a diversidade de assuntos e temas retratados fotograficamente, optamos por configurar uma tipologia analítico-descritiva dos fotoblogs, não centrada no seu conteúdo temático, mas em demarcações moldurais visuais que apontasse para determinados enquadramentos de usos e “efeitos de uso”, que denominaremos de “funcionalidades”<sup>39</sup>, o que melhor nos permite compreender o que aqui nos interessa, ou seja, as modalidades de experiência de interação e de dinamização geradas a partir desses usos. Optamos então por configurar o sistema de análise das molduras internas, construindo uma tipologia de usos ou, melhor, identificando tipos básicos de molduras de funcionalidade.

Cabem algumas considerações sobre o processo de concepção dessa tipologia ideal. Em nosso estudo exploratório (aliado à observação casual de fotoblogs), contemplamos tanto os casos modais, ou seja, aqueles modos de representação de acontecimento/fenômeno que são os mais recorrentes, quanto aqueles que se afastam do usual. Os casos não podem ser concretamente encontrados em estado puro, pois, na realidade, inexistem em absoluta

---

<sup>39</sup> A noção de *função*, muito embora no contexto das teorias sociais funcionalistas-positivistas (que encontra na figura de Émile Durkheim um dos seus expoentes), esteja associada à condição de *natureza* das instituições, aqui a empregamos no sentido bourdiano (Bourdieu, 1996) de *papel*, ou seja, de atribuições de instituição ou grupo relativas não a uma condição natural, mas a sua posição no campo das relações, portanto socialmente constituídas.

correspondência com a tipologia idealmente concebida; os tipos visam à análise, e nesses casos apontam idealmente à totalidade dos casos, mas não são *realmente* a totalidade.

Isso quer dizer que os casos, fenomenologicamente, mesclam características de diferentes tipos ideais. Assim, foram classificados em função da *predominância* de determinadas características (que serão explicitadas a seguir) e de sua correspondência com categorias definidas (categorias continuamente tensionadas pelo contato com os materiais empíricos, tanto os que compunham a amostra quanto os acessados pelo recurso da observação casual). Daí a importância de termos consciente e sob vigilância tais artifícios metodológicos, uma vez que necessariamente operamos reduções sobre a complexidade dos casos reais.

Dividimos os painéis em três grandes grupos moldurais, segundo sua funcionalidade, ou seja, segundo o seu papel (em termos de geração de efeitos de sentido) na molduração de usos das imagens fotográficas, em que estão implicadas as experiências de interação entre agentes usuários-produtores. Consideramos:

a) relações entre sujeitos e imagens nos painéis fotográficos geradas pelo compartilhamento de experiências dos referentes (o que mais se mostra são experiências);

b) relações entre sujeitos e imagens nos painéis fotográficos geradas pelo compartilhamento de qualidades dos conteúdos representados (o que mais se mostra são qualidades)

c) relações entre sujeitos e imagens nos painéis fotográficos geradas pelo compartilhamento de qualidades dos conteúdos fotográficos, associadas à experiência fotográfica do autor (o que mais se mostra é o próprio ato fotográfico).

**A)** Considerando relações entre sujeitos e compartilhamento de experiências – O primeiro grupo é aquele em que sujeitos e suas experiências diretas constituem o foco da mostração nas imagens fotográficas (o foco na fotografia-índice está no fundamento dos processos interacionais). De modo geral, há uma indissociabilidade, no gesto fotográfico produtor do painel fotográfico digital, entre o ser fotógrafo e o ser usuário-produtor do fotoblog, ou seja, os sentidos compartilhados se realizam reciprocamente nas condições geradas pelo gesto fotográfico e pelo gesto infográfico.

Nesse caso típico, os sujeitos aparecem nas imagens fotográficas como seus referentes e integram e constituem interações por compartilhamento de experiências concretas, diárias. Traços concretos de um mundo que se apresenta por sua objetividade são mostrados como evidências empíricas da vida cotidiana; a fotografia indica coisas ou sujeitos presentes ou ausentes. Por isso, dizemos que os processos de interação estão predominantemente liga-

dos à força indicial das imagens fotográficas partilhadas, para então ingressarem em circuitos de interpretação.

**B)** Considerando relações entre sujeitos e partilhamento de qualidades – O segundo grupo se refere às imagens fotográficas cujo foco da mostra não está diretamente relacionado à visualização dos seus sujeitos produtores-usuários ou suas experiências. Nesses casos os sujeitos geralmente não aparecem nas imagens fotográficas como seus referentes, não se mostram diretamente por meio da fotografia e não *indicam* necessariamente vivência concreta de alguma experiência fotograficamente demonstrada. Assim, os processos de interação entre os sujeitos estão quase que exclusivamente centrados no compartilhamento de qualidades imediatamente tornadas visíveis pelas imagens fotográficas. Eles dependem predominantemente da força icônica e simbólica da fotografia para que tais qualidades sejam disparadas e passem a fundar processos de interação, por partilhamento não de experiências concretas indicadas pela imagem, mas de qualidades coladas à imagem, perceptivamente significadas, que deixam vagas as suas explicações abrindo-as (tal como os índices o fazem, segundo Lefebvre) a processos interpretativos (ferramentas de conhecimento).

Aqui, de modo geral, predominam os casos em que o *fotográfico* se realiza quase exclusivamente em sua condição infográfica constitutiva dos painéis, ou seja, se realiza na ação manipulatória empreendida pelo sujeito usuário-produtor nos limites do programado nas molduras de serviço dos fotoblogs.

**C)** Um terceiro grupo de moldura funcional se refere àqueles casos específicos de painéis fotográficos digitais em que as relações entre sujeitos e imagens, e os processos de significação daí resultantes, estão predominantemente associados à experiência fotográfica do autor (associados à autoria fotográfica derivada tanto ao gesto fotográfico clássico quanto de manipulação infográfica).

Para cada um dos três grupos reunimos diferentes manifestações típicas que exemplificamos com um conjunto de recortes, compondo pequenas coleções visuais que nos permitem jogar com as experiências de interação nelas emolduradas. Os casos tomados como exemplos são citações (recortes) extraídas do UOL fotoblog<sup>40</sup>, e os apresentamos de acordo com os seguintes critérios de referencialidade:

- título original do fotoblog;

---

<sup>40</sup> Derivado de amostra intencionalmente constituída a partir de critério qualitativo previamente definido – ou seja, de pertencer o fotoblog ao grupos dos “destaques”, bem como resultante de casos obtidos a partir de observação casual, conforme procedimento descrito na introdução deste trabalho.

- endereço eletrônico (http ativo no momento da consulta);
- nome do editor do fotoblog;
- datas de postagem (que acompanham as fotos).

#### *4.3.1 Os casos típicos de molduras funcionais de partilhamento de experiências*

Integram estes casos: a) os fotoblogs que documentam o cotidiano e constituem memórias familiares ou institucionais – pessoas são retratadas em seus lugares de vivência cotidiana (de residência), a casa, a escola, o trabalho, o lazer; b) molduras de documentação e memória de deslocamentos espaciais – viagens, passeios e expedições; e c) molduras de experimentações narcíseas: efeito de retratismo. A seguir, exemplificamos cada caso com um conjunto de recortes de fotoblogs.

##### *a) Molduras de documentação e memória cotidiana*

Nessa modalidade típica de painel, os conteúdos (uma visita a um familiar, o nascimento de um bebê, um jantar entre amigos) estão sendo significados pelo olhar de quem, direta ou indiretamente, está implicado no gesto fotográfico que irá compor o painel. No entanto, se tomado pelos seus conteúdos, nos deparamos com uma variação infinita de possibilidades, por isso nos remetemos não ao conteúdo da experiência em si, mas ao fato de esse conteúdo vivencial se revelar significativamente na própria condição da experiência fotograficamente vivida, junto aos referentes (geralmente amigos, familiares, colegas de trabalho e de escola), emoldurada nos painéis.

A força com que as imagens nos lançam para exercício perceptivo depende, efetivamente, mais da mobilização dos indicativos das experiências vividas entre fotógrafo-fotografado (de ter participado diretamente das circunstâncias de tempo/espaço retidas na imagem) redefinidas pelos limites moldurais dos painéis do que de qualidades ligadas aos conteúdos das imagens ou mesmo pelo reconhecimento das experiências autorais nelas implicadas.

*a) Molduras de documentação e memória cotidiana*

1) “Familia Antunes da Silva”

<http://familiaantunesda-silva1.nafoto.net/>

Publicado por Adelina Soares



02/08/2006



01/08/2006



30/07/2006



31/07/2006

2) “Memórias fotográficas”

<http://patyrosinha.fotolog.uol.com.br/index.html>

Publicado por Pat



12/10/2005



12/10/2005



12/10/2005



05/11/2006

3) “Meu diário não secreto”

<http://cynthalves.fotolog.uol.com.br/>

Publicado por Cynthia



15/05/2004



08/05/2004



21/07/2006



09/05/2004

*b) Molduras de documentação e memória de deslocamentos espaciais – viagens, passeios e expedições*

Operando nessa mesma perspectiva de documentação e memória, pessoais ou institucionais, temos os diários fotográficos que retratam experiências de deslocamento espacial, como viagens, passeios, migrações e expedições. Aqui, também, a força de ação dos emolduramentos visuais reside em nos lançar para exercício perceptivo e interpretativo das experiências vividas entre fotógrafo-fotografado, portanto está fortemente ligada à mobilização dos indicativos dessas experiências. As coleções visuais a seguir nos permitem jogar com as experiências de interação assim emolduradas.

b) *Molduras de documentação e memória de deslocamentos espaciais – viagens, passeios e expedições*

1) “Diários de viagens – olhar sobre o mundo”

<http://pinie.fotoblog.uol.com.br/index.html>



[15/11/2005](#)



[15/11/2005](#)



[15/11/2005](#)



[15/11/2005](#)

Publicado por Marcello Nogueira

2) “Nossas aventuras”

<http://marinangelo.taraborelli.nafoto.net/index.html>

Publicado por Maura & Alcides



[07/12/06](#)



[06/12/06](#)



[06/12/06](#)



[06/12/06](#)

3)

<http://marinangelo.nafoto.net/index.html>

Publicado por Marinangelo



[07/12/2006](#)



[07/12/2006](#)



[07/12/2006](#)



[06/12/2006](#)

c) *Molduras de experimentações narcíseas: efeito “book” e retratismo:*

Aqui, também, a força de ação dos emolduramentos visuais reside em nos lançar para exercício perceptivos e interpretativo das experiências vividas entre fotógrafo-fotografado, portanto está fortemente ligada a mobilização dos indicativos dessas experiências; no entanto, a mostra fotográfica predominante nessa modalidade de painel extrai forças de significação na experiência fotográfica exclusivamente centrada no oferecimento do “eu narcísico” para o olhar do outro. Tais experimentações narcíseas constituem um caso típico de apresentação do “eu ideal”; realizam uma modalidade de painel fotográfico digital que denominamos de “efeito *book*” ou retratismo.

Uma vez que esses “seres ideais” realizam-se nos âmbitos dessas técnicas específicas, guardam, ao nosso ver, certa semelhança com os personagens que se constitem nos mundos televisivos, expresso por Suzana Kilpp (2003) através da noção de *personas*.

Adotaremos essa noção mais adiante, não para se referir a esses casos de “eus ideais” projetados nos fotoblogs, mas para se referir estritamente a outra modalidade funcional de fotoblog, que denominaremos de iconografia midiática e que lida com a reprodução de *personas* já constituídas em outras ambiências midiáticas (televisão, cinema).

As coleções visuais abaixo nos permitem jogar com as experiências de interação emolduradoras desses “eus ideais”:

c) *Molduras de experimentações narcíseas: efeito “book” e retratismo*

1) “Por me encontrar...te encontrar...”

<http://cacaubastos.nafoto.net/>

Publicado por Cacau Bastos



15/09/2005



15/09/2005



15/09/2005



15/09/2005

2) “Sonhos Perdidos”

<http://francisandrea.nafoto.net/>

Publicado por andrea



23/08/2005



23/08/2005



23/08/2005

3) “Minha vida”

<http://enso.alexandre.fotoblog.uol.com.br/index.html>

Publicado por ensoalexandre



11/11/2005



11/11/2005



11/11/2005



05/11/2005

#### 4.3.2 - Os casos típicos de molduras funcionais de partilhamento de qualidades

Nestes casos, entendemos, a força de significação que irá operar as interações resulta mais dos apelos *iconográficos* das imagens partilhadas do que das *indicialidades* reveladoras das vivências concretas dos referentes.

De modo geral, há uma dissolução tanto dos referentes fotográficos quanto da autoria da imagem fotográfica. Essa dupla dissolução de atributos fotográficos, típicos do gesto fotográfico clássico, faz com que as forças significativas tenham sua realização deslocada dos espaços e circunstâncias experimentadas na relação fotógrafo/fotografado, para se realizarem exclusivamente no ambientes digitais do próprio “painel fotográfico”. Ou seja, as interações aqui experimentadas resultam das possibilidades de produção e reprodução imagética operadas pelos seus usuários-produtores nos limites da composição moldural programadas pelos programas-de-serviço (em nosso caso, UOL fotoblog).

Integram esta modalidade os seguintes casos: a) colagens fotográficas e colecionismos temáticos; b) efeito publicidade – incluindo anúncio de serviços, objetos e pessoas; c) iconografia midiática.

*a) colagens fotográficas e colecionismos temáticos*

Por meio desta modalidade de painel, amplamente difundida, o usuário-produtor funda interações pela revelação e pelo compartilhamento de *gostos*. Esses gostos são associados a objetos, pessoas, seres animados e inanimados, conformando extensas e variadas coleções de imagens, o que nos faz perceber o quanto esse programa-de-serviço vem a se converter em um extenso banco de imagens e subjetividades. Nesta modalidade, o que menos importa é a autoria das fotografias; o foco da interação está na autoria (produção) do painel e na capacidade do seu produtor reunir fotografias e imagens digitais em torno de um gosto ou desejo. As fontes podem ser próprias (autorais) e extramoldurais (obtidas fora da ambiência da *web*) – originadas, portanto, do gesto fotográfico, sendo posteriormente encaminhadas para o interior das molduras do programa-de-serviço; mas também podem ser diretamente obtidas das redes infográficas, ou seja, coletadas na *web* ou em outros fotoblogs, dando a elas um novo tratamentos e arranjos.

*a) colagens fotográficas e colecionismos temáticos*

1) “As musas do fotoblogs”  
<http://asmusas.fotoblog.uol.com.br/index.html>  
 Publicado por Desocupados



[08/07/2004](#)



[01/07/2004](#)



[08/07/2004](#)



[08/07/2004](#)

2) “Cartazes de cinema”  
<http://cartazesdecinema.fotoblog.uol.com.br/index.html>  
 Publicado por Ed



[29/07/2004](#)



[16/07/2004](#)



[05/07/2004](#)



[04/07/2004](#)

3) “Privadas do mundo”  
<http://privadas.nafoto.net/index.html>  
 Publicado por Castelo



[30/05/2006](#)



[27/05/2006](#)



[25/03/2006](#)



[16/05/2006](#)

4) “Flores e Flores”  
<http://floresdacidade.nafoto.net/index.html>  
 Publicado por Acacio Nascimento



[19/09/2005](#)



[19/09/2005](#)



[19/09/2005](#)



[19/09/2005](#)

5) “Saudade Sampa”  
<http://saudadesampa.nafoto.net/index.html>  
 Publicada por Sra. Eli M. de Moraes



[31/12/2006](#)



[30/12/2006](#)



[18/03/2006](#)



[30/12/2006](#)

### b) Molduras publicitárias

Estes painéis estão associados à enunciação de serviços, objetos e produtos das mais diferentes naturezas. Sempre vêm acompanhados de molduras de interação, como número de telefone, endereço eletrônico, endereço residencial, além das molduras interacionais como comentários de pessoas que acessaram/compraram produtos anunciados. Essas molduras interacionais compõem e fazem operar mecanismos de confiança que variavelmente dão sustentabilidade aos laços estabelecidos no domínio dos painéis.

#### b) Molduras publicitárias

4) “laurasex acompanhante”

<http://laurasex.nafoto.net/>

Publicado por laurasex



01/12/2006



01/12/2006



01/12/2006



01/12/2006

2) “Artesanato Paraense”

<http://artesanatoparaense.foto.blog.uol.com.br/index.html>

Publicado por

[www.artesanatoparaense.blogspot.com](http://www.artesanatoparaense.blogspot.com)



06/07/2005



06/07/2005



06/07/2005



06/07/2005

3) “Fotoblog da Ise”

<http://lisefelix.nafoto.net/index.html>

Publicado por Ise



05/12/2006



05/12/2006



05/12/2006



05/12/2006

4) “Débora Dourado”

<http://deboradourado.nafoto.net/index.html>

Publicado por Débora Dourado

25/11/2006 a 01/12/2006



27/11/2006



27/11/2006



27/11/2006



27/11/2006

### c) Iconografia midiática

Assumem esta modalidade típica os casos dos painéis que fundam experiências de interações em torno do compartilhamento de gostos e qualidades colados a pessoas e coisas, cuja condição de realização da sua existência depende da midiaticização dessas qualidades (por isso lhes chamamos ícones midiáticos), como jogadores de futebol, grupos musicais, atores de filmes ou novelas, personagens de desenhos animados, entre outros. A esses personagens corresponde adequadamente a noção de *persona* (Kilpp, 2003); as *personas* são esses personagens que se realizam midiaticamente, e os *painéis* se colocam como um espaço de convergência midiática eficiente na reprodução visual dessas *personas*. Os painéis que compõem o quadro a seguir nos permitem partilhar dessa experiência.

c) *Iconografia midiática*

1) “hello Kitty”

<http://emanoela.nafoto.net/index.html>

Publicado por emanoela



[06/01/2006](#)



[06/01/2006](#)



[08/12/2005](#)



[08/12/2005](#)

2) “Rebeldes”

<http://fotosrebelde.s.nafoto.net/index.html>

Publicado por Ellen



[24/12/2005](#)



[20/12/2005](#)



[24/12/2005](#)



[20/12/2005](#)

3) “Rock Girl”

<http://priscilla-slip-knot.nafoto.net/index.html>

Publicado por Priscilla Root



[10/12/2005](#)



[10/12/2005](#)



[10/12/2005](#)



[08/12/2005](#)

4) “Ronalinho Gaúcho”

<http://ronaldinhogaúcho.nafoto.net/>

Publicado por Publicada por lucas



[27/06/2006](#)



[27/06/2006](#)



[27/06/2006](#)



[27/06/2006](#)

4.3.3 *Os casos típicos de molduras funcionais de partilhamento de qualidades implicadas no gesto fotográfico/infográfico*

a) *Pictorialismo infográfico*

Temos aqui composições visuais dos mais variados temas, estilos e padrões artísticos. Denominamo-as de pictorialismo infográfico pela referência, *in continuun*, à arte pictórica, pós-fotograficamente constituída, sob efeito das manipulações digitais (infográficas). Muito embora saibamos que todo material, uma vez digitalizado, possa sofrer tal ordem de manipulações, nos casos que aqui apresentamos elas assumem centralidade justamente pela força que operam na composição dos sentidos, criando jogos e poéticas visuais.

