

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO**

GUILHERME BRASIL MEDEIROS SILVA

A CONSTRUÇÃO DO RADIOVISUAL NO YOUTUBE

São Leopoldo

2016

Guilherme Brasil Medeiros Silva

A CONSTRUÇÃO DO RADIOVISUAL NO YOUTUBE

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Área de Concentração: Mídias e Processos Audiovisuais

Orientador: Prof. Dr. Sonia Montañó

Guilherme Brasil Medeiros

A CONSTRUÇÃO DO RADIOVISUAL NO YOUTUBE

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Aprovada em ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Sonia Montano

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao PPGCC, UNISINOS e CAPES pelo incentivo dado à pesquisa e ao pesquisador. Em especial à Suzana Kilpp por mudar minha maneira de pensar a vida. Ao professor Gustavo Fischer, que no momento mais difícil desse processo, se mostrou um grande amigo. Ao professor João Ladeira, que foi extremamente importante para essa construção, pelos seminários, pelas indicações de leitura, e pelo bom humor. À professora Sonia Montañó, pela orientação e tempo dedicado. Por me inspirar e provocar a buscar sempre o melhor deste trabalho.

Aos colegas mestrandos da turma de 2014, pela parceria, pelos papos, por dividir as angústias de falar sobre o tempo, sobre a desconstrução do indivíduo. De perceber que a pesquisa é um reflexo de nós mesmos. Em especial aos mestrandos Adam Scheffel, Raquel Saliba e doutorandos William Mayer e Daniel Petry.

Agradeço meus colegas de trabalho, em especial a Sabrina Passos que foi sempre muito compreensiva com o horário das aulas e das orientações.

Aos meus pais Antônio Brasil e Sandra Elisabete, pelo exemplo e pela paixão pela profissão de professor. Por demonstrar, durante toda minha vida, esforço máximo em proporcionar uma educação exemplar. Aos meus irmãos Brasil, Tiago e Luciana que me inspiram a buscar meus sonhos e me tornar uma pessoa melhor.

À minha esposa Patrícia, pelo amor, ajuda, amizade, respeito e suporte durante todos esses meses de produção. Eu teria que fazer um capítulo dedicado a ti para agradecer por tudo que fizeste durante esse período. A motivação só renovou nossa convicção na busca de novos desafios.

RESUMO

Esta dissertação, através de um processo cartográfico, pretende entender formas de apropriação de diversas emissoras de rádio que transmitem seus programas ao vivo pela plataforma de vídeos YouTube, a partir do recurso de transmissão ao vivo recentemente disponibilizado pelo site. Esse uso reiterado leva a pensar que a transmissão ao vivo suscita um gênero emergente usado por emissora de rádios que estamos chamando aqui de radiovisual. A partir da figura benjaminiana do *flâneur*, e seguindo a programação (por *softwares*) da plataforma, foi feito um mapa com diversas experiências que dão a ver particularidades desses usos como a reinvenção do tempo ao vivo, a enunciação de câmeras e olhares *voyeurs* e a constituição de um regime de visibilidade que dá outros sentidos às imagens técnicas do estúdio de rádio. O radiovisual se mostra como parte de um processo de audiovisualização da cultura que é próprio da plataforma em questão e que inclui o usuário, o vídeo e a interface como elementos de um audiovisual que retoma as clássicas montagens do cinema e da TV e as sobrepõe às montagens próprias do meio *web*.

Palavras-chave: Radiovisual. Audiovisual da *web*. Audiovisualidades. YouTube.

ABSTRACT

This dissertation, through a mapping process, aims to understand forms of appropriation of various radio stations that broadcast their programs live by the YouTube video platform, from the transmission feature live recently made available by the platform. This usage reiterated suggests that the live broadcast raises an emerging genre used by station radios that we are calling here radiovisual. From Benjamin's figure of the *flâneur*, following the programming (software) platform, was charted with several experiences that give to see the characteristics of those uses as the reinvention of live time, the enunciation of cameras and *voyeurs* looks and establishment of a regime of visibility that gives other senses ace techniques radio studio pictures. The radiovisual shown as part of a culture of audiovisual process that is platform itself in question and that includes the user, the video and the interface as elements of an audiovisual that takes the classic montages of film and TV and overlaps the own mounts web environment.