Nestes casos, estamos entendendo que o “gesto fotográfico clássico”, nos termos de Flusser, é extrapolado. Ou seja, ao se realizar na condição moldural dos painéis fotográficos, a relação estrita entre aparelhos fotográficos e fotógrafo/fotografados perde força nas operações de significação. Esse deslocamento de centros de ação significativa – do gesto fotográfico (da relação fotógrafo/fotografado) para manipulações infográficas – é possível gra-

ças à capacidade gerada nessas imagens (pelas relações entre sujeitos, aparelhos e programas nelas implicadas) de se constituir simbolicamente como fotografia, mesmo que sua realização, nos painéis, seja de natureza puramente infográfica. É justamente esse exercício que garante a condição de “fotográfico” a essas composições visuais típicas, que aqui estamos denominando de pictorialismo infográfico.

*a) Pictorialismo infográfico*

3) “Sexo violento & chic”

<http://janine.nafoto.net/index.html>

Publicado por JANINE



[27/10/2006](#)



[27/08/2006](#)



[20/06/2006](#)



[28/03/2006](#)

2) “Por dentro”

<http://flaviarubim.nafoto.net/index.html>

Publicado por flavia rubim



[26/11/2006](#)



[09/11/2006](#)



[23/11/2006](#)



[25/11/2006](#)

3) “Fotoblog de Evans.edcarl”

<http://evans.edcarl.nafoto.net/index.html>

Publicado por evans



[10/11/2006](#)



[10/11/2006](#)



[10/11/2006](#)



[10/11/2006](#)

*b) Pictorialismo fotográfico*

Já o que estamos entendendo por pictorialismo fotográfico são os casos em que a realização funcional dos painéis fotográficos digitais depende da associação de princípios fotográficos e infográficos (associação entre dispositivo-fotógrafo/fotografado mediada por manipulações digitais). Aqui, os ensaios fotográficos que compõem os painéis tratam de demonstrar e reforçar a autoria fotográfica, seja amadora ou profissional, nos revelando as relações fundantes do gesto fotográfico de Flusser, em detrimento de manipulações infográficas.

Embora seja evidente o aspecto indicial dessa modalidade de painel, ou seja, o painel indicar as qualidades da experiência fotográfica vivida pelo fotógrafo, essa força indicial não supera a força com que as imagens nos lançam para o exercício perceptivo. Aqui aparecem as fotografias que apelam para sensibilidades intimistas e sociais; é comum virem acompanhadas de fragmentos de textos (letras de música, poesia) e até mesmo de música. No entanto, diante dessas imagens, somos efetivamente mobilizados muito mais por senti-

mentos ligados à superfície das imagens, planos e enquadramentos, reveladores das qualidades autorais implicadas no gesto, do que pelo reconhecimento das experiências vivenciais nelas indicadas.

As coleções a seguir nos permitem jogar com tais experiências.

### b) Pictorialismo fotográfico

1) “Brincando com luz”

<http://slps2.nafoto.net/index.html>

Publicado por Sérgio Luiz P. Silva



[27/10/2006](#)



[27/10/2006](#)



[27/10/2006](#)



[27/10/2006](#)

2) “Paulo Lima”

<http://psnl.fotoblog.uol.com.br/index.html>

Publicada por Paulo Lima



[08/09/2004](#)



[08/09/2004](#)



[29/11/2006](#)



[29/11/2006](#)

3) “Sampa no buraco da agulha”

<http://pinhole.nafoto.net/index.html>

Publicado por Aurélio



[12/05/2005](#)



[22/07/2006](#)



[04/05/2006](#)



[10/10/2006](#)

4) “Urbanos”

<http://photomais.nafoto.net/index.html>

Publicada por Ricardo Lêdo



[23/11/2006](#)



[15/06/2006](#)



[23/11/2006](#)

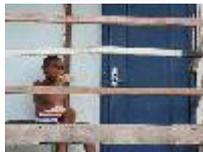


[23/11/2006](#)

5) “Contraste”

<http://contrastes.nafoto.net/>

Publicado por Eduardo Fahl



[27/11/2006](#)



[27/11/2006](#)



[27/09/2005](#)



[22/09/2005](#)

6) “Experimentação fotográfica”

<http://aghizi.nafoto.net/index.html>

Publicada por André Ghizi



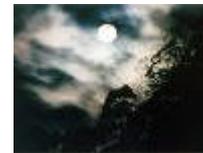
[16/03/2004](#)



[16/03/2004](#)



[16/03/2004](#)



[19/11/2005](#)

## 4.4 Considerações sobre o estudo das molduras internas

A que conclusões chegamos com essa análise moldural? O que ela nos revelou? Tais funcionalidades sgnicas que se realizam em diferentes experimentos aqui tipificados estão nos fundamentos dos processos de magicização geradores de *acontecimentos*, por meio dos

quais se realizam tanto as subjetividades visualizadas quanto o próprio aparelho que torna possível a molduração dessas funcionalidades.

Os painéis digitais (o que também poderíamos denominar de mundos infográfico), tal como experimentamos no exercício de tipificação realizado, hibridizam tecnicamente ficção e realidade fazendo nascer um acontecimento “simétrico e equivalente” à ficcionalidade infográfica. Nesses termos o mundo infográfico dos painéis digitais constitui-se, tal como o “mundo televisivo” de Kilpp, em um “mundo *sui generis* e em relação com outros mundos” (2003, p.100).

Ainda seguindo o raciocínio de Kilpp, teríamos nesses programas-de-serviço instaladores dos painéis fotográficos digitais o equivalente aos gêneros televisivos, no sentido de que, mais do que relativizar as noções de “real” e “ficcional”, “participam da instituição imaginária da metrópole comunicacional, dissolvendo certos mundo e instaurando novos” (2003, p.100).

Esse “fazer-se acontecimento”, fundado nesses diferentes experimentos infográficos, é incorporado às práticas cotidianas e passa a integrar o conjunto das ações humanas, compondo ethicidades, modos de ser. Vemos aí conformadas novas condições de reflexividade contemporânea (de representação de modos de ser e de estar no mundo, de modos de inteligibilidade desse mundo e de reconhecimento do entorno social). As ethicidades digitais constituem-se como sistemas abstratos (molduras midiático-digitais que envolvem sujeitos, aparelhos e programas) e, como tal, operam como fontes dinamizadoras de laços de sociabilidade, e são fundamentos objetivos de dinamização social. Esse assunto será melhor aprofundado no próximo capítulo.

## **5 ETHICIDADES DIGITAIS E REFLEXIVIDADE MUDIATIZADA**

Parece-nos importante reconhecer que os processos configuradores de uma cultura digital – uma nova modalidade de interação mediada – estão operando sobre a sociabilidade contemporânea, o que também estamos observando no estudo que realizamos em fotoblogs.

Os fotoblogs, aqui tratados como uma modalidade contemporânea de painel fotográfico, extremamente vulneráveis pela sua infinita reprodutibilidade e deletabilidade, radicalizam formas de mostração de aparências, nas quais depositamos confiança suficiente para assegurar modos específicos de interações sociais, sejam sem-face, como diria Giddens (1991), sejam fantasmáticas, como diria Aumont (2004) – perspectivas essas típicas da modernidade – ou sejam interações com faces virtuais, pós-humanas, no dizer de Santaella (2002, 2005) – perspectiva que se define pós-moderna.

### **5.1 Confiança em sistemas abstratos como fundamento das ethicidades digitais**

As ethicidades digitais constituem-se como sistemas abstratos (molduras midiático-digitais que envolvem sujeitos, aparelhos e programas) e, como tal, operam como fontes dinamizadoras de laços de sociabilidade: são fundamentos objetivos de dinamização social.

No contexto de reconfiguração das mediações e de novos sujeitos, expressas nos fenômenos da virtualização (que radicalizam as relações desencaixadas do tempo e do espaço), cremos, devem operar reversos de estabilidade relacional; por ser *o novo* um dispositivo tecnologicamente dotado da capacidade de nos colocar diante de relações com face, mas essas faces são imagens virtuais – podem ser qualquer coisa –, necessitamos de demarcações simbólicas, legitimadas em sistemas abstratos em que confiamos. Essas demarcações instauram referencialidade (o que Giddens denominaria de *reencaixe*), que estamos tratando aqui por *molduras*, que podem não existir senão como feixes de luz na tela de um computador,

mas que funcionam *simbolicamente* estendendo-se para além dela – são forças reversas capazes de nos reter na fluidez típica das mediações digitais.

Tais molduras operam, reversamente, na geração de forças de estabilidade (tipicamente moderna), demarcando um conjunto de crença que se estabelecem como referência que me permite confiar naquilo que apenas vejo, independente daquilo que não vejo, mas acredito. Esses reversos são produzidos nas relações humanas e se revelam na produção de molduras que garantem a realização tanto daquilo que está exteriorizado na superfície da imagem – o interior da moldura – quanto do que ficou excluído dela.

Modernamente, para se constituir o eu, era exigido do sujeito a sua mostração (Berger): sua visibilidade se constituía em várias instâncias que deveriam ser publicizadas; no entanto, não se formava na publicização em si (pois a constituição dos sujeitos se dava prioritariamente em outras instâncias de realização: eficiência no amor, competência no trabalho, na guerra, nos estudos, na casa). Hoje, segundo vimos, a realização do sujeito está na própria condição da mostração, na aparência das coisas, tais como se dá a ver. Essa é a sua condição de formação, de constituição.

Quando, a partir de Linhares Sanz (2005), nos voltamos à natureza técnico-digital dos modos contemporâneos de produção, armazenagem e circulação das imagens fotográficas digitais, demarcando o que seria tipicamente uma experiência fotográfica pós-moderna (distinta da experiência fotográfica moderna<sup>41</sup>, de natureza analógica), percebemos esses novos processos fundando novos princípios de visualidade aos quais se associam novas experiências de tempo (presente contínuo) e novas experiências de subjetividade, exteriorizada pela imagem, o que implicaria no declínio da interioridade dos sujeitos, enquanto o público seria progressivamente “inundado por imagens da intimidade e projetos individuais”.

O modo de realização dessa nova subjetividade – que, segundo Bruno, nada nos permite dizer que seja menos autêntica, ou, como estamos dizendo, menos legítima que aquelas que se configuram em condições de presencialidade (face a face) – se sustenta naquilo que nos é dado à vista, ou seja, realiza-se efetivamente no âmbito da superfície e da exterioridade do plano das imagens.

Quando perguntamos sobre que condições poderiam estar igualmente operando sobre essa superfície (aparência de superfície), para além do que está exteriorizado nas imagens

---

<sup>41</sup>Creio ser eficiente a possibilidade de relacionar as técnicas analógicas de produção (e também o álbum de família ou os retratos expostos nas paredes das salas) às noções de fixidez, volta ao passado, memória (segundo Sanz (2005, p. 1) “viajar no tempo e reenquadrar, através de um olhar atual, os acontecimentos passados”), privacidade protegida (nítida demarcação entre público e privado), individualidade e subjetividade interiorizada como atributos de uma cultura burguesa, moderna.

como conteúdos de um ser ideal, ou para além da visibilidade do ser ideal nelas contidas, somos levados a perceber que diferentes operadores de sentido estão agindo e contribuindo na conformação dessas novas formas de mediação (interações comunicacionais). Tais operadores vem sendo aqui tratados como molduras, justamente pela sua força delimitadora de sentidos.

Estamos percebendo que é justamente no interior dessas molduras, onde instauram-se experiências de interação mediada pelo partilhamento de múltiplas composições fotográficas, que o princípio da visibilidade é levado à condição de realização plena das subjetividades, condição de um “ideal de ser” (BRUNO, 2005), cuja condição de existir está fundada naquilo que, simplesmente, se dá a ver. Os painéis, assim emoldurados, produzem o *efeito* de um “eu ideal” que correspondem, segundo Bruno, às exigências dos olhar contemporâneo.

Tais composições são variadas, e se referem comumente ao cotidiano dos seus usuários-produtores, sendo compostas pelo partilhamento de experiências dos referentes, nos limites do que denominamos de *molduras de documentação*, *molduras de memória cotidiana* e, destacamos aqui, *molduras de experimentações narcíseas*.

Esse *ideal de ego* que estaria regendo o olhar contemporâneo vemos expresso predominantemente nas modalidades de fotoblogs que denominamos de “*book*” ou *retratismo*, ou seja, a experiência fotográfica predominante nessa modalidade moldural extrai forças de significação justamente pela capacidade de garantir ao olhar do outro o foco no oferecimento do *eu idealizado*, o “eu narcísico”.

Concordamos com Sanz quando a autora se refere às subjetividades contemporâneas, buscando demonstrar o quanto estas estão essencialmente marcadas pela necessidade de visibilização (exteriorização) da intimidade como modo de realização – o que, no seu entender, representaria um declínio da interioridade –, e entendemos que essa marca vem sendo radicalizada e intensificada pela disponibilidade tecnológica digital (reprodutibilidade exponeciada), a ponto de evidenciarmos um significativo deslocamento na maneira de construir “as imagens de nós mesmos”.

Tecnologicamente a exposição das nossas representações imagéticas estende-se para todo o globo, e a mesma operação técnica de mostraçõo tanto fortalece laços e marcas de identificação, por exemplo entre grupos de amigos, quanto representa a dissolução e o declínio da intimidade. O que nos importa reconhecer é que o que está na superfície da imagem, por mais que aponte para o declínio da interioridade, pode igualmente exigir de usuários-produtores anônimos uma intimidade em partilhar códigos de identificação no mar de ima-

gens auto-anuladoras<sup>42</sup> existentes na rede; essa codificação é de tal modo elaborada nos limites das molduras técnicas de um aparelho e seus programas (como o caso de um fotoblog) que funciona como proteção e/ou demarcação contra quem queira invadir a sua intimidade.

Muito embora tecnicamente as imagens privadas estejam globalmente disponíveis para serem vistas (como *usuário* da rede, qualquer um pode vê-las, “invadindo” de forma consentida a sua privacidade), cremos que, no interior desse mesmo fenômeno, é possível visualizar/perceber o que chamamos anteriormente de *reversos estabilizadores* das relações desencaixadas. É uma força que, na fluidez e volatilidade técnica da rede, retém a dispersão das interioridades e a reorienta, mesmo que em saltos, em direção a uma coesão mínima das relações sociais, que se produzem tanto na cotidianidade das experiências de interações mediadas quanto nas relações presenciais (interação face a face) da vida. Melhor seria dizer que as interações se produzem nos espaços (cibernéticos ou não) da tensão entre forças de dispersão e de coesão.

No mundo da vida, quando indivíduos acessam nos painéis fotográficos digitais (em fotoblogs, *sites* pessoais ou álbuns virtuais) imagens-experiências-qualidades-gestos fotográficos, que de algum modo estão associadas às suas experiências vividas (reais ou ficcionais), fazem-no, pelo que se percebe na maioria dos casos observados, em função de uma rede nucleada por sentidos partilhados (identidades). Nesse caso, o indivíduo opera em uma área demarcada, em uma esfera de reconhecimento, de intimidade, mesmo que, pela suscetibilidade técnica, possa ser considerada desprotegida, fluida e globalmente aberta.

O que se quer dizer é que tais esferas demarcadas de intimidade não são protegidas por mecanismos físicos, como álbuns guardados em armários, ou técnico-digitais, como senhas eletrônicas, mas por um “consentimento” de acesso, que se realiza via intensificação de interfaces digitais (molduras digitais). Resultam mais do partilhamento, no contexto das molduras digitais dos painéis, de experiências que encontram (ou não) ressonância na vida fora dessas molduras, mas que devem ser molduradas, para nela se estenderem e continuarem, integrando outros que deixam de ser estranhos por partilharem dos mesmos “vividos”. Integram-se “organicamente”, no mesmo sentido, as experiências vividas concretamente fora das molduras, com as experiências concretamente vividas no interior das molduras midiá-

---

<sup>42</sup> Lembramo -nos, aqui, do que nos fala Sanz (2005, p. 2) sobre o cancelamento de sentido que se processa quando estamos diante de uma grande quantidade de imagens e notícias que diariamente são produzidas, veiculadas e disponibilizadas ao nosso acesso: “Quando o número de acontecimentos noticiados é gigantesco, há uma espécie de cancelamento mútuo: todos os fatos são acontecimentos e, ao mesmo tempo, nenhum o é efetivamente”.

tico-digitais. Esse ao mesmo tempo “dentro e fora” da moldura é que institui, ao nosso ver, as novas mediações.

É certo dizer que qualquer *estranho* pode ver e estabelecer contato e acessar dados expostos na rede e que representam visualmente “o meu íntimo”. Porém, enquanto esse estranho não partilhar códigos, pelo acionamento de molduras múltiplas que demarcam sentidos, ele poderá ser mantido à margem do núcleo de interesse moldurado e, nesses termos, o melhor a dizer é que a intimidade não se realizou, muito mais do que dizer que se desfez na exteriorização.

A interioridade dos sujeitos (ou a profundidade do ser) não se esvai absolutamente na visualidade fluida da sua existência digital: permanece presente, segue no foco de investimento, cuidado, controle, assim como não deixa de ser a morada da verdade ou do desejo do sujeito. O seu sentido e realização se dá tanto na superfície da imagem quanto fora dela; em ambos os casos exigem confiança aportada em sistemas abstratos dispersos nos novos espaços cibernéticos (nas relações constituídas nesses novos espaços, operando com sentidos aí constituídos), mas igualmente reencaixados aos lugares concretos, às condições de presencialidade, do compartilhado face a face. De modo geral, são novos mundos: realidades compartilhadas com face virtual e com face de realidade vivida e virtualizada, mostrada, tornada visível para constituir o que sou e os que são comigo.

Há, portanto, algo de demarcação e de proteção às intimidades, mesmo no contexto de fluidez da rede. Faces, lugares, objetos, memórias, gostos são molduras que funcionam como freios reversos. A efetiva participação na rede cibernética aberta ao mundo depende de ultrapassar uma proteção que não é física, nem técnico-digital (já que tecnicamente até mesmo senhas de acesso podem ser rompidas), mas é afetiva, socialmente produzida, que depende de ser mostrada e de ser vista, aliás como desde sempre o foi. Depende de ser partilhada, e de legitimar-se pela condição essencial da não-contradição entre a “mostra daquilo que vive” e o que “vive daquilo que mostra”. Esse núcleo de pertencimento associa, por sobreposição moldural, virtualidade e presencialidade, globalidade e lugar. E a nossa interioridade digitalmente visualizada ganha força à medida que se aproxima desses núcleos moldurais.

No entanto, nosso interesse não recai sobre os múltiplos modos de realização das nossas subjetividades diante das inúmeras conformações imagéticas possíveis de “nós mesmos”<sup>43</sup>; interessamo-nos, sim, pelos fundamentos sógnicos, midiaticamente emoldurados nos

---

<sup>43</sup> Os estudos realizados por Bruno e Sanz estão orientados por esse interesse, bem como os estudos de Matuck e Meucci (2005).

painéis, e que tornam possível a realização das subjetividades (em exteriorizações não-presenciais), que transformam os sujeitos em co-autores e co-criadores das ambiências em que se realizam subjetivamente – o que exige o domínio de sistemas peritos capazes de fazer operar, pelo uso, as molduras que as definem; que tornam possível a realização das experiências de mostraçãocomo acontecimento<sup>44</sup>, seja ele multifragmentado ou não, cuja significação se processa na não-linearidade das idéias, na estruturação multifragmentada de informações e na sua presentificação.

Nesses termos é que reconhecemos, nessas tecnicidades dos ambientes midiático-digitais, os esquemas e mecanismos de segurança ontológica que permitem aos sujeitos, nas relações sociais (mesmo diante dos riscos<sup>45</sup> implicados nessas ambiências midiático-digitais), compor uma ethicidade digital fundada no reconhecimento de si e do outro, mediados por um sistema abstrato, desencaixado do tempo e do espaço, sem face, cuja experiência exige perícia (reconhecimento das condições de tecnicidade). Tais essencialidades estão radicadas nas mentalidades e sensibilidades modernas (compõem a idéia de modernidade).

A partir dessa ordem de entendimentos fomos levados a desenvolver proposições interpretativas acerca dos painéis fotográficos digitais entendendo-os *como experiências mediadas (de interação)* em que as subjetividades (que aqui estamos tratando como *experiências subjetivas*) são magicizadas *como acontecimento midiático*. O partilhamento de vivências se realiza por meio da sua emolduração em acontecimento (operação midiática), que é incorporada às práticas cotidianas e passa a integrar o conjunto das ações humanas, compondo *ethicidades digitais* (modos de ser) e, assim, conformando novas condições de *flexividade* contemporânea.

## 5.2 Visualidade nos painéis como acontecimento-produto

O que nos permite afirmar que tais painéis fotográficos digitais resultam em *experimentos de interação* em que as *experiências* particulares, as subjetividades (ou, ainda, no dizer de Sanz e Bruno, interioridades) são magicizadas *como acontecimento midiático*? Em nosso entender, o que responde a essa pergunta não é apenas o fato de tais experiências estarem aportadas em aparelhos e programas midiáticos que operam na sua molduração, com-

---

<sup>44</sup> Tais experiências de mostraçãomolduradas a partir de programas de um aparelho-provedor (nesse caso, oUol fotoblog) correspondem ao que, a partir de Berger e Aumont (conforme vimos no capítulo 2) denominamos aparências idealizadas de experiências.

<sup>45</sup> O risco aqui se refere à perda de referencialidade na representação do real: o que é dado a ver pode ser qualquer coisa, inclusive o que se vê.

pondo redes pessoais de significação (associadas estritamente aos produtos de um usuário-produtor individual). É o fato de, por meio dessas mesmas moldurações, no compartilhamento visual de vivências, reproduzirem redes de significação que transcendem a esfera das redes de relações fundadas em usos individuais e se transformam em um componente de realização do próprio aparelho e seus programas-de-serviço: transforma em acontecimento-produto a ação do próprio provedor. O acontecimento-produto se realiza, portanto, pelo jogo sincrônico das objetividades programadas nos aparelhos e das intencionalidades subjetivas. O produto desse jogo é a visualidade, principal expressão do acontecimento midiático no âmbito dos painéis.

Analisamos agora como se reproduzem essas redes de significação que transformam a ação do próprio provedor em acontecimento-produto.

Os painéis são produtos<sup>46</sup> e estão associados a macromolduras comerciais que os colocam em circuitos comunicacionais e garantem sua realização na medida mesma em que estes realizam o negócio de aparelho-provedor (o consumo, pelo uso, dos seus programas-de-serviço), segundo os metaprogramas de um capitalismo informacional. Dito de outro modo, os painéis são moldurados como produto de mercado informacional, cuja realidade depende da realização de experimentos da subjetividade em redes de relações fundadas em usos individuais.

O usuário-produtor *assinante* ou *visitante* é quem faz a ativação das operações de acesso, visualização e desenvolvimento dos diferentes programas-de-serviços disponíveis nas diferentes dimensões moldurais constitutivas do próprio aparelho-provedor. O usuário-produtor dispara ações de produção e consumo, mas sempre nos limites dos programas moldurados e molduradores do aparelho-provedor – no caso aqui estudado, temos o *aparelho* UOL provedor e o *programa* UOL fotoblog.

O que permite transcender a esfera das redes de relações fundadas em usos individuais transformando os painéis em um componente de realização do próprio aparelho e seus programas-de-serviço é a *emolduração do produto* “*acesso à visualidade*”.

As motivações de acesso e interação por meio das quais o usuário vai acionar e interromper fluxos de visualização (assim é que se produz o produto “acesso à visualidade”) es-

---

<sup>46</sup> Foi a partir de 2004 que os chamados “diários pessoais” passam a figurar entre os programas-de-serviço oferecidos no UOL. Os blogs estréiam, seguidos do fotoblogs e dos serviços do álbum de fotos para produtores-usuários assinantes. Já a partir de 2005 os fotoblogs ficam acessíveis também aos produtores-usuários visitantes. Ainda em 2005, passam a ser integrados à telefonia celular por meio da qual podem ser atualizados. Os blogs e os fotoblogs também serão integrados aos serviços de correio eletrônico e de comunicação instantânea do UOLwebmail; assim, fotografias, textos, mensagens, conversação instantânea (bate-papo) passam a ser integrados à telefonia celular (SOBRE UOL).

tão programadas pelo aparelho-provedor UOL, no âmbito dos serviços que molduram o uso (programa-de-serviço). No caso do UOL fotoblog (conforme vimos anteriormente, no capítulo 3), são variadas as molduras de acesso: *acesso motivado por publicização* (“fotoblogs legais”, “fotoblog especial”, “fotoblogs legais – destaque do público”, “ranking”), *acesso através de ferramentas de busca*, *acesso motivado por publicização e sobreposição de molduras* (“fotoblogs comunitários” e outros programas-de-serviços constitutivos da macromoldura UOL (UOL blog, UOL sites, UOL álbum de fotos, videolog)).

Temos que o produto fundamental dos processos de emolduramento, definidos no âmbito dessas molduras de acesso e visibilidade dos fotoblogs, é o próprio *acesso à visibilidade*<sup>47</sup>: todos os mecanismos do programa-de-serviço (ferramentas de desenvolvimento e configuração) disponibilizados pelo aparelho-provedor estão orientados a aumentar a capacidade de visitação aos fotoblogs. A visibilidade dos experimentos dos usuários-produtores depende dessa capacidade de mostraçã, tanto quanto dela depende o próprio aparelho-provedor e suas macromolduras patrocinadoras.

Dito de outro modo, aliada à capacidade de os usuários-produtores ampliarem a visibilidade dos seus materiais está a capacidade de publicizar não apenas fotos particulares, mas, principalmente, componentes macromoldurais: a divulgação de um fotoblog (ou de uma única foto) é igualmente a publicização dos programas-de-serviço da macromoldura (produtos e serviços gratuitos ou pagos), bem como das suas capacidades técnicas. Uma vez ampliada as chances de divulgação de um programa-de-serviço específico, tem-se igualmente ampliado o alcance de visibilidade e acesso às macromolduras patrocinadoras (links patrocinados). Por isso a importância de fazer chegar aos usuários dos fotoblogs os modos e as estratégias de divulgação dos seus materiais, pré-configurando ao máximo essas disponibilidades técnicas, bem como fortalecendo o valor das capacidades de tornar visível os materiais fotográficos (“Divulgue suas fotografias!”).

Estamos vendo que a relação entre os sujeitos usuários-produtores e os aparelhos está contida nas molduras do programas-de-serviço dos painéis; estes visam fundamentalmente assegurar a reprodução *do seu uso* como produto midiático-digital, gerando condições técnicas e competências capazes de criar, armazenar e atualizar – inserindo/apagando – as imagens fotográficas que lhe são constitutivas.

---

<sup>47</sup> Em *A busca é a mensagem*, Sandra Montardo (2006), analisa a relação entre programas de busca (que aqui entendemos como um programa-de-serviço) e suas aplicações publicitárias e de marketing. Através de links patrocinados e Marketing de Otimização de Busca, operações comerciais ajustam-se ao formato da internet (ajustam-se, em nossas palavras, às composições moldurais de diferentes programas-de-serviços de sites e provedores de internet), convertendo as suas próprias molduras (mensagens audiovisuais) em objeto comercial.

Nesses termos é que associamos a reprodutibilidade de um painel à sua capacidade de atualizar-se: a reprodutibilidade desse produto, que é o seu uso pela mostraçãõ e visualizaçãõ (sua visibilidade), está associada às condições de atualização (continuidade e permanência) e circulação (novos acessos) das imagens colocadas à mostra. Essa atualização dá-se tanto por intensificação da densidade de mostraçãõ, o que significa somar novas imagens às já existentes, quanto pela operação de substituiçãõ – deletabilidade – das imagens antigas e inclusão de novas. De qualquer modo, quanto mais o processo de atualização incidir sobre o aumento da densidade de mostraçãõ (e não resultar apenas de substituiçãõ de antigas imagens por novas) maiores as chances de reprodutibilidade dos painéis.

Nessa perspectiva, assume importância a capacidade de tornar as produções visuais particulares em acontecimento e de aportá-las às redes comunitárias e circuitos de amizade. No final do ano de 2005, o UOL K estreou como uma rede de relacionamento gratuita integrando vários serviços (blog, videoblog, chat, e-mail, telefonia celular). Em 2006 a empresa lançou o UOL fone, aberto a qualquer internauta. Na rede de relacionamento UOL K os internautas cadastrados no bate-papo ganharam perfil com foto, e os fotoblogs podem receber até quatro mil fotos. Daí o porquê de considerarmos *produto* não apenas as imagens compartilhadas, mas a capacidade de torná-la visível, tanto quanto as macromolduras que a sustentam, para o maior número possível de pessoas.

Mas a reprodutibilidade desse produto, que, como dissemos, é o próprio uso pela visibilidade, está igualmente associada às condições de vinculação ao denominarmos de *circuitos de confiança*. Referimo-nos, aqui, aos mecanismos que viabilizam acionamento de acesso direto a outros fotoblogs selecionados pelo usuário e emoldurados como “fotoblogs favoritos” e acesso a redes de recomendação de fotoblogs com experiências afins (moldura “recomendo”). Esses mecanismos, como visto no capítulo 4, são gerenciáveis no âmbito das molduras de configuração dos fotoblogs e estão ligados à publicização dos programas-de-serviço da macromoldura (produtos e serviços gratuitos ou pagos) – podem ou não ser acionados pelo usuário-produtor. Tais circuitos instauram processos de auto-referencialidade, vitais para o funcionamento da macromoldura.

Os processos interacionais demandam, nesse caso, a configuração de circuitos de confiança. As noções de *comunidade* e *amizade* reincidentes na enunciação dos produtos e serviços do aparelho-provedor não são apenas algo a mais, simples qualificadores dos processos interacionais instaurados pelo compartilhamento visual (do que se leva à mostra). Elas efetivamente fundam a própria condição de ser do programa-de serviço ofertado pela empresa; ou seja, ligado a essa sua qualificação está o “acesso à visibilidade” como condição cons-

titutiva do próprio ambiente de consumo, o que depende da operação simbólica das noções de “amizade”, “comunidade”, “permissão” e “convite”. Expressões como “agora é só mostrar para os amigos” ou “envie para um amigo” apontam para a centralidade desses circuitos de confiança (pautados na noção de amizade) na constituição do programa-de-serviço ofertado pelo aparelho-provedor (o que se faz possível justamente nos limites programados dessa macromoldura que é, nesse caso, o provedor UOL).

O que nos importou até aqui foi perceber o quanto esses mecanismos abrem possibilidades para a composição de redes moldurais que, tecnicamente, se compõem e recompõem de modo inesgotável. E mesmo que esses painéis corram o risco de esvaziamento de sentido, pois na complexidade da rede podem assumir o sentido de “sempre ser a mesma coisa” (Bruno) ou, ainda, de nada representar (nem experiências vividas, nem qualidades partilhadas, nem gesto fotográfico reconhecido), essa mesma rede compõe o programa-de-serviço que faz os painéis fotográficos pessoais se converterem em um extenso banco de imagens e subjetividades de propriedade legal do aparelho-provedor que fornece aos usuários-produtores as condições técnicas de realização visual das suas subjetividades.

### **5.3 O processo de emolduração do acontecimento-produto: os painéis como experiência do acontecimento**

Segundo vimos, a partir de Sanz e Bruno, “não se *fotografa* o acontecimento, se faz acontecimento por ser fotografado”. Adequando essa máxima ao nosso propósito de análise, poderíamos complementar dizendo que “se faz acontecimento por ser emoldurado midiaticamente”. Esse é o caso dos “painéis”<sup>48</sup> fotográficos. Eles se realizam em emolduramentos midiáticos e sob essa condição realizam o acontecimento, *onde jogam* tanto as intencionalidades subjetivas (de exteriorização das intimidades) quanto as objetividades programadas nos aparelhos, ou seja, constituem-se os “painéis” fotográficos como ambientação midiática, segundo critérios próprios de um aparelho-provedor e de seus programas-de-serviço.

A partir do interior dos painéis (esses que se realizam por meio de operações sígnicas da ordem do pós-fotográfico, implicados por processos de virtualização), instauram-se experiências de interação mediante o partilhamento de múltiplas composições fotográficas e seus

---

<sup>48</sup> A Noção de *painéis* deriva, como vimos no capítulo 2, das noções de quadro-limite, o fora-de-quadro e os quadro-janelas (Berger e Aumont), aplicada à análise das pinturas; noções essas que nos permitem discutir os modos de organizar as aparências idealizadas das nossas experiências.

componentes textuais. Tais composições resultam dos processos de molduração que denominamos de molduras internas de interação. Toda a diversidade de situações, reunida nos três *tipos* de experiências de interação<sup>49</sup>, está no fundamento do processo de emolduração do acontecimento. Em todos esses casos, a geração de painéis individuais está associada às operações geradas pelo aparelho-provedor de onde se dispara o processo de emolduração do acontecimento. Sempre estão, sujeitos e aparelho, em situação de jogo (Flusser), tensionando agendas temáticas individuais e agendas operadas midiaticamente. Uma modalidade típica de acontecimento organizado através dos painéis pode ser observado naqueles casos força sígnica das coleções de fotografias e imagens digitais instauram molduras documentais e memórias de grupos e/ou indivíduos (rever modelos, capítulo 4): tais casos demarcam experiências de interações à medida que conteúdos apresentados nas fotografias são significados pelo olhar de quem, direta ou indiretamente, está implicado na própria condição da experiência vivida junto aos referentes. As imagens, poses com amigos, familiares, animais, objetos, ou mesmo auto-retratos, em circunstâncias de uma visita a um familiar, o nascimento de um bebê, um jantar entre amigos, indicam experiências partilhadas no próprio gesto fotográfico, em que fotógrafo-fotografado participam diretamente das circunstâncias de tempo/espaço retidas na imagem. As interações, nesses casos, dependem da força de ação das imagens em nos lançar para exercício perceptivo e interpretativo das experiências vividas entre fotógrafo e fotografado, portanto está fortemente ligada à mobilização dos indicativos dessas experiências. Mas há casos em que as agendas midiáticas se sobrepõem às individuais. Esses, muito embora sejam pouco representativos no contexto temático dos painéis, recebem o destaque de “fotoblogs especiais”. Os “fotoblogs especiais” são definidos pela relação que os usuários-produtores dos painéis estabelecem com acontecimentos midiáticos que integram as agendas macromoldurais (por exemplo, jornais e notícias *online*), e que se constituem como tal no âmbito dessas dimensões macromoldurais. No entanto, para esses casos desenvolve-se uma moldura específica, e os usuários-produtores são orientados a enviar suas fotos para compor um painel *especial* com um endereço eletrônico específico. Como exemplo de um painel fotográfico, composto a partir da interação direta entre aparelho-provedor (seus peritos) com usuários-produtores de fotoblogs, podemos retomar os casos dos “Jogos Pan Americanos” (ver quadro 2) e do “Seu Réveillon” (ver quadro 3).

---

<sup>49</sup> Quanto a essas molduras internas de interação, os painéis foram classificados em três grupos moldurais, segundo efeitos de sentido gerados na molduração das imagens fotográficas, em que estão implicadas múltiplas experiências de interação entre agentes usuários-produtores. Ver capítulo 4.

## Quadro 2 - Exemplo do Fotoblog Especial “Jogos Pan Americanos 2007”



01/07/2007 a 31/07/2007

**VOLTAR PARA PÁGINA INICIAL**



Enviada por **Frederico Cruz**  
(Rio de Janeiro - RJ)

"Minha mãe com o campeão pan-americano de caratê Juarez Santos. Valeu Brasil!"