Keywords: Radiovisual. Audiovisual of web. Audiovisuality. YouTube

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Ecografia de um feto de 12 semanas	25
Figura 2 - Banco de trilhas e efeitos sonoros para edição	26
Figura 3 - Área de transmissão ao vivo e conexão de dispositivos de captação	27
Figura 4 - Interface de organização de <i>playlists</i>	27
Figura 5 - Frames do filme <i>Life of an American Fireman</i>	35
Figura 6 – Pintura de Hieronymus Bosch.....	46
Figura 7 - Áudio ao vivo da rádio 99.5 FM, Radiovision, com a imagem da janela do estúdio.....	56
Figura 8 - Print da rádio Dreschtstand FM ao vivo com o texto da programação	57
Figura 9 - Painel de busca do YouTube 1	59
Figura 10 - Painel de busca do YouTube 2.....	59
Figura 11 - Capa de canal	60
Figura 12 - Cartografia radiovisual	61
Figura 13 - Canal Pretinho TV da Rádio Atlântida	64
Figura 14 - Biblioteca de vídeos do canal Pretinho TV no YouTube.....	65
Figura 15 - Transmissão do Pretinho Básico das 13h	66
Figura 16 - Transmissão do programa Bola Atlântida 1	66
Figura 17 - <i>Chat</i> ao vivo do Pretinho Básico no YouTube	68
Figura 18 - Botões do radiovisual gravado e quando transmitido ao vivo	69
Figura 19 - Mudança na configuração do <i>player</i> do YT quando transmitido ao vivo	70
Figura 20 – Descrição do ao vivo com os <i>links</i> das redes sociais da Rádio Atlântida	70
Figura 21 - Transmissão do programa Bola Atlântida 3.....	71
Figura 22 - Olhar oblíquo dos participantes do Pretinho Básico à câmera	72
Figura 23 - Um dos participantes do Pretinho interagindo com a câmera	73
Figura 24 - Planos e enquadramentos do Pretinho Básico ao vivo	74
Figura 25 - Intervalo do Pretinho Básico ao vivo.....	76
Figura 26 - Capa do canal Rádio Kiss FM	77
Figura 27 - Transmissão do programa Gasômetro 1	78
Figura 28 - Enquadramentos do programa Gasômetro da Radio KISS.....	80
Figura 29 - Gasômetro com os microfones fechadosv.....	81

Figura 30 - Câmera no canto superior do estúdio da rádio Kiss FM	82
Figura 31 - Portal da emissora www.mad.tv que reúne todos os endereços dos veículos do grupo MAD	84
Figura 32 - Capa do canal MAD Radio	85
Figura 33 – Transmissão de programa na MAD Radio em 2012.....	86
Figura 34 - Transmissão de programa na MAD Radio em 2013.....	87
Figura 35 - Transmissão ao vivo <i>Mad Morning Show 1</i>	88
Figura 36 – Estúdio da <i>MAD Radio</i> transmitido 24 horas	91
Figura 37 - <i>Chat</i> da transmissão ao vivo da <i>MAD radio</i>	92
Figura 38 - Capa do canal Rádio Aurora Armenia	94
Figura 39 - Biblioteca de vídeos da rádio Aurora Armenia traduzida para o português	95
Figura 40 - Transmissão ao vivo do canal Radio Aurora	95
Figura 41 - Transmissão da Rádio Aurora Armenia	96
Figura 42 - Repórter da <i>Radio Aurora</i> falando de um ponto da rua	97
Figura 43 - Transmissão ao vivo Rádio Aurora Armenia	98
Figura 44 - Transmissão do canal da Rádio KEXP.....	100
Figura 45 - Transmissão do canal da Rádio KEXP	100
Figura 46 - Biblioteca de vídeos da KEXP	101
Figura 47 - Transmissão do canal da Rádio KEXP	102
Figura 48 - KEXP fazendo projeções de luzes nos músicos durante a transmissão	103
Figura 49 - Dj se apresentando ao vivo na KEXP	103
Figura 50 - Sequencia de frames da KEXP com vinheta e lettering	104
Figura 51 - Lettering inicial do filme “A Trip to the Moon” de Méliès	105
Figura 52 - Âncoras olhando para diferentes direções	106
Figura 53 - Música invadindo espaço e contra-plano revela câmera.....	106
Figura 54 - Capa do canal do YouTube <i>Kink Radio</i>	107
Figura 55 - Biblioteca de vídeos do canal da rádio	108
Figura 56 - Primeiras transmissões do canal <i>Kink Radio</i>	109
Figura 57 - Transmissão da Rádio Kink	110
Figura 58 - Frame da vinheta dos materiais de vídeos do canal	111
Figura 59 - Crédito de música e banda do canal <i>Kink Radio</i>	111
Figura 60 - Plano <i>close-up</i> na transmissão do audiovisual da <i>Kink Radio</i>	112

Figura 61 - Âncora chamando internautas para assistir o programa	113
Figura 62 - Capa do canal da Rádio KCRW	115
Figura 63 - Multiplicidade de enquadramentos do audiovisual da KCRW	116
Figura 64 - Transmissão do programa Morning Becomes Eclectic.....	117
Figura 65 - Estúdio 360° da Rádio KCRW	117
Figura 66 - Exemplo de como funciona a captação de uma foto panorâmica.	118
Figura 67 - Chão e teto de luzes do estúdio revelados na câmera 360°.....	119
Figura 68 - Imagem dos testes com as câmeras 360° da Rádio KCRW 1.....	120
Figura 69 - Imagem dos testes com as câmeras 360° da Rádio KCRW 2.....	121
Figura 70 - Óculos de realidade virtual para SmartPhones 1	122
Figura 71 - Óculos de realidade virtual para SmartPhones 2	122

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. AUDIOVISUALIDADES DO YOUTUBE	15
2.1 A INTERFACE COMO DINÂMICA DE AUDIOVISUALIZAÇÃO	22
2.2 A TRANSMISSÃO AO VIVO	25
3. A MONTAGEM NAS MÍDIAS AUDIOVISUAIS	34
3.1 A MONTAGEM NA <i>WEB</i>	40
3.2 CÂMERAS E OLHARES NAS MÍDIAS AUDIOVISUAIS	48
4. O RADIOVISUAL NO YOUTUBE	52
4.1 CARTOGRAFIAS RADIOVISUAIS	55
4.1.1 O YouTube como <i>software</i>	55
4.1.2 Mapa do radiovisual	61
4.1.2.1 Pretinho TV – Rádio Atlântida	62
4.1.2.2 Kiss FM	76
4.1.1.3 MAD <i>Radio</i>	83
4.1.1.4 Aurora Armenia	94
4.1.1.5 KEXP <i>Radio</i>	99
4.1.1.6 KINK FM	107
4.1.1.7 KCRW	114
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	123
6. BIBLIOGRAFIA	129