30/07/2007 Publicada  
por UOL Fotoblog | Enviar esta foto  
por e-mail [voicenopan@uol.com.br](mailto:voicenopan@uol.com.br)



## Quadro 3 - Exemplo do Fotoblog Especial “Seu Réveillon 2008”



Enviada por **Marcos De Martini**  
(São José do Rio Pardo-SP)

“As donas da casa”

Mande suas fotos para

**[seureveillon@uol.com.br](mailto:seureveillon@uol.com.br)**

Este é um fotoblog feito com fotos tiradas e enviadas pelo internauta e publicadas pelo UOL Fotoblog.

Mande apenas fotos tiradas por você mesmo(a). Vale tudo o que for relacionado a Réveillon: fotos da festa, de viagem, da ceia, de amigos ou família comemorando, etc.



Nesses dois casos vemos um painel fotográfico digital sendo composto pelo compartilhamento de experiências dos referentes (foco da imagem na experiência compartilhada) em que o processo de emolduração do acontecimento se dá por orientação temática explícita de programa-de-serviço do aparelho-provedor. O que vale para os sujeitos em interação nos painéis é a indicialidade da experiência.

Mas temos também um terceiro caso em que vemos o mesmo processo de emolduração do acontecimento, mas ocorrendo por orientação temática explícita de um usuário individual que mimetiza a ação do programa-de-serviço. Nesse caso, um fotoblog pessoal é que se alimenta de imagens fornecidas por outros usuários operando a partir de réplicas de agendas midiáticas. Como exemplo temos o caso do fotoblog <http://vocemanda.fotoblog.uol.com.br> desenvolvido por um usuário pessoal visando obter imagens de outros usuários sobre o acidente do avião da empresa aérea TAM, em 2007. As imagens foram imediatamente retiradas do ar, pelo provedor, mas ainda aparecem os links nas páginas de busca do UOL fotoblog, como se pode ver no quadro 4 a seguir.

Quadro 4 - Link para imagens do acidente do avião da TAM

UOL Fotoblog

[anterior](#) | [próxima](#)

Resultados: 14 encontrados - Página 2

[Você Manda: Tragédia em Congonhas - UOL Fotoblog](#) 

tirou alguma foto **do** local **do** acidente com o **avião da TAM**, em São Paulo? Envie...-  
feira a derrapagem **do avião da** companhia Pantanal, que ocorreu por  
<http://vocemanda.fotoblog.uol.com.br/photo20070718175121.html>

[Você Manda: Tragédia em Congonhas - UOL Fotoblog](#) 

com o **avião da TAM**, em São Paulo? Envie para [vocemanda@uol.com.br](mailto:vocemanda@uol.com.br) Grupo de...  
Brasil foi os políticos corruptos que atacaram o **aviao da TAM**. euripedes47  
<http://vocemanda.fotoblog.uol.com.br/photo20070718082933.html>

Fonte: UOL fotoblog – Busca

Vale observar que processo de emolduração do acontecimento, ocorrendo por orientação temática de um usuário individual, mimetizando a ação de um programa-de-serviço, comumente está aportado nas indicialidades da experiência, ou seja, o que vale para as interações é ter presenciado algo.

No entanto, do caso citado também podem derivar composições centradas nas qualidades dos conteúdos fotograficamente representados, em que as interações resultam dos apelos iconográficos das imagens compartilhadas. Nesse caso assume valor interacional, no painel,

não apenas o fato de se ter presenciado um acontecimento, mas a coleção de imagens que fortalecem determinada qualidade do acontecimento. No caso desse exemplo, a tragédia seria a qualidade partilhada do acontecimento. Dentre esses painéis, emoldurada por *partilhamento de qualidades* (conforme a tipologia por nós proposta), destacamos a modalidade que denominamos de “coleccionismos temáticos”.

Outra modalidade típica de emolduramento de painéis colada a acontecimentos midiáticos que integram as agendas macromoldurais (e que funda interações em torno do partilhamento de gostos e qualidades) é aquela que tem sua realização por meio de seres midiáticos: atores, artistas, músicos, personagens de desenho animado.

Esses seres são personagens (equivalem às *personas*, conforme Kilpp) cujas condições de realização e de reprodução dependem de sua ambientação midiática. Na mesma medida, são esses seres que povoam e “dão vida” aos mundos midiáticos. Sua reprodução é, portanto, da ordem das *mediações*: dependem de dispositivos midiáticos capazes de assegurar relações entre as *personas* e as pessoas, sujeitos no mundo da vida. É dessas relações com sujeitos no mundo da vida e das interações que eles estabelecem entre si que brotam as capacidades (perceptivas e explicativas) de dotar de significação as próprias relações, fazendo, assim, viver as *personas*. As interações nos painéis fotográficos figuram como espaço de dotação de sentido e, portanto de reprodução das *personas*.

#### **5.4 O funcionamento significativo das imagens digitais no contexto dos painéis**

A vivência e a experiência de sujeitos exigem a constituição de parâmetros de confiança: exigem inúmeras senhas (não-técnicas) simbólicas que instauram molduras dentro das quais, uma vez acessadas, define-se a segurança de pertencimento; *pertencer* simplesmente motivado pelo partilhar de sentidos (conteúdos compartilhados nos limites das molduras). Para além do que se define no interior dos limites moldurais, temos que levar em conta que na composição redes moldurais definem-se outros espaços de realização/produção de sentidos: áreas de vaguidades – sem imagens, opacas –, sentidos que não se mostram à primeira vista abertos tanto à livre imaginação quanto à interpretação segundo convenções teóricas.

Pensando especificamente em nosso objeto de estudo, chegamos, então, ao seguinte entendimento: a relação entre determinado modo de mostraçã (de ver e de se fazer visto), recorrente nos fotoblogs, e a força desse na constituição de experiências vividas é instauradora de uma ethicidade específica, de natureza midiático-digital. As imagens funcionam

significativamente nessas interações porque sujeitos produtores e consumidores estão, simultaneamente, submetidos à lógica simbólica (social e culturalmente consensuada) dos laços de confiança e de pertencimento cotidiano, que as validam ou invalidam como verdades visuais. Mas, também, porque esses laços são consubstanciados visualmente, tanto por meio de operações sígnicas nos limites da moldura fotográfica (equivalente ao quadro-limite), com apelo indicial e icônico, quanto por meio de complexas sobreposições de molduras (operações sígnicas de natureza simbólica), que se realizam na sua midiatização na rede de interações digitais e nas suas relações com os *quadros-janela* abertos às experiências e ao imaginário e com os *fora-do-quadro* das relações presenciais cotidianas.

É, ao operar esses sistemas abstratos, portanto, que também se produzem as condições de os sujeitos sociais exercerem sobre si mesmos o reconhecimento (afirmando ou negando a si e ao outro) das dinâmicas e os processos que lhe são constitutivos e que lhe põem em movimento, buscando exercer sobre eles (e sobre si mesmos, portanto) a sua condução.

## CONCLUSÃO

No desenvolvimento desta pesquisa, tratamos de percorrer um arriscado caminho entre as apropriações conceituais atravessadas pelo olhar de aprendiz e o recurso à terra firme das citações bibliográficas, dos saberes legítimos. E se as descobertas não foram tantas – de só navegar “terra à vista”, ou porque nos faltam os mapas à cabeça para seguir mar adentro – , vale o reconhecimento dos caminhos que até o momento percorremos e que, a partir deles, outras tantas viagens podem ser empreendidas; o que lembra o artigo de Renato Janine Ribeiro (1999), “Não há pior inimigo do conhecimento que a terra firme”.

Os relacionamentos humanos estão hoje, aparentemente, cada vez mais dependentes de sua visualidade; os fotoblogs são uma manifestação concreta dessa dependência. Partimos dessa percepção cotidiana, sobre o lugar que aí ocupa o fotográfico, para iniciar a demarcação do nosso objeto de estudo.

Derivando dessas percepções (aparências) e a elas associando as reflexões de Benjamin (1969), e mais especialmente de Flusser (2002) e de Santaella (2003 e 2005), passamos a definir, como entendimento norteador deste trabalho de tese, a idéia central de que as fotografias não apenas revelam um mundo, mas revelam os modos como, em nossas relações com o mundo, vemos e nos colocamos a ver. Os fotoblogs podem estar entre os modos contemporâneos de realização dessa episteme, e aí nossa hipótese: is so se faz possível porque os fotoblogs replicam, nos seus modos de mostraçã, um senso fotográfico modernamente constituído. Daí então iniciamos o trabalho de demarcação de um objeto de estudo, buscando compor uma matriz de análise que desse conta de verificar como o fotográfico opera sua episteme, agora sob condições de uma tecnicidade digital.

Demarcar um objeto de estudo e os aspectos constitutivos das realidades que nos propomos a analisar, implica, a nosso ver, reconhecer a contínua tensão entre o “objeto”,

considerado em suas manifestações empíricas (que só podem ser parcialmente acessadas) e o “objeto” como resultante de um modo de conduzir, sobre tais manifestações empíricas, um olhar perceptivo e interpretativo. O exercício de reconhecimento dessa tensão é que nos permite transcender o nível dessa aparência primeira dos fenômenos vivenciados (BACHELARD, 1971), revelando facetas não percebidas de uma realidade, e essa, por consequência, pelo o que dela se faz revelar, se faz reconstruída. Ao propor a idéia de “painéis fotográficos digitais”, atuamos demarcando nosso objeto nos limites dessa tensão (entre modos de manifestação empírica, como é o caso do UOL fotoblog, e modos de explicá-lo como fenômeno comunicacional).

Entendemos que os painéis fotográficos digitais radicalizam formas de mostraçõ de experiências de interação (sob suporte das redes de computadores, cuja extensividade é global) e, nessa mesma medida, compõem forças de dinamização das ações cotidianas, viabilizando aos seus usuários-produtores o partilhamento de esquemas de reconhecimento do entorno social. Tais esquemas são composições predominantemente visuais (podem envolver texto, áudio e vídeo) de natureza infográfica (digital), envolvendo os mais diversos conteúdos relativos à vida cotidiana.

A contribuição dos painéis na conformação dos modos de ser contemporâneos está igualmente associada à radicalização de capacidades, modernamente desenvolvidas, de agir, de se reconhecer e de se relacionar no mundo da vida (agindo sobre ela) aportado na confiança em relações sem face ou, no caso das relações operadas a partir dos fotoblogs, com faces virtualizadas.

A composição de esquemas de reconhecimento do entorno social mediadas pela ação da imagem digital redimensiona nosso ser e estar no mundo hoje, mas o faz não mais que exigindo um reforço da necessidade de aportarmos nossa confiança, para termos segurança de ação no mundo da vida (decisões, sentimentos, razões, opções), em sistemas fortemente abstratos, manipuláveis pelo domínio técnico e submetidos a nossa capacidade reflexiva – ações e comportamentos da ordem da modernidade.

A sociabilidade contemporânea é cada vez mais dependente desse aprendizado da confiança sustentado por laços de fidelidade virtualizados; a esse modo de ser contemporâneo denominamos de *eticidade digital*.

Como os painéis contribuem para a conformação dessas ambiências que compõem redes de significação capazes de assegurar a interação comunicacional entre indivíduos? Constituindo sistemas abstratos – mecanismos modernos de segurança (a que chamamos de reversos) – cuja operatividade exige necessariamente que tenhamos confiança neles. Esses

sistemas estão baseados na relação entre conteúdo- superfície de uma imagem digital (faces virtuais) e as molduras múltiplas que as definem no interior de aparelhos computadores conectados à internet. Instituem um modo de organização da visualidade, uma tecnicidade própria, fundada nessas redes de conexões acionadas por sujeitos individuais (na sua relação com programas de um aparelho-provedor de internet) que permite o partilhamento de suas composições (produção) visuais, permite o *dar a ver*.

Essa ativação de experiências de interação baseada nas trocas visuais, na idéia de mostração, depende dos modos de organização de visualidade – de uma tecnicidade visual – utilizando espaços programados para isso. Ao buscar entender a composição de tais conexões – tais tecnicidades –, nos servimos da associação das noções de *moldura*, *programa* e *aparelho*. Esses conceitos aparecem explicando os processos de visualidade empreendidos por meio da arte pictórica e do gesto fotográfico.

Segundo vimos, as pinturas são manifestação das aparências idealizadas, reforçam e apóiam a visão que se tem de si mesmo, operam na lógica da criação de novas experiências, mediadas pela imaginação, pela abstração, mas, principalmente (aqui reside a sua força de significação) reforçam, por meio de imagens de si mesmo (aparências idealizadas), experiências *já existentes* e cotidianamente vivenciadas. As paredes da sala de uma casa ou as paredes de um museu de arte programam diferentes condições de mostração, operam como macromolduras que delimitam sentidos às pinturas levadas à mostra; porém, operam junto das molduras que instituem a propriedade do quadro, destacando-o e autonomizando-o da parede.

A fotografia opera na construção de um momento singular capaz de representar um acontecido ou de representar suas qualidades, ou de abrir “janelas” para sua interpretação. Em qualquer um dos casos – pela representação técnica de um instante temporal – funda experiências de tempo – de instante (passado) e de presentificação desse instante, de idéia de mudança, de movimento do passado ao presente. Levadas a uma galeria, ou reunidas em um álbum fotográfico – álbum de família, por exemplo –, teremos igualmente um programa de mostração composto de várias molduras expressas em dimensão física, textura, legendas, capacidade de armazenagem. Depreendemos daí que, em ambos os casos, molduras se sobrepõem e se constituem em tecnicidades que tornam possíveis as experiências de interação visual.

No caso das molduras fotográficas, elas derivam do gesto fotográfico, ou seja, de um conjunto de relações constituídas pela mediação de *sujeitos*, *aparelhos* e *programas* que fazem nascer a fotografia. A fotografia é a mensagem nascida do jogo entre as potencialidades

inscritas no aparelho (a câmera e os programas nela inscritos) e o fotógrafo. O fotógrafo é o *funcionário* que não apenas joga *com* o aparelho, mas *contra* ele, procurando esgotar o programa nele inscrito. Sujeito e aparelho se confundem na produção do resultado do jogo que realizam.

Os painéis fotográficos digitais igualmente derivam de programas de mostraçã materializados por meio de delimitadores de sentidos. Esses delimitadores, como temos tratado, são as molduras. Organizados em coleções de molduras sobrepostas, como os fotoblogs, constituem a tecnicidade que permite a ativação de experiências de interação visual – estamos entendendo como uma modalidade contemporânea de mostraçã.

Então temos que a noção de moldura, fundante da idéia de painéis, é um analisador-descritor; a partir dela é que o objeto de estudo é definido empiricamente, do mesmo modo que nos permite a sua decifraçã.

Implicados nessa tecnicidade emoldurada visualmente nos painéis estão, portanto, modos de mostrar e de ver. Tais coleções de moldura nos são reveladas pela tensã entre gesto fotográfico e infográfico que produzem a matéria-prima constitutiva dos painéis: as fotografias e imagens digitais.

Tomadas as imagens em sua natureza infográfica (pós-fotográfica), serão marcadas pela fluidez e volatibilidade (precarizadas são as suas dimensões analógicas e indiciais de significaçã); instauram, nesses termos, uma nova condiçã de visualidade baseada em ideais de ser, como argumenta Fernanda Bruno (2005). São subjetividades que se relacionam e se realizam na e pela superfície da imagem.

Poderíamos dizer que a mostraçã é sua própria condiçã de realizaçã. Essa condiçã, segundo Bruno e Sans (2005, 2005), estaria indicando, inclusive, uma crise da interioridade (falência da intimidade moderna) pelo correspondente encolhimento dos espaços privados.

Para além do que está exteriorizado pelas imagens, como conteúdos de um ser ideal, ou para além da visibilidade do ser ideal contida nelas, tais modos de mostraçã adquirem força como operadores de significado, nas interações por elas instauradas, por assegurarem em suas molduras a constituiçã simbólica das imagens digitais *como se fossem* fotografia. Os painéis são novas formas de mediaçã em que as imagens pós-fotográficas (precarizadas em sua dupla condiçã icônico-indicial) são simbolizadas como fotografia e, simbolicamente, fazem operar suas funções icônicas e indiciais.

Para chegar a esse entendimento submetemos os painéis à análise de suas composições moldurais entendendo-as como multidimensionais, ou seja, atravessadas por ordem de

determinações definidas em diferentes níveis, muito embora estejam todos operando sincronicamente para a realização do painel.

Nos níveis mais amplos temos as macromolduras: implicam historicidades que explicamos a partir da noção de *capitalismo informacional* de Emanuel Castells (1999) e que associamos à noção de Santaella (2003) de *cultura digital*. Daí estarem tais historicidades aportadas em tecnicidades da ordem das mídias digitais, cuja materialidade são as empresas tecnoinformacionais, como é o caso da empresa de acesso a conteúdos e provedora de internet UOL.

A ação programada de uma empresa tecnoinformacional, como o UOL, não é determinada apenas por suas estruturas moldurais próprias e programas de serviço que dela resultam. Nessa dimensão macromoldural atuam metaprogramas (ações programadas de outras empresas), e a capacidade de a empresa emoldurar seus próprios programas de serviço depende justamente da extensão das suas macromolduras. No caso do UOL, é uma empresa atravessada por diferentes metaprogramas que a emolduram: empresas de tecnologias comunicacionais, jornalísticas, de entretenimento, enfim, empresas que negociam bens e serviços de qualquer natureza; desses atravessamentos é que resultam as macromolduras constitutivas do UOL.

Tal ordem de mediações – objetividades organizacionais constitutivas de um modo de ser no mundo – está fundada em sistemas totalmente abstratos, expressos em contratos legais, e que se realizam nas molduras (áudio) visuais da tela do computador. Destacamos, em nosso estudo, duas ordens de expressões visuais que cumprem com essa função macromoldural: as macromolduras identitárias e as comerciais.

À medida que nos direcionamos para o interior dos limites macromoldurais que definem a empresa UOL, disparamos usos. A relação dos sujeitos usuários com o aparelho UOL é uma relação de acionamentos de serviços (independente da condição de contrato – se assinante ou visitante). Nesse nível, uma série de componentes visuais programa o acesso e o desenvolvimento de serviços constitutivos da empresa: denominamo-as de molduras de acesso e de desenvolvimento. As molduras podem assumir diferentes e variantes padrões visuais de acordo com a natureza do serviço e com as intenções programadas no âmbito macromoldural do aparelho provedor (atravessadas por metaprogramas). Por exemplo: podemos acessar um serviço bancário a partir do provedor UOL; nesse caso acessos e serviços bancários obedecem aos padrões moldurais definidos pela empresa bancária, mas não é incomum termos preservado, em algum ponto da tela, a moldura identitária do provedor de acesso. De modo geral, as macromolduras identitárias e as comerciais serão sempre preser-

vadas no interior das molduras de serviços acionadas. Essa preservação é automática, mas também pode ser programada pelo usuário para que permaneçam sempre emoldurando os serviços que mais utiliza.