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho parte da constatação de um tipo de audiovisual na plataforma de compartilhamento YouTube que despertou minha curiosidade, um uso específico desta plataforma que estou chamando na pesquisa de radiovisual, por serem programas de rádio, transmitidos ao vivo, no *site* YouTube. O radiovisual seria um uso específico do YouTube, entre tantos outros, que tendeu a se multiplicar entre os usos da plataforma e que parece ser um dos diversos gêneros emergentes na plataforma.

Quando os materiais empíricos desta dissertação começaram a me chamar a atenção, eles não pareciam fazer muito sentido. Aqueles vídeos, à primeira vista truncados, em que a câmera estava no canto de um estúdio de rádio, possibilitando a transmissão ao vivo no YouTube, pareciam insignificantes e por isso instigavam a ser melhor compreendidos. Tratava-se de uma adaptação do rádio às novas mídias? Mas, caso fosse, que forma era aquela, embora extremamente precária e simples em termos técnicos, de audiovisualizar o rádio? Estavam essas imagens na linha de tantas outras que são restos de outras áreas e no YouTube adquirem estatuto de mídia audiovisual, como é o caso da ecografia do primeiro bebê postado por um casal qualquer ou as imagens da NASA postadas por algum outro usuário que teve acesso? Essas respostas vão surgindo ao longo de toda a pesquisa. Em todo caso, esses materiais tinham algum tipo de significado em si. É possível compreender esse significado unicamente nas relações em que eles são inseridos: a interface do YouTube.

Nesses materiais, as imagens parecem um elemento estranho ao meio rádio, mas também não são propriamente televisão, cinema ou vídeo amador, conteúdos mais comuns na plataforma YouTube. Trata-se de um modo de audiovisualização do rádio, isto é, um modo em que usuários (as emissoras que transmitem esses vídeos, mas também os usuários que interagem) se apropriam audiovisualmente do rádio a partir das lógicas da interface do YouTube. Entretanto, a pesar de provocar estranhamento, trata-se de um uso reiterado na plataforma, o que o torna suficientemente instigante para transformá-los em objetos de pesquisa.

Na pesquisa pensamos sobre estes materiais e seus modos de enunciar o rádio, o audiovisual e a plataforma na qual se encontram, assim como a *web* como um todo e suas montagens. O que estamos chamando de radiovisual, então, são

materiais entendidos como audiovisuais da *web*, seguindo a proposta de Montañó (2012) quando diferencia vídeo (aquilo delimitado geralmente dentro de um *player*) de audiovisual: o conjunto de relações em que esse vídeo se encontra na *web*.

A própria interface da plataforma insere o radiovisual na sua dinâmica específica. Mas que dinâmica é essa? Quais são os usos e interfaces que caracterizam o radiovisual na plataforma? Como os usuários são enunciados nessas imagens? Como o tempo ao vivo e o estúdio (de rádio, ou melhor, a imagem técnica do tempo ao vivo e a imagem técnica do estúdio de rádio) constituem o tempo/espaço do radiovisual? Estas são algumas das perguntas norteadoras da pesquisa depois de um processo de observação cartográfica das imagens de transmissão de rádio ao vivo, isto é: o radiovisual.

Defendemos aqui, a partir de Montañó (2012) e Kilpp (2010), que a dinâmica central da plataforma é a de audiovisualização da cultura. Por audiovisualização da cultura entendemos tanto a transformação de vídeos gerados em outras áreas culturais transformados em mídia na interface do YouTube, quanto o uso do audiovisual na comunicação de pessoas e instituições das mais diversas, desde empresas de comunicação a usuários amadores.

De acordo com as proposições de McLuhan (1974), os meios de comunicação, historicamente, sempre foram transformadores. Cada nova tecnologia é capaz de redimensionar os meios que o antecederam e as relações sociais desse grupo humano. Hoje, o YouTube é o principal *site* de compartilhamento de vídeos no mundo. Milhares de vídeos, usuários, imagens e sons são diariamente compartilhados, remixados, parodiados, comentados. É nesse contexto que se inserem os materiais que nesta dissertação estão sendo chamados de radiovisuais.

Num cenário de profundas transformações pelo surgimento de uma outra mídia que Castells (2001), chamaria de rede, Manovich (2001) de novas mídias, mais uma vez pode se constatar a ideia de McLuhan (2005) que a mensagem de uma mídia está no ambiente que ela cria e na dinâmica de transformação que esse ambiente suscita.