Nessa dimensão de acionamentos de serviços foi importante perceber o quanto eles se realizam apenas pelo uso: o usuário é também um produtor à medida que explora as possibilidades de emolduramento dos serviços programados pelo aparelho-provedor. Mais do que o simples acesso, muitos serviços exigem dos usuários o acionamento de molduras de desenvolvimento, como é o caso dos fotoblogs, por meio do qual ele realiza a configuração do serviço de que fará uso.

Em nosso trabalho descrevemos os componentes moldurais a partir dos quais os usuários produzem o serviço que consomem. Essa tarefa descritiva revelou o quanto os usuários-produtores jogam com os limites e com as possibilidades inscritos nos programas-de-serviço de um aparelho-provedor. Obviamente os componentes moldurais – ou seja, as condições de produção – inscritos em um programa-de-serviço de um fotoblog deverá variar em função das condições macromoldurais constitutivas do aparelho-provedor.

Nesses termos, o nosso modelo de análise não dá conta de capturar tais variações moldurais (que não são apenas de ordem estético-visual, mas dizem respeito a um modo de organizar a produção do serviço que será consumido). No entanto, o modelo permite captar aspectos das relações geradoras – as tecnicidades – que estão na base das atuais mediações digitais. A análise moldural permite reconhecer as dimensões constitutivas do aparelho e as condições estruturadas e programadas do jogo que ele irá estabelecer com os sujeitos usuários. Nos revela espaços de ser no mundo – ethicidade – que se compõem, por exemplo, a partir desses diferentes níveis de realização dos painéis.

Dentre os aspectos de tecnicidade dos painéis que nos chamaram atenção está o emolduramento dos mecanismos de circulação das coleções privadas de fotografias e imagens digitais, que, na mesma medida que geram experiências de interação baseadas no acontecimento da mostra, potencializam, a cada imagem disponibilizada para acesso, a circulação dos componentes macromoldurais que estão na base das condições de existir do aparelho-provedor. O produto é a visualidade privada magicizada, pelos emolduramentos, em acontecimento. O produto é o acontecimento da experiência de interação que faz acontecer a realidade do aparelho, daí a constituição de uma ethicidade digital (nesse caso, expressa pelo fenômeno midiático-digital dos fotoblogs – um dentre tantos outros).

Quanto ao acontecimento-produto, ele tem sua gênese dependente tanto da ação indireta dos componentes macromoldurais quanto da ação direta dos componentes de acesso e

desenvolvimento, próprios de um programa-de-serviço. Mas sua principal fonte geradora reside nos experimentos de interação, emoldurados no âmbito das dimensões internas dos painéis digitais, no partilhamento direto das fotografias e imagens e na relação que se estabelece entre os sujeitos na mostração.

Chegamos aos níveis internos de realização do nosso objeto de estudo: as molduras internas configuram o *locus* privilegiado de programação dos modos de mostração contemporâneos.

Tomamos como ponto de partida o entendimento de que movimentos sígnicos gerados por objetos visuais à mostra, operam na composição de redes de significação, e de que essas redes se materializam, em nosso caso, nas experiências de interação ocorridas no interior das molduras dos fotoblogs. Tratamos de mergulhar nessas redes de significação analisando-as e tipificando-as.

O recurso à tipificação das funcionalidades sígnicas aplicada aos painéis – significações coladas às fotografias e imagens digitais que se realizam sob as condições estruturadas e programadas do jogo entre aparelho e sujeito usuário – permitiu desvelar usos predominantes dessas modalidades visuais infográficas.

Vimos tramados nas molduras internas dos painéis três tipos predominantes de usos: aqueles cujas experiências de interação estão centradas nas ofertas de indicadores de vivências, por exemplo, fotos de familiares em um jantar de final de ano; aqueles cuja experiência de interação está centrada nas ofertas de gostos para serem partilhados, por exemplo, uma coleção de fotos (antigas ou não) sobre familiares em um jantar de final de ano; e, por fim, aquelas cuja experiência a ser partilhada refere-se aos modos de compor fotograficamente imagens de familiares em jantar de final de ano.

Sabemos dos limites desse recurso de análise uma vez que nos detivemos no aspecto da tecnicidade constituidora das mediações, acabamos por não alcançar as intencionalidades subjetivas implicadas na mostração. Mas entendemos que o mesmo recurso metodológico pode ser estendido para análise de outras modalidades de interação comunicacional audiovisual, uma vez que considera os objetos visuais (ou audiovisuais), tanto nas suas tecnicidades – estruturas dos programas de mostração (aqui chamadas de molduras) – quanto na realização significativa desses objetos nos processos de usos, portanto, no contexto das ações sígnicas.

Convém reforçar que os painéis visuais são apenas um modo de realização das experiências do ser na composição das ethicidades digitais, e nesse período em que os acompanhamos percebemos cada vez mais indissociados de outros modos de experiência que tem

na tela do computador seu lugar de realização: televisão, rádio, cinema, palcos, o lar, o trabalho, a escola... a vida cotidiana desencaixada e reencaixada nesse *mix abstrato* de molduras audiovisuais.

Do mesmo modo, os fotoblogs são apenas uma modalidade possível de composição moldural dos painéis fotográficos, dentre outras várias que vão compor os espaços digitais de interação: comunidades virtuais, álbuns virtuais, galerias virtuais, blogs, *sites* pessoais e tantas outras formas de compor experiências de interação, a partir de imagens.

Empiricamente, o desafio está em estender o modelo proposto à análise de programas de convergência de serviços, em que a imagem tenha papel preponderante. No caso da empresa UOL, o programa de convergência de serviços é o UOL K. Por meio dele o usuário-produtor integra, nos limites de uma única moldura, fotoblog, videoblog, blog, e-mail, videofone.

Teoricamente é ir para além dessas molduras. Se, por um lado, a tarefa empreendida de modalização funcional dos fotoblogs – a partir da análise da sua composição moldural – nos revelou mais diretamente os limites e as possibilidades de realização de experiências dos indivíduos, a partir de interações asseguradas pela visualização midiaticizada como acontecimento, por outro lado nos perguntamos se não há risco de absolutizarmos o entendimento de que as molduras são programas abertos para cima e, portanto, o que é deixado de fora de uma moldura sempre vai estar entre os limites de outra, colocada acima.

Avanços teóricos implicariam perguntar: as molduras sobrepostas não deixam áreas vazias, áreas de sombra, não submetidas aos programas emolduradores de um aparelho, em que podem jogar livremente as intenções criativas dos sujeitos? Essa foi também a pergunta de Vilém Flusser, em sua “filosofia da caixa preta”. Em nosso caso, uma vez decifrada a “caixa preta” dos painéis fotográficos digitais, vemos aí colocadas as condições, tanto perceptivas (intuídas) quanto fundadas nos apelos da razão, para lançar sobre as aparências dos fenômenos novos olhares de dúvida, capazes de penetrar nas fissuras das aparências revelando diferentes facetas da sua realidade.

O grande desafio do caminho de investigação percorrido no desenvolvimento desse trabalho, uma vez que ele integra um processo de formação e, portanto, de aprendizado da pesquisa avançada, foi justamente operar o duplo movimento que vemos implicado em nossa postura epistemológica: um movimento que toma mapas conceituais e percepções vivenciadas da realidade para compor a dúvida sobre a realidade mesma, e um contramovimento de fazer falar a realidade, revelando-se para além de suas aparências primeiras e, nessa viagem inversa, recompor a dúvida, mas agora sobre os mapas e percepções.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ANDACHT, Fernando. Epílogo electoral (II): la irresistible vía icónica del carisma. In: **Relaciones**. n.191, p. 22 – 26. 2000.
2. ANDACHT, Fernando. La pasión de la insensatez: el orgullo gay. In: **Paisaje de pasiones: pequeno tratado sobre las pasiones en Mesocracia**. Montevideo: Fin de siglo, 1996. p.19-62.
3. ANDACHT, Fernando. Uma aproximação analítica do formato televisivo do Reality Show.” In: **Galáxia**. n. 6, p. 145-164. 2003.
4. AUMONT, Jacques. **A imagem** Campinas: Papirus, 1993.
5. AUMONT, Jacques. **O olho interminável [cinema e pintura]**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
6. BACHELARD, Gaston. **A epistemologia**. Rio de Janeiro : Edições 70, 1971.
7. BARTHES, Roland. **A câmera clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
8. BARTHES, Roland. A mensagem Fotográfica. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa** (textos comentados). 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
9. BAUMAN, Zygmunt. **La sociedad sitiada**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Economica de Argentina, 2004.
10. BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001
11. BELLOUR, Raymond. (1990) **Entre Imagens. Foto – Cinema – Vídeo**. Campinas: Papirus, 1997.
12. BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. In: LIMA, Luiz Costa (org.) **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Ed. Saga, 1969, p. 203-238.
13. BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
14. BONIN, Jiani Adriana. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO, Efendy *et alii*. **Metodologia da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: sulina, 2006.
15. BOURDIEU, Pierre. **Razões Práticas – sobre a teoria da ação**. São Paulo: Papirus, 1996.

16. BOURDIEU, Pierre. Sobre o campo científico. In ORTIZ, Renato (org). **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983.
17. BRAGA, José L. **Os estudos de interface como espaço de construção do campo da comunicação**. In: Grupo de trabalho Epistemologia da Comunicação. COMPÓS, XIII Encontro Anual. São Bernardo dos Campos, 2004.
18. BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação**. Anais da XIII Compós, São Paulo: 2004.
19. BRUNO, Fernanda. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. **Contemporânea**, Vol. 3 • no 2 • p 53 - 70 • Julho/Dezembro 2005.
20. CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**. Conflitos multiculturais da globalização. 4.Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999. 292p. p 75-94.
21. CARNICEL, Amarildo. **Fotografia e inquietação: uma leitura vertical da imagem a partir da relação fotógrafo fotografado**. (Trabalho apresentado no XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG, set 2003)
22. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
23. CELARO, Miryan Sponchiado. **Processos de Significação na Internet**. Florianópolis: 2006. Tese de (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, 2006.
24. DICIONÁRIO. **Reference Dictionaries: World Languages**. Disponível em <[http://www.reference.com/Dir/Reference/Dictionaries/World\\_Languages/L/Latin/](http://www.reference.com/Dir/Reference/Dictionaries/World_Languages/L/Latin/)>. Acesso em 02 jun. 2007.
25. DUARTE, Elizabeth Bastos. **Fotos & grafias**. São Leopoldo: UNISINOS, 2000. 212 p
26. DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. São Paulo: Papirus, 1994.
27. DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. São Paulo: Cultrix, 1988.
28. FERRARA, Lucrecia D´Aléssio. **A estratégia dos signos**. São Paulo: Perspectiva, 1981.
29. FERRARA, Lucrecia D´Aléssio. **Um Olhar periférico**. São Paulo: Ed USP, 1993.
30. FLUSSER, Vilém. **A filosofia da caixa preta. Ensaio para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Ed. Relume Dumará, 2002.
31. FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir** (Trad. Raquel Ramalhete) 19. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
32. GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. 2.ed. São Paulo: Unesp, 1991.
33. GOMES, Pedro. Os processos midiáticos como objeto de estudo. In: **Tópicos da teoria da comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.
34. HALTON, Eugene Rochberg. **Meaning and modernity – Social theory and the pragmatic attitude**. Chicago:University of Chicago Press. 1986.

35. IANNI, Octávio. O Príncipe eletrônico. In: **Enigmas da Modernidade**. Rio de Janeiro: civilização Brasileira, 2001. p.141-166.
36. KILPP, Suzana. **Ethicidades televisivas**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.
37. KOSSOY, Boris. **Fotografia e história**. 2.ed. Revisada, São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
38. KOSSOY, Boris. O avesso da fotografia (Réplica). **Folha de São Paulo**. Edição: Nacional. 11 de Dezembro, 1999. (JORNAL DE RESENHAS).
39. KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. 3.ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.
40. KUHN Junior, Norberto. “Ctrl+Alt+Del” Semiose do pós-humano para reiniciar [resenha] In.: **REVISTA FRONTEIRAS: estudos midiáticos**. Vol 7, nº 2 maio/ago 2006. São Leopoldo: Programa De Pós-graduação Em Comunicação - Unisinos. 2005.
41. LEFEBVRE, Martin. “Cet n’est pas une pipe(rie)”: **bref propos sur la semiotique et l’art de Magritte** Université Concordia, Montreal. (cópia impressa, s.d.1).
42. LEFEBVRE, Martin. **La photo, l’indice, et le vague**. Université Concordia, Montreal. (cópia impressa, s.d.2).
43. LEMOS, André. “**A arte da vida: diários pessoais e webcams na Internet**”. CD-Rom da XI Compós, 2002.
44. LORITE GARCIA, Nicolás. **La observación casual: una propuesta para el estudio de las transformaciones socio-mediáticas**. Encontro Internacional de Investigadores de comunicación. Santiago de Chile: ALAIC 2000, 27 – 27 de abril.
45. LYON, David. Intimidad, poder, personas. In: **El ojo electrónico**. Madrid Alianza Editorial, 1995.
46. MACHADO, Arlindo. **O quarto iconoclasmo: e outros ensaios hereges**. Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001. 153 p. (Coleção N-Imagem)
47. MARCUSE, H. Da ontologia à tecnologia. In: **Arguments**, v.4, n.18, p.54-59. [material fotocopiado, s.d.]
48. MARTÍN-BARBERO, Jesus. (1987). **De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía**. Barcelo: Ediciones G. Gilli, 1998.
49. MARTÍN-BARBERO, Jesus. De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos. In: **Mapas Nocturnos: diálogos com la obra de Jesús Martín-Barbero**. Bogotá: Siglo del Hombre Editores Central, 1998, p.201 -221.
50. MARTÍN-BARBERO, Jesus. Razón Técnica y razón poética. In: **Revista Latinoamericana de ciencias de la comunicación**. ALAIC, Jul/Dec 2004.
51. MARX, K. **Contribuição para a crítica da economia política**. 5. ed. Lisboa: Estampa, 1997. p. 228 – 237.
52. MATUCK, Artur e MEUCCI, Arthur. A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, vol. 2 n. 4 p. 157 – 182, jul. 2005.

53. MCLUHAN, Marshall (1964). **Os meios de comunicação como extensões do homem** São Paulo: Cultrix, 1999
54. MILLS, C. Wright. **A imaginação sociológica**. 5. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1980. 246 p.
55. MONTARDO, Sandra Portella. A busca é a mensagem: links patrocinados e Marketing de Otimização de Busca (MOB). **Razón Y Palabra**, Campus Estado de México, v. 11, 13 fl., agosto-sept. 2006. [Também disponível em versão on line: Razón y Palabra <http://www.razonypalabra.org.mx/>]
56. MONTARDO, Sandra Portella. Comunicação e cibercultura: a forma social na tragédia da cultura. **Revista Famecos, Mídia, Cultura e Tecnologia**, Porto Alegre, RS, n.26 , p.139-140, abril 2005.
57. MONTARDO, Sandra Portella. **Comunicação e cibercultura**: uma forma social da tragédia da cultura. Porto Alegre: 2004. 317 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUC-RS, 2004
58. PEIRCE, Charles S. A fixação da crença. Tradução de Anabela Gradim Alves. Universidade da Beira Interior. 15 p. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/peirce-charles-fixacao-crenca.pdf> >. Acesso em 02 jun. 2007 b.
59. PEIRCE, Charles S. Como tornar as nossas idéias claras. Tradução de Antônio Fidalgo. Universidade da Beira Interior. 22 p. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-peirce-how-to-make.pdf>> . Acesso em 02 jun. 2007 a.
60. RANSDSELL, Joseph. **On Peirce's Conception of the Iconic Sign** Ver 2.0. Texas: Texas Tech University Lubbock, 1997. Disponível em: <<http://www.cspeirce.com/menu/library/aboutcsp/ransdell/iconic.htm>>. Acesso em: 02 jun. 2007.
61. RECUERO, Raquel. “**Weblogs Webrings e Comunidades Virtuais**”. Revista 404 Edição 31, agosto de 2003. Disponível <[http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtf0und/404\\_31.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtf0und/404_31.htm)>. 2003.
62. RIBEIRO, Renato Janine. Não há pior inimigo do conhecimento que a terra firme. In: **Tempo Social** - Revista de Sociologia da USP. São Paulo: USP, 11(1):189-195, maio de 1999.
63. RODRIGUES, José Carlos. **O corpo na história**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1999.
64. SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003. 359 p
65. SANTAELLA, Lucia. Os três paradigmas da imagem. In: **O fotográfico**. 2. ed São Paulo, SP: Hucitec, 2005. 349 p. ISBN 8527104334
66. SANZ, Claudia Linhares. **Passageiros do tempo e a experiência fotográfica: do álbum de família ao blog digital**. Disponível em <[www.studium.iar.unicamp.br/22/alb\\_blog/index.html](http://www.studium.iar.unicamp.br/22/alb_blog/index.html)>.. Dez de 2005.
67. SCHAEFFER, de Jean-Marie. **A imagem precária – sobre o dispositivo fotográfico**. Campinas: Papyrus, 1996.

68. SIBILIA, Paula. Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica. In: **Olhares sobre a cibercultura**. Lemos, André e Cunha, Paulo (org.) Porto Alegre: Ed. Sulina, 2003: 143
69. SILVA, Dinorá Fraga da; SILVA, Juremir Machado da; LEMOS, André; TRIVINHO, Eugênio; FRAGOSO, Suely Dadalti; PRIMO, Alex Fernando Teixeira; TUCHERMAN, Ieda; COUTO, Edvaldo Souza; BRUNO, Fernan. **Comunicação na cibercultura**. São Leopoldo: UNISINOS, 2001. 215 p.
70. SILVEIRA, Fabrício Lopes da. As novas tecnologias e as formas de representação da imagem no cinema: uma leitura de "A Última Tempestade" de Peter Greenaway. **Revista Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 3, n. 1, p. 59-70, 2001.
71. SILVERTONE, Roger. **Porque estudar mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.
72. SOBRE UOL. **Link de Serviço de atendimento ao consumidor** do portal de conteúdos e provedor de internet UOL. Disponível em <<http://sobre.uol.com.br/historia/audiencia.jhtm>; acesso em: julho de 2007 >.
73. SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p.11-82.
74. THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 8. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. 261 p
75. UNIVERSO ON LINE. **Portal de conteúdos e provedor de internet**. Disponível em <<http://www.uol.com.br/>>.
76. UOL FOTOBLOG. **Serviço de diário fotográfico** do portal de conteúdos e provedor de internet UOL. Disponível em <<http://fotoblog.uol.com.br/>>.
77. ZUANETTI, Rose *et al.* **Fotógrafo: o olhar, a técnica e o trabalho**. Rio de Janeiro: Editora SENAC nacional, 2002.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE I

### **A ação e o valor dos planos na tematização fotográfica das identidades pessoais**

#### *Delimitação do objeto de estudo e critérios amostrais:*

Analizamos neste momento oito fotoblogs dos dez mais votados<sup>50</sup> (segundo ranking do provedor UOL – <http://fotoblog.uol.com.br/ranking.html>) acompanhados no período de 15 de novembro a 8 de dezembro de 2006. Percebemos que nesse período de pouco mais de quatro semanas, o *site* incorporou dois novos fotoblogs à lista dos mais votados e rebaixou dois.

Apresentamos a seguir os *sites* selecionados e os blocos de fotos selecionados segundo os seguintes critérios: a) vamos considerar neste momento apenas uma dentre as grandes corporações provedoras de acesso à internet, o UOL (<http://fotoblog.uol.com.br>), nos propondo a analisar os fotoblogs mais votados (segundo ranking do provedor – <http://fotoblog.uol.com.br/ranking.html>) acompanhado no período de 15 de novembro a 8 de dezembro de 2006. Em cada fotoblog foi tomada para análise a página de abertura no momento do acesso ao fotoblog e a totalidade das fotos disponibilizadas para aquele período (no caso do provedor UOL, compõe “*um período*” a totalidade das fotos disponibilizadas pelo usuário a cada 15 dias)<sup>51</sup>.

#### *Fotoblogs analisados:*

#### *Supervalorização dos sujeitos e objetos:*

Predominância de primeiros planos aparecem nos fotoblogs “Lua, imagem, reflexão e emoção” e “K-isi” (a seguir); a força intimista dos planos detalhes e dos primeiros planos aparecem com menor frequência nos fotoblogs consultados. Como o resultado que se busca é o valor expressivo de grande intensidade – pela radical parcialização de um objeto/pessoa –, tal operação acaba exigindo do autor uma disponibilidade de abstração, um trabalho de reflexão (uma foto pensada!), para além do esforço mais automático do puro registro.

De modo geral, revelam uma intenção de supervalorização dos sujeitos. O primeiro plano também será usado na tomada de outros objetos, complementando qualitativamente a tematização da intimidade do personagem.

Título do fotoblog: “Lua, imagem, reflexão e emoção”

<http://digoluzimagem.nafoto.net/>

---

<sup>50</sup> Dois sites mantiveram-se censurados pelo provedor por apresentar conteúdo em não-conformidade com as regras de uso do provedor

<sup>51</sup> Temos consciência dos limites quantitativos da amostra proposta (um único provedor, um número reduzido de fotoblogs e, no interior destes, um recorte temporal excessivamente curto) e qualitativos (consideração apenas da moda em detrimento do exótico, prioridade aos planos, em detrimento de outros componentes como os cenários, as legendas e os textos que compõem os fotoblogs, e, muito especialmente, os comentários dos receptores, etc.). Porém, ao sistematizarmos minimamente o trabalho de observação (que apenas estamos iniciando), explicitamos os caminhos que estamos percorrendo. Neste caso, para além da réplica automática de protocolos técnico-metodológicos, queremos reforçar a idéia de que é desta consciência do caminho que se percorre que se sustenta efetivamente a produção do conhecimento.



[Quarta-feira , 31 de Agosto de 2005](#)



[Sexta-feira , 04 de Novembro de 2005](#)



[Quinta-feira , 01 de Setembro de 2005](#)



[Segunda-feira , 14 de Novembro de 2005](#)



[Segunda-feira , 07 de Novembro de 2005](#)



[Terça-feira , 06 de Setembro de 2005](#)

Título do fotoblog “K-isi”

<http://k-sis.nafoto.net/index.html>



[24/11/2005](#)



[21/11/2005](#)



[19/11/2005](#)



[20/11/2005](#)



[19/11/2005](#)



[20/11/2005](#)

#### *Valorização da ação e contexto de inserção:*

O emprego de planos mais gerais, relacionando sujeitos e ambientes, com exceção das fotografias de registro de viagem, também ocorrem em menor escala. Observamos isso não apenas nesta pequena amostra, mas também nas observações casuais<sup>52</sup> que realizamos em várias horas de navegação em fotoblogs acessados ao acaso. O fotoblog “Muitos encontros... muitas despedidas” recorre a esta modalidade de enquadramento buscando situar os sujeitos em algum ambiente de ação. O valor deste plano está mais na descrição da ação do que do sujeito. A força descritiva está deslocada

---

<sup>52</sup> Nos referimos aqui à proposta metodológica da “observação casual” apresentada por Nicolas Lorite Garcia (ALAIC 2000).

para a relação sujeito/ambiente e não apenas no sujeito, como acontece no emprego dos primeiros planos.

Título do fotoblog: “Muitos encontros... muitas despedidas”

<http://danieltrovo.fotoblog.uol.com.br/>

Planos predominantes gerais



[24/10/2005](#)



[25/06/2](#)



[17/10/2005](#)



[29/06/2005](#)



[06/07/2005](#)



[10/06/2005](#)

*Valor de identificação e descrição de sujeito e ambientes imediatos:*

Os enquadramentos mais usuais situam os personagens e os objetos tematizados na passagem dos planos médios aos planos gerais (planos inteiros e de conjunto): estão voltados à *identificação* dos personagens (com ênfase no gestual), à *descrição* dos sujeitos (individuais ou em pequenos grupos) e à descrição do seu entorno imediato (a sua *situação* nos ambientes imediatos). Estes são os planos que têm ocorrência massiva; são igualmente os mais automáticos pela correspondência ao olhar “natural”, “imediato”, não-pensado. Este é o caso de algumas fotos do “K-isi”, mostrado anteriormente, e dois demais fotoblogs que se seguem: “Sobre mim”, “Danilo chegou”, “Associação...”, “chorão cristalécia”, e o artístico “outras palavras”.

Título do fotoblog: "Sobre mim"

<http://debby.bella.nafoto.net/>



[02/10/2005](#)



[02/10/2005](#)



[19/09/2005](#)



[28/09/2005](#)



[18/09/2005](#)



[16/09/2005](#)

Título do fotoblog: "Danilo chegou"

<http://danilo.spinolabatista.nafoto.net>



22/11/2005



18/11/2005



13/11/2005



13/11/2005



04/09/2005



12/11/2005

Título do fotoblog: “Associação dos Puteiros Xavequeiros de Salvador”

<http://apxs.nafoto.net/>



08/11/2005



26/10/2005



15/10/2005



21/06/2005



Título do fotoblog: “Cristalecia”

<http://choraocristalecia.nafoto.net>



05/12/05



05/12/05



28/11/05



10/11/05



28/11/05

Título do fotoblog: “outras palavras”

<http://outraspalavras.nafoto.net/>



[10/12/2005](#)



[30/11/2005](#)



[16/11/2005](#)



[18/11/2005](#)



[02/12/2005](#)



[26/10/2005](#)

## **ANEXOS**

## ANEXO 1

### Relação de fotoblogs tomados como referência para composição da amostra

Por processo de interlinkagem compomos uma lista de 100 fotoblogs tomando como referência de entrada o arquivo de “destaque do público”, considerando os fotoblogs ativos em novembro e dezembro de 2005 e, outubro, novembro, dezembro de 2006.

#### Novembro de 2005

07/11 a 13/11



A Magical Mystery...



Igor Sobral



Adotar é um ato de amor



Louca por fotos!!!



Cia. Pastelão de Teatro de Jacarehy



Meus passeios pelo Japão



Clube dos vira-latas



Romaria: Itajubá x Aparecida do Norte

14/11 a 20/11

8 países, 45 dias e 90 fotos



Minhas fotos

**MUDEI**



Experimentação Fotográfica



Photoideia



Flor Fruto Paisagem Saudade



Photolufa

21/11 a 27/11



ANDRÉIA KRIS - apenas eu



Image Nation



Em busca da terra dos cabeludos encantados!



JaNn The Real Groupie --&gt; Tribuzy



Encontro de Veículos Antigos (...)



Os Velinhos Motoqueiros



28/11 a 04/11



A fotografia faz parte do meu ser



Meu Olhar



BAHIA FOTOGÊNICA



OLHANDO BRASÍLIA



Florianópolis - Ilha da magia - Santa Catarina



Photopixel

Dezembro de 2005



05/12 a 12/12



Circus Fever - Artes Circenses



Meu diário não SECRETO :)

Dezembro de 2005

 05/12 a 12/12


Circus Fever - Artes Circenses



Meu diário não SECRETO :)



Eu, Você &amp; Amigos



Serendipity...



Fotos Especiais de Beto Carrero World



Simples...Mente Mariana



13/12 a 19/12



A Sra. Natureza em foco...



Churumelas - por Marcelo Bresciani



Bike Digital



Comunale's Party



Book of Days



Paulo Lima



20/12 a 26/12



Cricoisas, minha vida, minhas produções.



Natal é tudo de bom!!

## Dezembro de 2005

27/12 a 31/12



Clerivan Mascarenhas



Kel em edição revista e ampliada



Cotidiano com graça



Nossas Aventuras



Cotidiano de Itajaí



PaSsaGem daS HoRas

## Janeiro de 2006

 25/01 a 01/02


Clicando o Ceará



Lu Leoback...



Darciotutak



Minha janela



Fotinhos da Mel



Quase uma mentira





18/01 a 25/01



**Apronto e desapronto...**



**Racx & Jany**



**Batilaje**



**Sampa no buraco da agulha**



**Belezas de Sampa**



**São Paulo 452 anos**



10/01 a 17/01



**Além dos Andes...**



**Itália - Terra prometida**



**Balaio de Fotos**



**Minha vida nos States**



**Cone Sul de Carona**



**Uma carioca feliz em Paris**





02/01 a 09/01



Bikes



Experiências visuais...



Catyzinha



Fotoblog da Carol



Digital Flowers



Lente da Vida

Fevereiro de 2006



23/02/2006 a 02/03/2006

Aventuras (...)



Mika Lins sketchbook



Bricando de...



Palco Paulista



Jaime Cezário



Sampa Samba 2006



MPB



 02/2006 a 22/02/2006



**Amazonas**



**Os olhos que levo**



**Direto do outro lado do mar**



**Pontos de vista**



**Galeria Paint Brush**



**Rússia (...)**

 08/02/2006 a 15/02/2006



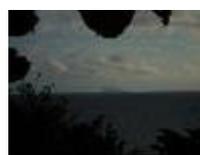
**Boxe**



**Flavio Luiz**



**Brincando com luz**



**Mirando por ahí**

**Destino**

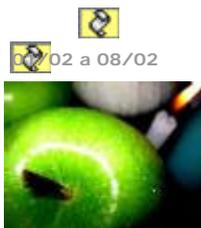


**Para todos**



**Estação Mogiana**





**De onde viemos  
e para onde vamos?**



**Pescaria**



**Fotolook In the road**



**São... São Sampa**



**Minha vida um Mosaico**



**Tudo Por Biscuit**

**Fonte: [http://stcfotoblog.uol.com.br/legais/legais\\_arquivo.jhtm](http://stcfotoblog.uol.com.br/legais/legais_arquivo.jhtm)**

**ANEXO 2****Relação de “programas de serviço” do Provedor UOL, para o ano de 2007.**

Álbum de Fotos	Humor
Antivírus e Firewall	Índice
Aplicativos e Produtos	Jogos Loja de jogos
Banda Larga	Jornais
Bate-papo	Lição de Casa
Biblioteca	Música Megastore
Bichos	Pan-Americano
Blog Fotoblog	Rádio UOL
Busca	Revistas
Carros	SAC
Cartões	Serviços Classificados
Celebridades	Sexo
Ciência e Saúde	Shopping
Cinema	Sites Pessoais
Crianças	Tecnologia
Diversão e Arte	Televisão
Economia	Tempo Trânsito Mapas
Educação	TV UOL e vídeos
E-Mail	Últimas Notícias
Empregos	UOL K
Esporte	UOL News
Estilo	Vestibular
Folha Online	Viagem
Gay	Voip
Horóscopo	Wi-Fi

(fonte: <http://www.uol.com.br/>)

## ANEXO 3

## Relação de temas para classificação dos fotoblogs segundo critérios do Provedor UOL

“Classifique seu fotoblog, de acordo com o conteúdo, e ele será cadastrado automaticamente na busca do UOL Fotoblog. Ao classificar seu fotoblog, você aumenta a visitação de sua página “

**Corpo e Saúde**

Alimentação e Nutrição  
Beleza  
Dietas  
Doenças  
Drogas  
DST (Doenças Sexualmente Transmissíveis) e Aids  
Fitness  
Grupos de Apoio  
Homeopatia  
Medicina  
Medicinas Alternativas  
Primeiros Socorros  
Saúde Mental  
Tratamentos Paliativos  
Outros

**Crianças**

Bichos  
Brincadeiras  
Brinquedos  
Cinema  
Circo  
 Desenho Animado  
Escola  
Fã-Clube  
Jogos  
Livros  
Passeios  
Quadrinhos e Humor  
Teatro  
Outros

**Diversão e Arte**

Arquitetura  
Arte  
Astral  
Cinema  
Dança  
Decoração  
Design  
Exposições  
Fã-clubes  
Festividades  
Ficção Científica  
Fotografia  
Gastronomia  
História da Arte  
Hobbies  
Livros  
Mitologia  
Moda  
Museus  
Música  
Passeios  
Quadrinhos e humor  
Teatro  
Televisão  
Vida Noturna (Noite)

Vídeo digital

Outros

**Economia**

Administração de Empresas  
Bancos  
Comércio  
Finanças  
Indústria  
Serviços  
Outros

**Educação e Pesquisa**

Astronomia  
Bibliotecas  
Centros de Documentação  
Ciência  
Cursos  
Escolas  
Institutos de Pesquisa  
Museus  
Tecnologia  
Teses  
Universidades / Faculdades  
Vestibular  
Outros  
Arquivos  
Estudantes no Exterior

**Empregos e Carreiras**

Advogado / Psicólogo  
Agente de Viagem  
Artista / Esportista  
Auxiliar de Escritório  
Bancário  
Bolsista / Estagiário  
Corretor de imóveis  
Cozinheiro / Garçom  
Despachante  
Economista / Contador  
Engenheiro / Arquiteto  
Jornalista / Publicitário  
Mecânico / Eletricista  
Médico / Dentista  
Piloto / Motorista  
Pintor / Decorador  
Procurador / Diplomata  
Professor  
Servidor Público  
Técnico  
Trabalhador Agrícola  
Vendedor  
Outros

**Esportes**

Alpinismo  
Arco e Flecha  
Artes marciais  
Atletismo  
Automobilismo  
Badminton  
Basquete  
Beisebol  
Boxe  
Canoagem  
Capoeira  
Ciclismo  
Esgrima  
Esportes Radicais  
Fã-Clube  
Futebol  
Ginástica  
Handebol  
Hipismo  
Hóquei  
Iatismo  
Judô  
Levantamento de Peso  
Luta Greco-Romana  
Luta Livre  
Mergulho  
Motociclismo  
Natação  
Remo  
Salto Ornamental  
Skate  
Softball  
Surfe  
Tênis  
Triatlo  
Vôlei  
Vôlei de Praia  
Windsurfe  
Outros

**Estados Países e****Regiões**

Argentina  
Belize  
Bolívia  
Chile  
Colômbia  
Costa Rica  
Cuba  
El Salvador  
Equador  
Guatemala  
Guiana  
Guiana Francesa  
Haiti  
Honduras  
Jamaica  
México  
Nicarágua  
Panamá  
Paraguai  
Peru  
Porto Rico

República Dominicana  
Suriname  
Uruguai  
Venezuela  
África  
Am. Latina e Caribe  
América do Norte  
Eurásia  
Europa  
Ásia  
Oceania  
Oriente Médio  
Mercosul  
Comunidade Europeia  
Brasil  
Região Norte  
Região Nordeste  
Região Sul  
Região Sudeste  
Região Centro-Oeste  
Acre  
Alagoas  
Amazonas  
Amapá  
Bahia  
Ceará  
Distrito Federal  
Espírito Santo  
Goiás  
Maranhão  
Minas Gerais  
Mato G. do Sul  
Mato Grosso  
Pará  
Paraíba  
Pernambuco  
Piauí  
Paraná  
Rio de Janeiro  
Rio G. do Norte  
Rondônia  
Roraima  
Rio G. do Sul  
S. Catarina  
Sergipe  
São Paulo  
Tocantins  
Outros

**Filosofia**

Astrologia  
Ética  
Lógica  
Magia  
Metafísica  
Ocultismo  
Profecias  
Outros

**Geral**

Geral

**Jogos**

Jogos de azar  
Jogos de cartas

Jogos de tabuleiro  
 Jogos eletrônicos  
 RPG  
 Outros  
 Bingo

### **Mundo Digital**

Computadores  
 Cursos  
 Hardwares  
 Internet  
 Serviços  
 Softwares  
 Outros

### **Política**

Anarquia  
 Brasil  
 Democracia  
 Ditadura  
 Eleições  
 Internacional  
 Monarquia  
 Parlamentarismo  
 Partidos  
 Outros

### **Religião**

Adventista  
 Budista  
 Candomblé  
 Católica  
 Espírita  
 Evangélica  
 Hinduísta  
 Islâmica

Judaica  
 Mormonismo  
 Protestante  
 Seitas  
 Testemunhas de Jeová  
 Umbanda  
 Outros

### **Sexo**

Bissexuais  
 Casais  
 Contos  
 Gays e Afins  
 Heterossexuais  
 Lésbicas e Afins  
 Sadomasoquismo  
 Tântrico  
 Transexuais e Afins  
 Travestis e Afins  
 Virtual  
 Outros  
 Homem  
 Mulher  
 Relacionamento

### **Shopping**

Arte  
 Artigos importados  
 Assinaturas  
 Calçados  
 Carros  
 Congelados  
 Eletrônicos  
 Farmácias  
 Finanças

Floriculturas  
 Imóveis  
 Informática  
 Leilão  
 Livrarias  
 Livros  
 Lojas de deptos  
 Lojas de discos  
 Lojas de esporte  
 Perfumaria e cosméticos  
 Sex shop  
 Supermercado  
 Turismo  
 Variados  
 Outros

### **Sociedade**

Animais  
 Assistência Social  
 Comunicação  
 Costumes e Moda  
 Direito  
 Direitos Humanos  
 Ecologia  
 Estatística  
 Folclore  
 Forças Armadas  
 Grupos e associações  
 Habitação  
 ONGs  
 Publicidade  
 Trabalho  
 Transporte  
 Outros  
 Album de Fotografia

Blog  
 Pessoal

### **Veículos**

Barcos  
 Caminhões / Ônibus  
 Consórcio  
 Motos  
 Utilitários  
 Outros

### **Viagem**

África  
 América do Norte  
 América Latina e Caribe  
 Ásia  
 Brasil  
 Eurásia  
 Europa  
 Oceania  
 Oriente Médio  
 Cruzeiros  
 Ecoturismo  
 Hotéis  
 Pousadas  
 Resorts  
 Roteiros Temáticos  
 Outros

## ANEXO 4

### Contrato de uso dos serviços UOL e outras avenças

#### 1. ÍNTEGRA DO CONTRATO

1.1. Os termos abaixo se aplicam aos serviços oferecidos pelo Universo Online S.A. (UOL) a maiores de 18 anos ou menores com permissão dos pais ou responsável (USUÁRIOS). Este contrato se aplica tanto aos USUÁRIOS que são assinantes do UOL quanto aos USUÁRIOS que não são assinantes do UOL, caso este em que, o USUÁRIO deverá realizar um cadastro de visitante junto ao UOL, nos termos da cláusula 3 abaixo.