O interesse por esta pesquisa surge do meu contato direto com alguns fatores distintos, entre outros, minha trajetória como realizador. Com experiência de produção, finalização e direção em diferentes formatos audiovisuais, interessado em compreender o que surge a partir da fusão e cruzamento de diferentes meios em um ambiente *online*. Ainda, surge daí o interesse de novas possibilidades proveniente

desses cruzamentos. Em segundo lugar, posso destacar o meu caminho como usuário da plataforma YouTube. Não um usuário comum do *site*, mas alguém que busca entender seus diferentes usos e tenta explorar ao máximo as possibilidades dessa plataforma de transmissão de vídeo. Tentar entender como os diferentes usos do YouTube estão constantemente ligados a inovações e criação de diferentes estilos e formatos audiovisuais foi um desafio, já que meu olhar profissional dificultou bastante a passagem para um olhar de pesquisador, de alguém que formula um problema de conhecimento. É nesse embate de tentar superar o lugar comum do realizador para construir um espaço de problematizar teoricamente esses materiais que se constrói essa pesquisa.

Durante minha carreira como jornalista televisivo, vivi um momento crucial na maneira de fazer televisão. A transição do trabalho de produtor, que passou a se debruçar em um computador, mas também na divisão tecnológica que as qualidades e as características da edição e transmissão de vídeo criaram. As facilidades com as novas maneiras de captação fizeram desaparecer o velho “corte seco” da edição, edição feita de fita para fita, e instalaram de vez o “não linear”, edição de vídeo baseada em *softwares*, nas redações de *hardnews*. Começo falando isso, por que acredito que os jornalistas que atuam nesse momento vivem no limiar de uma severa transição tecnológica.

A Revolução Digital impõe mudanças estruturais radicais que vão continuar nos próximos anos, décadas. Nunca uma revolução tecnológica afetou o jornalismo tanto e de forma tão abrangente. Já começou a ruptura dos modelos de negócio, de narrativas, de distribuição, de relacionamento com o público e com as fontes etc. As redes sociais mudaram o mundo e são o maior exemplo das mudanças extraordinárias que estão por vir. (TOGNOLLI, 2011: p. 64)

Anos antes de lançar minha candidatura ao mestrado no PPG de comunicação da Unisinos, tive contato com diversos projetos voltados para a renovação de novas leituras, produção audiovisual e televisão dentro do Grupo RBS. Dentro desse caminho, entre diferentes áreas e meios (TV, rádio e impresso), me deparei com o núcleo de inovação da rádio Atlântida, liderado pelo jornalista Marcos Piangers¹. Na época, Marcos estava em andamento com um projeto de transmissão

¹ Marcos Piangers é jornalista do Grupo RBS. Formado pela Universidade Federal de Santa Catarina, Piangers, antes de fazer parte da Rádio Atlântida, foi repórter televisivo e apresentador em diversos programas da RBSTV.

de programas de rádio por vídeo, via stream, pelo YouTube. De todos, Piangers começaria as transmissões de teste pelo programa esportivo/humorístico Bola Atlântida. Ele faria a transmissão do estúdio, ao vivo, via YouTube.

Enfim, ali iniciou o meu projeto de pesquisa de mestrado, a partir da necessidade de ir além da visão pragmática dada pelo mercado e entender como as observações iniciais, que foram do programa Bola Atlântida transmitido pelo YouTube, ilustrava uma realidade de atravessamentos midiáticos, que podia constituir um problema de conhecimento.

Esta pesquisa se insere nos estudos das audiovisualidades. De acordo com Kilpp e Fischer (2010, p.39), o conceito de audiovisualidades é um convite ao estudo “do objeto audiovisual desde a perspectiva de sua irredutibilidade a qualquer mídia, admitindo que o audiovisual é também uma virtualidade que se atualiza nas mídias, que as transcende”.

Para tal, vamos observar o audiovisual com um olhar analítico, que procura reconhecer suas potencialidades em qualquer plataforma midiática e fora delas, em outros âmbitos da cultura. Contudo, é importante focar em três pontos fundamentais explorados no grupo de pesquisa Tecnocultura e Audiovisualidades: Comunicação, memória e Design (TCAV) da linha de pesquisa em Mídias e Processos Audiovisuais:

Realizar, orientar e difundir pesquisas que autenticam e analisam audiovisuais em contextos midiáticos e em contextos não reconhecidamente midiáticos ou audiovisuais; reconhecem a historicidade e especificidade do cinema, da televisão, do vídeo e das mídias digitais, e as investigam na perspectiva mais geral de um aparelho e de uma ecologia audiovisual; buscam compreender suas linguagens e configurações nos usos e apropriações praticados pelas mídias e pelos espectadores, entendidos esses, agora, também como protagonistas (TCAV, 2015)

De acordo com o grupo de pesquisa em audiovisualidades e tecnocultura: comunicação, memória e design (TCAV), o audiovisual é “um campo heterogêneo de formatos, suportes e tecnologias que atravessam e transcendem as mídias, por convergência e dispersão”. É nessa perspectiva que olhamos para estes materiais empíricos que, dentro da plataforma YouTube, estão sendo construídos sem uma denominação específica, mas que em geral, continuam aludindo ao rádio ou ao nome da emissora.

Quando o YouTube transmite um programa de rádio na sua interface, ele já não é mais rádio, é uma experiência audiovisual que pretende aqui ser

compreendida. Para tanto, a pesquisa precisa abordar alguns temas de horizonte como o YouTube como mídia e a dinâmica audiovisual que o caracteriza. Precisamos também trazer minimamente os estudos do rádio e do audiovisual que de alguma maneira se interessem por algo próximo aos materiais em questão.