#### 2. SERVIÇOS

2.1. Durante o prazo deste contrato, o UOL fornecerá ao USUÁRIO a título gratuito, salvo disposto na cláusula 2.8 abaixo, acesso aos serviços descritos nas respectivas páginas de cadastro, desde que os mesmos não sejam utilizados para fins comerciais, ou seja, dentre outras atividades, não se destinem à oferta e intermediação de bens ou serviços a terceiros.

2.2. Para o uso dos serviços colocados à disposição pelo UOL, o USUÁRIO não assinante do UOL deverá fornecer seu e-mail e senha cadastrados (na forma da cláusula 3 abaixo) ou, para os assinantes do UOL, autenticar-se através de login e senha do UOL.

2.3. O USUÁRIO compromete-se a não divulgar banners publicitários nos serviços do UOL. Não obstante, fica acordado entre as partes que é permitido ao UOL, a seu exclusivo critério, proceder à inserção de banners em quaisquer página de serviços utilizadas pelo USUÁRIO, independentemente da autorização do USUÁRIO neste sentido.

2.4. O UOL envidará os melhores esforços para assegurar que o USUÁRIO usufrua dos serviços UOL com a máxima qualidade. No entanto, considerando a própria natureza do serviço, as garantias fornecidas pelo UOL são limitadas, conforme disposto na cláusula 7 abaixo. Assim sendo, poderão ocorrer interrupções do acesso à rede e conseqüentemente aos serviços do UOL, em virtude de serviços de manutenção no seu sistema, falhas no fornecimento de energia elétrica, na prestação de serviços de telecomunicação, casos fortuitos, força maior ou ações de terceiros.

2.5. O UOL se reserva o direito de, a qualquer tempo e a seu exclusivo critério, retirar qualquer conteúdo incluído pelo USUÁRIO em qualquer dos serviços do UOL que possa ser interpretado contrário às regras de conteúdo do UOL ou às normas legais em vigor. Sites que contêm informações incorretas ou incompletas também podem ser suspensos e as respectivas contas de visitantes encerradas, a critério do UOL.

2.6. O UOL não controla o conteúdo incluído pelo USUÁRIO em qualquer dos serviços do UOL e não se responsabiliza por informações encontradas nestes;

2.6.1. O UOL não se responsabiliza pelas opiniões e comentários realizados por qualquer dos USUÁRIOS ou visitantes dos serviços UOL. O conteúdo inserido em qualquer das páginas de serviços em uso pelo USUÁRIO é de única e exclusiva responsabilidade civil e penal do USUÁRIO cadastrado cujo e-mail foi usado para sua criação.

2.7. Os USUÁRIOS não devem publicar material protegido por direitos autorais nem publicar fotos ou textos sem autorização do autor ou de seu representante. Não devem também publicar fotos sem autorização dos fotografados.

2.7.1. O UOL se reserva o direito de modificar as regras acima a qualquer momento, a seu exclusivo critério.

2.8. Ainda que atualmente nenhuma taxa seja cobrada pelo UOL em razão da prestação dos serviços mencionados neste Contrato, as partes reconhecem que a qualquer momento a prestação de tais serviços poderão vir a ser cobrada pelo UOL, cabendo, neste caso, ao UOL notificar o USUÁRIO acerca do valor e da forma de pagamento da referida taxa de utilização dos serviços, conferindo-lhe o prazo de 60 (sessenta) dias para manifestação de sua concordância com a contratação dos serviços. A não manifestação do USUÁRIO acerca de sua concordância com a cobrança dos serviços aqui descritos, será interpretada como sua aceitação de tal pagamento.

2.9. Não serão aceitos e/ou poderão ser cancelados a qualquer tempo a utilização de qualquer dos serviços UOL pelo USUÁRIO, no qual conste quaisquer referências no todo ou em parte a expressão Universo Online; UOL; Brasil Online; BOL; e/ou marcas notórias e/ou marcas devidamente registradas e de propriedade comprovada do UOL e ainda de terceiros, independentemente desta última representar as iniciais ou qualquer combinação do nome do USUÁRIO, ou ainda que possam induzir outras pessoas em erro, sendo certo que o USUÁRIO responderá pelo uso indevido, tanto no âmbito civil quanto penal, se for o caso.

2.10. Se por mais de uma vez forem descumpridas quaisquer das regras expostas ou for verificado o exercício de ilegalidades, a conta de serviços do USUÁRIO será cancelada e o acesso aos serviços do UOL a este USUÁRIO será suspenso.

2.11. O UOL também se reserva o direito de reproduzir e publicar fotos ou trechos das páginas sob uso do USUÁRIO em qualquer meio, a qualquer momento.

### 3. CONTA DO USUÁRIO, SENHA E SEGURANÇA

3.1. Todo visitante (não assinante dos serviços UOL) que deseje utilizar qualquer serviço personalizado do UOL deverá possuir (i) conta de e-mail válida em qualquer provedor (ii) uma senha, que será criada pelo USUÁRIO durante o seu processo de cadastro, junto ao UOL. O visitante é inteiramente responsável pela confidencialidade do seu cadastro e senha, bem como de qualquer atividade que ocorra no âmbito de seu cadastro.

3.2. Na hipótese do USUÁRIO se cadastrar para utilizar mais de um serviço previsto neste instrumento, será conferido ao mesmo tão somente uma identificação e uma senha aplicável a todos os serviços por ele cadastrados.

3.3. O USUÁRIO poderá alterar sua senha a qualquer momento. A alteração da senha cadastrada pelo USUÁRIO implicará na utilização da nova senha para todos os serviços aos quais o USUÁRIO tenha se registrado.

3.4. O USUÁRIO concorda (i) em notificar imediatamente o UOL sobre qualquer uso não autorizado de sua identificação ou qualquer quebra de segurança de seu conhecimento e (ii) em não deixar seu cadastro aberto ou ativo em seu computador ao final de cada sessão.

3.5. Caso o USUÁRIO não seja assinante dos serviços de provimento de acesso à Internet prestados pelo UOL, mas seja assinante de serviços de parceiros do UOL, que confirmam ao USUÁRIO o direito de acessar determinado conteúdo restrito apenas a assinantes UOL e assinantes deste parceiro do UOL, o USUÁRIO declara e garante ao UOL ter conhecimento de, bem como concordar expressamente que: (i) para efetuar o cadastro completo como visitante UOL deverá informar ao UOL o número de assinatura ou código ou senha do USUÁRIO junto ao respectivo parceiro; (ii) no que tange a conteúdos do UOL e/ou de seus parceiros, o USUÁRIO somente terá acesso ao conteúdo aberto do UOL e ao conteúdo restrito do respectivo parceiro junto ao qual o USUÁRIO tenha uma assinatura, não tendo direito, pois, a acessar qualquer outro conteúdo restrito do UOL ou de qualquer outro de seus parceiros; e (iii) o acesso a este conteúdo restrito de parceiros UOL estará sujeito à manutenção da assinatura do USUÁRIO junto a este parceiro, em status devidamente ativo.

### 4. POLÍTICA DE PRIVACIDADE

4.1. Faz parte da política do UOL respeitar a privacidade de seus assinantes e visitantes. O UOL não irá, portanto, divulgar as informações relativas a um USUÁRIO a terceiros, exceto nos casos expressamente previstos nos termos do presente (cláusula 9 abaixo) ou a menos que seja obrigado a fazê-lo por questões legais.

4.2. No tocante ao conteúdo inserido pelo USUÁRIO nos serviços objeto do presente contrato, o UOL os considera de única e exclusiva responsabilidade de cada USUÁRIO. Assim sendo, o UOL não irá monitorar, editar, acessar, revisar ou divulgar informações sobre qualquer conteúdo. No entanto, o USUÁRIO expressamente concorda que o UOL poderá fazê-lo se acreditar que tal atitude é necessária e for obrigado, mas não se limitando a:

- a. cumprir disposição legal;
- b. cumprir algum procedimento legal, inclusive para cumprir qualquer ordem judicial ou de qualquer órgão regulatório competente;
- c. fazer cumprir os termos, regras, e o presente contrato de utilização do serviço;
- d. responder reclamações de que tal conteúdo viole direitos de terceiros; ou
- e. proteger o interesse do UOL ou de terceiros.

4.3. O USUÁRIO reconhece e aceita as cláusulas acima e autoriza o acesso ao diretório e conteúdo dos serviços do UOL utilizados pelo USUÁRIO, se houver necessidade de identificar e resolver problemas técnicos.

4.4. O USUÁRIO reconhece e concorda que o UOL não endossa o conteúdo divulgado pelos mesmos nos serviços do UOL e de qualquer outro conteúdo de assinantes e visitantes no UOL e, conforme disposto acima, não é responsável por qualquer material ilegal, difamatório, que viole direitos de privacidade, ou que seja abusivo, ameaçador, obsceno, injurioso ou censurável de qualquer forma ou que infrinja ou possa infringir direitos de propriedade intelectual ou outros direitos de terceiros.

4.5. Não obstante o disposto acima, ao utilizar o UOL ou qualquer um dos serviços do Universo Online S.A., o USUÁRIO autoriza o UOL a monitorar seu acesso e sua navegação na rede mundial Internet para os fins exclusivos de:

- a. fazer cumprir os termos do serviço;
- b. responder reclamações de que tal conteúdo viole direitos de terceiros;
- c. proteger o interesse do UOL ou de terceiros;
- d. identificar e resolver problemas técnicos;
- e. identificar grupos de perfil de USUÁRIO para orientação publicitária;
- f. oferecer serviço personalizado ao USUÁRIO.

## 5. CONDUTA E OBRIGAÇÕES DO USUÁRIO

5.1. Como condição para se registrar e usufruir dos serviços acima mencionados, sem prejuízo do disposto na cláusula 5.4. abaixo, o USUÁRIO declara:

- a. ser maior de 18 anos, ou menor devidamente autorizado pelos pais ou responsável;
- b. que não utilizará tais serviços para fins ilegais;
- c. não utilizar tais serviços para transmitir/divulgar material ilegal, difamatório, que viole a privacidade de terceiros, ou que seja abusivo, ameaçador, obsceno, prejudicial, vulgar obsceno, injurioso, ou de qualquer outra forma censurável;
- d. não transmitir e/ou divulgar qualquer material que viole direitos de terceiro, incluindo, mas sem limitação, direitos de propriedade intelectual de terceiros;
- e. não se fazer passar por terceiros;
- f. não utilizar tais serviços para divulgar/expor quaisquer tipos de vírus ou arquivos contendo quaisquer tipos de vírus ("Cavalos de Tróia") ou que possam causar danos a terceiros;
- g. não praticar quaisquer atos que violem qualquer lei ou regulamento local, estadual, nacional ou internacional aplicável;
- h. cumprir todas as leis aplicáveis com relação à transmissão de dados a partir do Brasil ou do território onde o usuário reside;
- i. não obter ou tentar obter acesso não-autorizado a outros sistemas ou redes de computadores conectados ao serviço;
- j. ser o único responsável pelo conteúdo e informações que vier a disponibilizar nos serviços do UOL;
- k. não interferir ou interromper os serviços ou os servidores ou redes conectados ao serviço;
- l. cumprir todos os requerimentos, procedimentos, políticas, e regulamentos de redes conectadas ao serviço;
- m. ser sua responsabilidade providenciar todo o equipamento necessário para efetuar sua conexão à Internet, incluindo mas não se limitando a energia elétrica, linha telefônica, computador e modem;
- n. estar ciente de que terá a utilização dos serviços cancelada caso o UOL tome o conhecimento, por si ou por terceiros que o USUÁRIO violou qualquer termo do presente Contrato, por qualquer modo.
- o. observar, seguir e submeter-se integralmente às regras específicas de uso dos serviços UOL, quando existentes, as quais estarão disponíveis na página inicial de cada serviço.

5.2. Se a qualquer momento durante a vigência do presente Contrato o UOL identificar que os dados cadastrais fornecidos pelo USUÁRIO não são corretos ou que não pertencem a ele, o Contrato será rescindido automaticamente.

5.3. O uso de quaisquer dos serviços e das licenças de software aqui descritos em condições contrárias ao aqui disposto implicará no direito do UOL cancelar não só o serviço e/ou a licença de software que foi utilizada indevidamente, como também (i) cancelar quaisquer outros serviços que sejam utilizados pelo USUÁRIO através do UOL, (ii) excluir a parte do conteúdo que o UOL entenda contrário às disposições deste instrumento, e/ou (iii) cancelar automaticamente o cadastro e senha do USUÁRIO para utilização dos serviços e da licença de software oferecidos pelo UOL, ressalvado ainda o direito do UOL em pleitear indenização do USUÁRIO, conforme previsto na cláusula 8 abaixo.

5.4. É expressamente proibido na utilização dos serviços do UOL:

- # Engajar-se em atividade comercial, o que inclui: oferecer qualquer tipo de produto para venda; procurar anunciantes e patrocinadores; colocar banners de qualquer tipo;
- # Colocar material pornográfico, grosseiro, racista ou ofensivo;
- # Colocar informação sobre atividades ilegais e incitação ao crime;
- # Colocar material pornográfico ou atividades ilegais incluindo menores de 18 anos (segundo o artigo 241 do Estatuto da Criança e do Adolescente, é crime "fotografar ou publicar cena de sexo explícito ou pornografia envolvendo criança ou adolescente". A pena varia de um a quatro anos de prisão.);
- # Colocar páginas criptografadas ou protegidas por senhas;
- # Colocar material calunioso (que atribua falsamente a alguém fato definido como crime);
- # Colocar informação relativa a pirataria de software;
- # Colocar material protegido por copyright. É crime violar direitos autorais. Não inserir fotos ou textos sem autorização do autor ou de seu representante. Não inserir fotos sem autorização dos fotografa-

dos. Não distribua arquivos de som sem autorização de pessoas ou empresas responsáveis. Não distribua programas piratas;

- # Colocar afirmações injuriosas (que ofendam a dignidade ou o decoro de alguém) ou difamatórias (que imputem a alguém fato ofensivo à sua reputação);
- # Colocar conteúdo confidencial ou embargado por contrato;
- # Colocar conteúdo que moleste ou perturbe terceiros;
- # Usar os serviços com a finalidade de armazenamento para disponibilização de download de arquivos por múltiplas pessoas;
- # Usar os serviços apenas como indicação para outros conteúdos, dentro ou fora dos serviços do UOL;
- # Ter vários endereços em cada um dos serviços do UOL, dentro da mesma categoria ou do mesmo tema;
- # Fazer-se passar por pessoa, empresa ou instituição;
- # Coletar ou divulgar dados pessoais dos usuários dos serviços do UOL ou de terceiros, sejam eles assinantes ou não;
- # Colocar páginas ocultas ou imagens ocultas (não acessíveis através de nenhum link em outra página acessível);
- # Distribuir, via correio eletrônico, grupos de discussão, comunidades online, fóruns e formas similares de comunicação mensagens não solicitadas do tipo 'corrente' e mensagens em massa, comerciais ou não
- # Enviar grande quantidade de mensagens idênticas ao mesmo destinatário por correio eletrônico (mail bombing)
- # Usar a rede ou sistemas para tentar e/ou realizar acesso não autorizado a dispositivos de comunicação, informação ou computação ou executar qualquer tipo de ataque.

## 6. DIREITOS DE PROPRIEDADE

6.1. O USUÁRIO reconhece e concorda que o conteúdo, incluindo, sem limitação, textos, programas de software, músicas, sons, fotografias, gráficos, vídeos ou outros materiais contidos em propagandas disponíveis no serviço, bem como as informações divulgadas aos internautas através dos serviços do UOL, podem estar protegidos por direitos autorais, marcas, patentes ou outros direitos de propriedade intelectual e legislação aplicável. O USUÁRIO reconhece e concorda que somente poderá utilizar tais materiais e informações conforme expressamente autorizado pelo UOL ou pelos anunciantes, e não poderá copiar, reproduzir, transmitir, distribuir ou criar obras derivadas a partir de tais materiais ou informações sem a autorização expressa do respectivo proprietário.