Finalmente, será necessário também construir uma cartografia destes materiais encontrados no YouTube, organizá-los por afinidades para poder desconstruir cada um deles e entender as dinâmicas audiovisuais que acontecem na construção de audiovisuais, convocando diversas experiências midiáticas.

A experiência de construção de imagens audiovisuais do rádio, o audiovisual, é o objeto desta pesquisa e algumas experiências específicas como o programa Pretinho Básico, do canal Pretinho TV da Rádio Atlântida, transmissão que inspirou esta pesquisa, são os objetos empíricos. Olhando esses empíricos, o objetivo é construir uma cartografia das experiências audiovisuais que são convocadas nesta construção audiovisual do rádio no YouTube. Os objetivos específicos são: 1) cartografar as diversas experiências que, no YouTube, transmitem rádio ao vivo; 2) analisar os canais que os empíricos estão inseridos; 3) compreender que tipo de montagens constroem o audiovisual e como essas montagens produzem sentidos a estes materiais; 4) compreender alguns traços da dinâmica de audiovisualização própria no YouTube. Dessa forma, esta pesquisa me levará a conhecer melhor estes materiais e o universo audiovisual que eles desenham assim como me permitirá compreender algumas experimentações do YouTube e sua dinâmica de audiovisualizar a cultura.

Para isso, os eixos de nossa pesquisa são: compreender o YouTube como plataforma do audiovisual da *web* em sua complexidade e particularmente na sua capacidade de gerar imagens técnicas do audiovisual (capítulo 2); retomar arqueologicamente as montagens audiovisuais de diversas mídias para entender como elas estão presentes nestas experiências (capítulo 3) e cartografar como se dão concretamente as experiências audiovisuais chamadas aqui de audiovisual (capítulo 4). A partir desse percurso chegamos nas considerações finais em que definimos alguns traços do audiovisual como um possível gênero emergente e trazemos algumas observações sobre o processo de audiovisualização da cultura próprio da plataforma nos modos como ela constrói o audiovisual.

2. AUDIOVISUALIDADES DO YOUTUBE

Desde sua criação, em 2005, a plataforma YouTube (YT) vem alterando a nossa relação com o audiovisual. Seja pela sua capacidade de se reapropriar de vídeos produzidos por mídias tradicionais ou pelo seu papel de compartilhamento e criação conjunta proposto pela *web*. Em um primeiro momento, o YouTube foi criado para o upload de materiais audiovisuais. Hoje, é um espaço de conectividade audiovisual de imagens e usuários. Ele já comporta diversas ferramentas voltadas para a edição de vídeo e transmissão ao vivo, assim como inserção de elementos e botões de compartilhamentos simultâneos. Atualmente o Google é o proprietário do YouTube e é assim que o próprio se define:

O YouTube foi lançado em maio de 2005 para que bilhões de pessoas possam descobrir, assistir e compartilhar os vídeos mais originais já criados. O YouTube oferece um fórum para as pessoas se conectarem, se informarem e inspirarem umas às outras por todo o mundo, bem como atua como plataforma de distribuição para criadores de conteúdo original e anunciantes grandes e pequenos. O YouTube é uma empresa da Google. (youtube.com/aboutme)

A história do *site* de vídeos YouTube teve início, conforme a própria plataforma, em uma garagem de San Francisco (Califórnia, EUA), em fevereiro de 2005. Lá, os funcionários de uma empresa de tecnologia Chad Hurley e Steve Chen, iniciaram a criação de um programa de computador para dividir vídeos com os amigos. Cerca de 20 meses depois, a invenção foi comprada por US\$ 1,65 bilhão pelo Google, que também começou em uma garagem de San Francisco há oito anos. O YT atualmente tem mais de um bilhão de usuários ativos, quase um terço dos usuários da Internet. A cada dia, as pessoas assistem a milhões de horas de vídeos e passou a ampliar os seus canais diretos com emissoras de televisão e rádios, transmitindo conteúdo ao vivo e exclusivo na sua plataforma.

No YouTube, qualquer pessoa com acesso a internet, e possuindo um dispositivo como celular ou *notebook*, é um possível produtor, editor e distribuidor audiovisual. Com a disponibilidade de *softwares* e interfaces “amigáveis” que eles apresentam atualmente, um usuário comum já pode se apropriar de imagens e trilhas gratuitamente e compartilhar esse vídeo no *site*. A plataforma ainda disponibiliza um editor *online*, que permite a edição e legendagem dos vídeos postados.

Hoje o YouTube é o maior canal de compartilhamentos de vídeos e o terceiro *site* mais acessado do mundo. De acordo com o *site* Alexa.com², um serviço de internet que pertence a Amazon que mede o fluxo de acessos em *sites* da *web*, cerca de 4% dos internautas que navegam no *site* são brasileiros. Ao redor do mundo, cada visitante acessa em média 5 páginas do *site* e fica em média 13,5 minutos diários navegando na plataforma³.

Desde o seu lançamento, em junho de 2005, o YouTube já pode ser considerado um veículo de massa dentro da *web*. Talvez, a característica que mais lhe confere sucesso durante esse processo de construção constante, seja a colaboratividade da plataforma. O YT é arquitetado com base na construção audiovisual dos seus usuários.

Pessoas de áreas diferentes (tecnologia, mídia, entretenimento, comunidade de fãs, artistas, educadores) trocando e construindo em um dos maiores cases de cultura participativa do mundo. [...] Já provou ter mudado para sempre a nossa relação com a propriedade intelectual, o entretenimento e o conteúdo audiovisual. (BURGESS e GREEN, 2009, pg. 9)

Os meios de comunicação de massa, detentores de grande parte da produção e transmissão de imagens no mundo, hoje dividem este espaço com produções caseiras veiculadas na internet. Por isto, acredita-se que as interfaces, e a maneira como são compartilhados ou transmitidos os vídeos no YouTube, estão transformando o audiovisual ao introduzir usuários e vídeos numa outra interface e, portanto, em outras relações. Dentro da plataforma existem inúmeros usos, dentro dos mais comuns estão: os Vlogs, palestras, tutoriais, filmes, programas de TV, etc, inclusive o que aqui nos interessa: a transmissão de programas de rádio (ou melhor, a produção de imagens técnicas de programas de rádio).

Muito do que foi escrito sobre o YouTube sugere que a disponibilidade das tecnologias da Web 2.0 permitiu o crescimento das culturas participativas. Eu diria que o contrário também é verdadeiro: o surgimento das culturas participativas de todas as espécies ao longo das últimas décadas estabeleceu o caminho para a assimilação pioneira, rápida adoção e usos diversos dessas plataformas. (BURGESS e GREEN, 2009, pg. 144).

² Alexa.com, além de fazer a análise mundial de *sites*, também cria rankings nacionais de colocação baseados em cliques, minutos navegando e visitas. É tida como uma fonte de análise de comportamento do usuário na web.

³ Dados de junho de 2015.

Entretanto, o fato de que um usuário comum tenha acesso a postar na plataforma um vídeo produzido, ou não, por ele não deve nos levar a engano. Embora possa ser um programa de televisão ou rádio que ele própria acaba de gravar de uma emissora, interfaceado no YouTube, esse programa passa a ser outra coisa: audiovisual do YouTube que obedece à lógica operacional de sua interface e a outra produção de sentidos, ao *software* YouTube. Como reconhece Mayer,

Diferentemente da televisão ou do cinema – ou ao menos em níveis muito menores -, o usuário antigamente não podia influenciar o material a que assistia ou fazer comentários na própria página onde o vídeo estava sendo veiculado e, tampouco, tinha acesso tão fácil para descarregar essas imagens no seu computador e alterá-las, devolvendo-as para o mesmo meio. (MAYER, 2013, pg. 99).

Quando nos questionamos em como o YouTube está modificando o audiovisual, devemos pensar nessa característica de co-criação entre usuários dentro dos limites que a interface permite e, sobretudo, que embora sejam imagens originalmente produzidas em outras mídias, na plataforma, elas se transformam em outra coisa.

Montaño (2012), lembra que o YouTube é a principal plataforma de compartilhamento de vídeos. Para a autora, a plataforma se enuncia como uma “memória universal do vídeo, onde os vídeos são colocados em maior número de trânsitos e conectividades. Enuncia o audiovisual como espaço mediador de todas as relações sociais e que conecta usuários e imagens” (MONTAÑO, 2012, p. 218).

Todo meio cria um novo ambiente que geralmente permanece invisível, conforme já comentamos a partir de McLuhan (1964), e que é muito difícil de ser percebido porque o próprio meio é o que chama a nossa atenção. Para o autor, esse novo ambiente criado pelo meio é onde acontecem mudanças que operam uma transformação em todos os meios anteriores, nas instituições e nas sociabilidades.

Atualmente, as mídias tradicionais passaram por diversas mudanças significativas. A televisão, o rádio, o cinema e o jornal impresso passam por processos de digitalização na sua produção, na sua transmissão e na sua recepção. O sinal de transmissão digital hoje é uma realidade para a televisão e o rádio, trazendo mais qualidade na recepção. As televisões, com receptores digitais,

passaram a receber imagens em HDTV⁴ de alta resolução e melhor qualidade de áudio.

Com a televisão e o vídeo, chegamos ao ápice do que podemos chamar de cultura audiovisual, onde os modos de captação e distribuição de imagem e som, passam a ser obtidos e operados, simultaneamente, no mesmo aparelho. Esta revolução só é ofuscada pelo desenvolvimento da tecnologia digital que, ao mesmo tempo que minimaliza os equipamentos, facilita o desenvolvimento dos computadores pessoais e agiliza a transmissão de dados em tempo real nas redes que os interligam. (CAMARGO, 2005, pg. 8).

O computador ganha visibilidade por ser um ponto de encontro de todos esses processos. A digitalização das mídias trouxe um cruzamento de linguagens.

Um dos aspectos evolutivos mais significativos dessa conjuntura revolucionária está no aparecimento e rápido desenvolvimento de uma nova linguagem: a hipermídia. Antes da era digital, os suportes estavam separados por serem incompatíveis: o desenho, a pintura e a gravura nas telas, o texto e as imagens gráficas no papel, a fotografia e o filme na película química, o som e o vídeo na fita magnética. Depois de passarem pela digitalização, todos esses campos tradicionais de produção de linguagem e processos de comunicação humanos juntaram-se na constituição da hipermídia (SANTAELLA, 2007: p.392)

Nas últimas décadas, que a informática alcançou a produção audiovisual, não houve mudanças nas formas de captação videográfica de som e imagem. Ainda dependemos de microfones, lentes e câmeras e outros dispositivos semelhantes. A mudança é em como o código binário constrói experiências midiáticas que tanto se assemelha, quanto se distancia, das mídias anteriores por ser uma mídia de representação numérica.