## 7. GARANTIA LIMITADA

7.1. A utilização dos serviços é feita sob inteira responsabilidade do USUÁRIO. Os serviços são fornecidos gratuitamente, observado o disposto nas cláusulas 2.3 e 2.14 acima, e dependem da funcionalidade de vários fatores, como a interação de servidores e serviços de telecomunicações de terceiros, a adequação dos equipamentos do USUÁRIO, etc. Tendo isso em consideração, o UOL empregará seus melhores esforços para assegurar que todos os serviços funcionem da melhor forma possível. No entanto, tendo em vista a natureza do serviço e o atual estado da técnica referente às comunicações e transmissões eletrônicas de dados via Internet, o UOL não pode garantir que os serviços irão funcionar corretamente, podendo inclusive ocorrer extravio, divulgação ou violação por parte de terceiros não autorizados de informações pessoais armazenadas no UOL.

7.2. O UOL não oferece garantias de qualquer natureza com relação aos seus serviços, sejam expressas ou implícitas.

7.3. O UOL não garante que os serviços serão adequados às necessidades do USUÁRIO ou que os serviços serão prestados de maneira ininterrupta, segura, ou livre de erros.

7.4. O USUÁRIO reconhece e concorda que qualquer material e/ou informação obtido através dos serviços ou de sua utilização será de sua exclusiva responsabilidade, especialmente no tocante a quaisquer danos que venham a ser causados ao sistema de seu computador.

7.5. O UOL não se responsabiliza por eventuais falhas no sistema, ainda que por motivo que lhe seja atribuível, ficando estabelecido que os serviços do Universo Online S.A. serão fornecidos tal como estiverem disponíveis.

7.6. O UOL não é e nem será responsável (i) pela qualidade da conexão do computador do USUÁRIO à Internet em qualquer circunstância, (ii) pela disponibilidade ou não dos serviços de acesso à Internet prestados por terceiros, (iii) pela impossibilidade de utilização de quaisquer dos serviços ou licenças de software acima mencionados em razão da incompatibilidade dos serviços e/ou das licenças com a configuração técnica do computador do USUÁRIO, (iv) pela desobediência, por parte do USUÁRIO, das regras e

condições de uso estabelecidas por cada um dos provedores de acesso aos quais o USUÁRIO tente se conectar, (v) por quaisquer danos sofridos pelo USUÁRIO em razão da incorreta utilização dos serviços ou incorreta instalação de software fornecido pelo UOL, (vi) pela funcionalidade ou por qualquer vício ou defeito de software fornecido pelo UOL, (vii) pela reparação de danos de qualquer natureza causados pela quebra de privacidade ou segurança de dados do USUÁRIO durante a conexão de seu computador à Internet através de terceiros, independentemente, inclusive, de a conexão ter sido realizada através de software fornecido pelo UOL e ainda se a conexão à Internet ocorreu pelo serviço de provimento de acesso fornecido pelo UOL.

## 8. INDENIZAÇÃO

8.1. O USUÁRIO concorda em indenizar e isentar o UOL, seus diretores e empregados, de quaisquer perdas, despesas, danos, reclamações ou reivindicações, incorridos por quaisquer terceiros ou incorridos ou sofridos pelo UOL com relação ou em decorrência de qualquer uso ou transmissão através dos serviços que ocorram sob a senha ou cadastro do USUÁRIO e que violem os termos deste instrumento ou as condições de uso de qualquer serviço aqui previsto, quaisquer leis ou regulamentos locais, nacionais ou internacionais aplicáveis, ou quaisquer direitos de terceiros.

## 9. USO DE INFORMAÇÕES DO REGISTRO

9.1. Exceto pelas informações obtidas pelo UOL através do monitoramento mencionado na cláusula 4 acima, que somente poderão ser utilizadas ou divulgadas nos termos mencionados em referido dispositivo, o USUÁRIO expressamente autoriza o UOL, ou alguém por ele indicado, a revelar as informações de registro e as informações sobre utilização dos serviços do UOL, para fins comerciais, inclusive de marketing.

9.2. O USUÁRIO concorda expressamente que o UOL não terá qualquer responsabilidade sobre a utilização das informações por ele reveladas conforme expressamente autorizado, pelo que o USUÁRIO expressamente isenta o UOL de toda e qualquer responsabilidade, incluindo mas não se limitando ao conteúdo que contenha material (i) ilegal, vexatório, difamatório, invasivo à privacidade, abusivo, ameaçador, prejudicial, vulgar, obsceno, injurioso, ou de qualquer forma censurável; (ii) que viole direitos de terceiro, incluindo, mas sem limitação, direitos de propriedade intelectual de terceiros; (iii) que viole qualquer lei ou regulamento local, estadual, nacional ou internacional aplicável; (iv) que contenha vírus, arquivos do tipo "Cavalo de Tróia", ou outro programa prejudicial; ou (v) não-solicitado ("spam" ou "junk mail"), correntes ("chain letters"), ou qualquer item que desrespeite o disposto na cláusula 5.4.

## 10. MODIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS E DOS TERMOS DOS SERVIÇOS

10.1. O UOL poderá eventualmente modificar os termos dos serviços aqui especificados a seu exclusivo critério e sem necessidade de notificação prévia. O USUÁRIO deverá verificar permanentemente os termos dos serviços disponíveis em <http://www.uol.com.br> e poderá a qualquer momento rescindir o presente contrato conforme disposto na cláusula 13.

10.2. O UOL reserva-se o direito de modificar ou descontinuar quaisquer um de seus serviços a seu exclusivo critério e sem notificação prévia.

## 11. DISPOSIÇÕES GERAIS

11.1. Os termos dos serviços e o relacionamento entre as partes serão regidos pelas leis da República Federativa do Brasil, sem consideração a qualquer disposição sobre conflito de leis. USUÁRIO e UOL concordam em submeter-se à competência única e exclusiva dos tribunais localizados no Brasil.

11.2. Os títulos das cláusulas nos termos do serviço foram inseridos apenas por conveniência. Do mesmo modo, as expressões "serviços", "cadastro" e #identificação# são utilizadas apenas para facilitar o entendimento uma vez que não existe qualquer remuneração por parte do USUÁRIO. Tais títulos e expressões não alteram a natureza do contrato e não possuem quaisquer efeitos legais ou contratuais.

11.3. O USUÁRIO declara expressamente que leu e que está de acordo com as Normas de Segurança e Privacidade do UOL ([sac.uol.com.br/info/protecao\\_privacidade/normas\\_protecao\\_privacidade.jhtm](http://sac.uol.com.br/info/protecao_privacidade/normas_protecao_privacidade.jhtm))

## 12. RESCISÃO

12.1. No caso dos serviços do UOL que não necessitam qualquer tipo de senha do USUÁRIO, para rescindir esse Contrato a qualquer tempo, basta que o USUÁRIO deixe de utilizar o UOL e seus serviços.

12.2. O UOL irá considerar como USUÁRIO inativo qualquer USUÁRIO que fique 60 (sessenta) dias consecutivos e ininterruptos sem utilizar quaisquer um dos serviços personalizados do UOL. O UOL reserva-se o direito de, a qualquer tempo e ao seu exclusivo critério, cancelar o cadastro de USUÁRIO inativos.

12.2.1. O USUÁRIO fica ciente e aceita que o simples acesso ao site do UOL não implica necessariamente o uso de um dos serviços personalizados oferecidos pelo UOL. Para que um serviço personalizado seja utilizado é necessário que o usuário possua e forneça um e-mail válido, crie uma respectiva senha e realize corretamente o cadastro de visitante no UOL, ou forneça login e senha de uma assinatura UOL. Portanto, um cadastro será considerado inativo se ficar 60 (sessenta) dias consecutivos e ininterruptos sem que o USUÁRIO acesse os serviços do UOL com a sua identificação no UOL e sua senha.

12.2.2. O USUÁRIO fica ciente e aceita que ao cancelar seu cadastro de visitante ou sua conta de assinante UOL, o UOL não será responsável por quaisquer arquivos, documentos, e-mails e quaisquer outros tipos de informações do referido cadastro que estejam armazenadas no UOL.

### 13. IDIOMA

13.1. É vontade expressa das partes que o presente instrumento, assim como todos os documentos relacionados ao mesmo sejam redigidos em português.

### 14. NOTIFICAÇÃO

14.1. Todas as notificações a qualquer das partes deverão ser feitas por escrito, via e-mail ou correio convencional. Quando realizadas através de correio convencional deverão ser encaminhadas (i) se para o UOL ao endereço Av. Brigadeiro Faria Lima, 1384, 9º andar, CEP 01452-002, Jardim Paulistano, São Paulo, SP, e (ii) se para o USUÁRIO, ao endereço por ele especificado quando de seu cadastro junto ao UOL. Quando realizadas através de e-mail deverão ser encaminhadas (i) se para o UOL ao endereço: abuse@uol.com.br, e (ii) se para o USUÁRIO, ao seu endereço de e-mail no UOL. Não obstante a cláusula 11, o UOL poderá divulgar notificações ou mensagens através de seus serviços para informar o USUÁRIO de mudanças nos serviços ou em seus termos, além de outros assuntos relevantes.

### 15. CONEXÕES ("LINKS")

15.1. Os serviços oferecidos pelo UOL poderão fornecer, ou os USUÁRIO poderão incluir "links" para outros endereços ou recursos na Internet. O UOL não é responsável pela disponibilidade de tais endereços ou recursos externos e não endossa ou se responsabiliza por qualquer conteúdo, propaganda, produtos, serviços ou outros materiais contidos ou disponibilizados através de tais sites ou recursos. O USUÁRIO concorda que UOL não será responsável, direta ou indiretamente, por quaisquer custos, danos ou perdas que sejam efetivamente ou alegadamente causados por quaisquer conteúdos, produtos ou serviços disponíveis em referidos sites ou recursos externos ou pela utilização ou confiança depositada pelo USUÁRIO em tais conteúdos, produtos ou serviços.

A senha do assinante UOL é secreta. Nenhum funcionário do UOL está autorizado a solicitá-la. Regras de uso. | Crimes virtuais: denuncie

© 1996-2007 UOL - O melhor conteúdo. Todos os direitos reservados.

(Fonte: <http://www.uol.com.br/>)

## ANEXO 5

### Regras de uso do programa de serviço UOLfotoblog

O conteúdo de cada fotoblog é de única e exclusiva responsabilidade civil e penal do assinante e/ou visitante cadastrado cuja senha tenha sido usada para sua criação.

Os autores dos fotoblogs não devem publicar material protegido por direitos autorais nem publicar fotos ou textos sem autorização do autor ou de seu representante.

Não devem também publicar fotos sem autorização dos fotografados e não devem distribuir arquivos de som sem autorização de pessoas ou empresas responsáveis.

O UOL não se responsabiliza pelo conteúdo de nenhum fotoblog.

O conteúdo dos fotoblogs não é revisado pelo UOL.

O endereço NAFOTO.NET é dedicado única e exclusivamente para fotoblog, não sendo permitido o uso para armazenar outro tipo de conteúdo.

O UOL se reserva o direito de, a qualquer tempo e a seu exclusivo critério, retirar qualquer página e/ou fotoblog que possam ser interpretados contrários às regras de conteúdo do UOL fotoblog ou às normas legais em vigor.

Se por mais de uma vez forem descumpridas quaisquer das regras expostas ou for verificado o exercício de ilegalidades, o fotoblog será excluído da Internet, e o assinante terá sua assinatura no UOL cancelada.

Os autores de fotoblogs também estão proibidos de armazenar arquivos nos servidores do UOL que sejam exclusivamente acessados por Web sites (páginas HTML) hospedados fora do UOL.

Os fotoblogs não devem conter em seu conteúdo os seguintes itens:

- banners publicitários;
- sites que façam vendas online (o UOL tem uma estação específica para este fim, Shopping UOL);
- material pornográfico, grosseiro, racista ou ofensivo;
- informação sobre atividades ilegais e incitação ao crime;
- material pornográfico ou atividades ilegais incluindo menores de 18 anos (segundo o artigo 241 do Estatuto da Criança e do Adolescente);
- material calunioso;
- afirmações injuriosas ou difamatórias;
- propaganda política para candidatos, partidos ou coligações, bem como propaganda a respeito de seus órgãos ou representantes;
- páginas e arquivos criptografados ou protegidos por senhas;
- programas e arquivos que contenham vírus ou qualquer outro código que ponha em risco arquivos;
- programas ou componentes de computador de qualquer usuário que venha a acessar o fotoblog; informação relativa à pirataria de software;

Use o e-mail abaixo para denunciar sites e produtos que estão em desacordo com as regras de uso do UOL [quebraderegras@uol.com.br](mailto:quebraderegras@uol.com.br)

(Fonte: <http://fotoblog.uol.com.br/>)

## ANEXO 6 – Crimes virtuais

### Ajude o UOL a manter a Internet livre de criminosos. Denuncie!

Exemplos de crimes virtuais:

#### **Pedofilia e pornografia infantil**

O Código Penal Brasileiro não possui o tipo penal pedofilia. Entretanto, a pedofilia, como contato sexual entre crianças/adolescentes e adultos, traduz-se juridicamente nos clássicos crimes de estupro (art. 213 do Código Penal) e atentado violento ao pudor (art. 214 do Código Penal), ambos com pena de 6 (seis) a 10 (dez) anos de reclusão e considerados como crimes hediondos.

Pornografia infantil é crime passível de pena de reclusão de 2 (dois) a 6 (seis) anos e multa. Artigo 241, do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/90): Apresentar, produzir, vender, fornecer, divulgar ou publicar, por qualquer meio de comunicação, inclusive rede mundial de computadores ou Internet, fotografias ou imagens com pornografia ou cenas de sexo explícito envolvendo criança ou adolescente.

#### **Exploração sexual**

Exploração Sexual é o meio pelo qual, o adulto em geral, tira proveito da inocência, da infância ou adolescência, quando em troca de favores sexuais, turismo sexual, incentivo à prostituição, rufianismo, pedofilia, obtém lucro financeiro. Exploração sexual é crime previsto no artigo 244 do Estatuto da Criança e do Adolescente. Quem cometer o crime está sujeito a pena de 4 a 10 anos de reclusão, além da multa.

#### **Apologia e incitação ao crime**

É o ato de incitar, elogiar ou discursar publicamente em louvor de prática criminosa ou de autor de crime. A apologia e incitação ao crime estão previstos nos artigos 286 e 287 do Código Penal Brasileiro, com pena de detenção de 3 a 6 meses e multa.

#### **Neonazismo**

Está associado ao resgate do nazismo ou nacional-socialismo, ideologia política criada por Adolf Hitler no começo da década de 1920. O movimento neonazista tem suas origens em princípios raciais, zelando sempre pela "raça pura ariana".

O crime se configura com a fabricação, comercialização, distribuição de símbolos, distintivos ou qualquer outro meio que utilize a cruz suástica ou gamada para fins de divulgação do nazismo.

O neonazismo está previsto no artigo 20 em seu parágrafo 1º da Lei nº 7716/89 com pena de reclusão de 2 a 5 anos e multa.

#### **Apologia e incitação a práticas cruéis contra animais**

Consiste na tortura de animais que é um crime previsto no artigo 32 da Lei nº 9605/98, com pena de detenção de 3 meses a 1 ano e multa. A pessoa que incitar, discursar ou louvar em favor da prática de crueldade contra animais, incorre nas mesmas penas previstas no artigo 286 e 287 do Código Penal Brasileiro, com pena de detenção de 3 a 6 meses e multa.

#### **Racismo, xenofobia e intolerância religiosa**

Podem ser definidas como prática, indução ou incitação de preconceito de raça, cor, etnia e religião. O crime está previsto no artigo 20 da Lei nº 7716/89, com pena de reclusão, que pode variar de 1 a 3 anos e multa. Se for cometido por intermédio dos meios de comunicação (como a Internet), a pena pode ser agravada de 2 a 5 anos e multa, conforme o parágrafo 2º da mesma Lei.

#### **Outros Crimes Virtuais**

Calúnia, difamação, injúria e crimes contra a honra

##### **Caluniar**

É atribuir a alguém, falsamente, um fato definido como crime. A calúnia está prevista no artigo 138 do Código Penal Brasileiro, com pena de detenção de 6 meses a 2 anos e multa.

##### **Difamar**

É levar ao conhecimento de outras pessoas fato ofensivo à reputação de alguém. A difamação está prevista no artigo 139 do Código Penal Brasileiro, com pena de prisão de 3 meses a 1 ano e multa.

**Injuriar**

É insultar, ofender a dignidade ou a honra de alguém, sem apontar especificamente as circunstâncias pejorativas. A injúria está prevista no artigo 140 do Código Penal Brasileiro, com pena de detenção de 1 a 6 meses ou multa.

**Crimes contra a honra**

Há uma gradação decrescente entre calúnia, difamação e injúria. Acusar falsamente um funcionário público de ter recebido propina para praticar ato de ofício é calúnia. Se ele for chamado de "corrupto", o crime é de injúria. Se a ele for atribuído um fato ofensivo não previsto em lei, como beber no expediente, o delito é difamação.

**Direitos autorais**

Publicar material protegido por direitos autorais, fotos ou textos sem autorização do autor ou de seu representante legal, fotos sem autorização dos fotografados ou distribuir arquivos de som sem autorização de pessoas ou empresas responsáveis

**Falsa identidade**

É atribuir a si próprio, ou a outra pessoa, falsa identidade com o intuito de obter vantagem própria ou alheia, ou ainda para causar dano a alguém. A falsa identidade está prevista no artigo 307 do Código Penal Brasileiro, com pena de detenção de 3 meses a 1 ano ou multa, se o fato não constituir elemento de crime mais grave.

**Quebra de regras**

Exemplos de uso indevido dos produtos UOL:

Propaganda política

Fazer propaganda para candidatos, partidos ou coligações, bem como propaganda a respeito de seus órgãos ou representantes

Pornografia

Publicação de imagens e/ou linguagem obscena ou pornográfica (exceto em UOL XXX)

Discriminação

Praticar, induzir ou incitar preconceito quanto a origem, raça, etnia, sexo, orientação sexual, cor, idade, crença religiosa ou qualquer outra forma de discriminação

Vírus e Spam

Manter páginas ou arquivos criptografados e protegidos por senhas (exceto os hospedados no UOL Disco Virtual); divulgar ou distribuir programas ou arquivos que contenham vírus ou qualquer outro código malicioso

Invasão de privacidade

Publicar material calunioso, abusivo ou que invada a privacidade de alguém; divulgar como próprio ou sem a devida autorização nomes, contatos e demais informações de terceiros

**A denúncia é anônima**

(Fonte: <http://www.uol.com.br/>)