Em resumo, o processo de digitalização de um sinal de vídeo se constitui na obtenção de amostras sucessivas deste sinal, sendo seus valores de intensidade anotados em código binário. Não há nada para se ver, nem com lupa, numa fita de vídeo digital a não ser a monotonia de uma densa e protegida camada de óxido de ferro sem demonstrar nenhum vínculo entre aparência e conteúdo. (RIBEIRO, 2009, pag. 48).

Conforme o próprio Flusser (Apud BAITELLO Jr) descrevia, há no processo de construção de imagens uma escalada de abstração. A “escalada da abstração”

⁴ HDTV é a sigla em inglês de *High-Definition Television*, que em português quer dizer "*Televisão de Alta Definição*". Consiste em um sistema digital de transmissão de dados televisivos, com uma resolução superior aos dos formatos tradicionais.

elaborada por Flusser parte da percepção do espaço e das formas de ocupação do mundo. A cada degrau ocorre uma perda espacial, a cada passo reduz-se uma das dimensões. Assim, subtraindo degrau após degrau, a história da imagem constrói sua “escada da abstração” da maneira que se segue.

Nosso entorno se compunha originalmente de objetos e corpos tridimensionais. Toda mediação com o mundo se processava na tridimensionalidade do gesto e do corpo, da presença e no presente. No momento em que o homem começa a depositar suas marcas sobre objetos e sobre as paredes das cavernas – marcas que se transformam em representações imagéticas - desencadeia-se uma revolução de conseqüências imprevisíveis: suas imagens criam um novo olhar e uma nova percepção do tempo, um tempo circular que permite ao observador retornar sempre a um ponto inicial. A circularidade do olhar cria um tempo mágico do eterno retorno. Mas uma das três dimensões do espaço se perde nesta passagem. A dimensão da profundidade (que dá a materialidade palpável, corpórea) perde-se no universo das imagens planas, das tradicionais representações imagéticas sobre superfícies. (BAITELLO, 2014, pg.4)

A planicidade das imagens transforma-se em representações lineares. O olhar não mais circula sobre a imagem, mas segue uma linha. E o tempo também não mais permite o eterno retorno. O degrau seguinte é alcançado pela transformação das imagens em pictogramas, ideogramas e letras, que abrem ao homem o caminho para a escrita. Com ela se lineariza o tempo outra dimensão espacial se perde na criação da escrita. Pois foi justamente este pensamento linear e conceitual que criou as bases para o surgimento dos aparelhos produtores das imagens técnicas ou tecno-imagens. Essas tecno-imagens nada mais têm a ver com as imagens tradicionais, pois são frutos da etapa seguinte na escalada da abstração: não possuem mais nenhuma corporeidade, são uma fórmula, um cálculo, um algoritmo que se projeta sobre um suporte qualquer: papel, vidro, parede.

As tecno-imagens resgatam, assim, a circularidade do olhar, pois trazem de volta a sensação da imagem tradicional, funcionando igualmente de maneira mágica. A escalada da abstração caminha, desse modo, da tridimensionalidade para a bidimensionalidade, desta para a unidimensionalidade e desta outra para a nulodimensionalidade. (BAITELLO, 2014, pg.5)

Em diversos segmentos culturais também podem ser percebidos esses movimentos de digitalização, como nas artes plásticas, ou até mesmo na produção fonográfica. Para os meios de comunicação convencionais, TV, rádio e jornal

impresso, essa digitalização quebrou algumas fronteiras que os separavam e acelerou o processo de cruzamentos entre eles. A tecnologia da informação por meio da Internet, com a permanente troca de informações, estabeleceu e multiplicou as possibilidades de participação proativa no processo democrático, educacional, social e cultural. Agora, com as novas mídias, qualquer pessoa pode se transformar em provedor de conteúdo. Somado a isso, podemos notar a crescente popularização dos gadget⁵ e dispositivos móveis computacionais conectados.

Após vivenciarmos os impactos da presença massiva de computadores pessoais em nossa sociedade e, posteriormente, a revolução das redes de compartilhamento que tornam possível a conexão generalizada de hardwares computacionais através de imensos sistemas coletivos (em que a web se tornou a grande referência desse tipo de configuração), estaríamos entrando em uma terceira fase das telecomunicações, a dos “computadores coletivos móveis”. (LEMOS, 2004, p. 19), fundada no conceito de computação ubíqua e sem fio. (LOPES, 2014, p. 9-10).

Essa prática de reaproveitamentos de conteúdos parece ir além das razões econômicas mais evidentes. Se observamos as rádios hoje, por exemplo, a Rádio Atlântida de Porto Alegre, percebemos como os efeitos da digitalização e multiplicação de dispositivos midiáticos estão presentes no cotidiano da emissora. Ela coloca os programas da grade de programação da rádio em aplicativos para dispositivos móveis, transmite o estúdio por vídeo, via *web*, e ainda, transcreve algumas das entrevistas ocorridas durante a sua programação para um caderno impresso no jornal Zero Hora, chamado *ATL Paper*. No centro desses processos de reaproveitamento de conteúdos em diversas mídias, o audiovisual e o lugar do usuário parecem ter um papel central, que atravessa diversos espaços em rede. Essa outra disposição é o que coloca as imagens em movimento.

Na web, o audiovisual se atualiza de uma forma própria, na qual toda e qualquer montagem pode ser posta em novas e infinitas justaposições outras. Essas operações (como entende Manovich, 2006: colar, cortar, compor, são operações do *software* e operações culturais) responsáveis por montagens infinitas, estão sustentadas nos ambientes que hospedam o audiovisual contemporâneo. São novos ambientes do vídeo e do usuário. Os vídeos passam em interfaces que conectam usuários e imagens audiovisuais. (MONTAÑO, 2012, p.18)

⁵ Equipamento que tem um propósito ou uma função específica, prática no cotidiano. São normalmente chamados de gadgets dispositivos eletrônicos portáteis.

Nesse sentido haveria uma diferença entre como a TV e a *web* dão sentidos a seus espaços audiovisuais. Kilpp (2010, pg.2) em seu artigo “Programas de TV, Ethicidades Televisivas”, indica o fluxo televisivo como uma característica fundamental da TV. A autora indica que “a programação não é o cardápio de programas que aparecem nas grades, nem a mera soma de programas e outras unidades televisivas interpostas no fluxo, mas um produto dessa macromontagem”. A TV seria um lugar de passo das imagens, embora elas possam ser conectadas a outro dispositivo e gravadas, na TV uma imagem substitui a outra, o que a torna essencialmente um lugar de passagem.

É no fluxo que podemos ver os modos como cada meio se diz a si próprio. Tensionando essa ideia do fluxo televisivo, me parece apropriado pensar a ideia do fluxo na *web* como algo que demande uma ação do usuário. Um clique, uma busca. Diferente da televisão que o fluxo tem um sentido determinado para acontecer. É possível buscar um conteúdo antigo, ou assistir novamente um detalhe do vídeo que foi perdido. Montañó (2012), indica a *web* como um local que se enuncia como aquele onde tudo dura e tudo pode ser encontrado, recuperado, por meio de ferramentas de busca.

Esses sentidos de permanência *versus* passagem estão relacionados ao modo como o espaço e o tempo são construídos nas montagens. Haveriam, então, três tipos de montagem na *web* que criam seu próprio modo de permanência das imagens: em trânsito, pela manipulação e apropriação das imagens. (MONTANO, 2012, p. 62)

Dessa forma, não é possível pensar o vídeo no YouTube como um construto audiovisual isolado. Dentro dessa construção existem dezenas de acontecimentos simultâneos. Comentários, vídeos relacionados, expansão do *player*, transmissão ao vivo, janela de comentário instantâneos, etc. Tudo isso constrói nossa maneira de perceber esse audiovisual. Sendo o YouTube um ambiente de construção plural, que mixa e re-mixa seu próprio conteúdo, é latente essa potência que o meio tem de possibilitar o constante surgimento de vídeos com inúmeros sentidos que estão, de alguma forma, modificando o modo como enxergamos os audiovisuais.

Com os diversos elementos dentro da interface do *site* (*player*, comentários, sugestões de vídeos, *playlists*) o ambiente está oferecendo significados aos vídeos que ali se apresentam como mais do que uma janela, mas como uma mesa de trabalho em que o usuário é convidado a fazer alguma coisa com o vídeo ou no

vídeo, gerando assim, um tipo de cultura remix, conforme aborda Manovich (2007).

Esses remixes de conteúdos de diferentes meios são definitivamente comuns hoje na cultura da imagem em movimento. Mas, para mim, a essência da 'revolução híbrida' encontra-se em algo completamente diferente. Vamos chamá-lo remixabilidade profunda. O que é remixado hoje não é apenas o conteúdo de diferentes mídias, mas também suas técnicas fundamentais, métodos de trabalho e formas de representação e expressão. Unidas dentro do ambiente de *software* comum, cinematografia, animação, computação gráfica, efeitos especiais, *design* gráfico, tipografia, chegaram a formar um novo 'metameio'. Um trabalho produzido nesse 'metameio' novo pode usar todas as técnicas ou qualquer subconjunto dessas técnicas que antes eram exclusivas para meios diferentes. (MANOVICH, 2007, p.18)

Manovich pensa o computador como um "metameio" onde todos os meios anteriores podem ser apropriados e remixados. Contudo, o ambiente YT parece dar a esses meios uma outra dinâmica e, ao mesmo tempo, outros meios se tornam usuários nos confins da plataforma. Essa é a experiência do audiovisual, mas para entendê-lo, é preciso compreender a dinâmica da interface.

2.1 A INTERFACE COMO DINÂMICA DE AUDIOVISUALIZAÇÃO

A internet é um emaranhado de redes de comunicação de escala mundial onde milhares de computadores estão interligados pelo protocolo de comunicação TCP/IP. Além de permitir uma grande transferência de informação em dados, este protocolo também permite acesso a diferentes tipos de conteúdos. Para auxiliar essa conexão entre computadores, diversas ferramentas de acesso foram desenvolvidas, entre elas, e provavelmente a mais relevante, a *World Wide Web*, que, por meio de um *browser*, permitiu a troca de conteúdo multimídia. Esse protocolo de conexão abriu um precedente de acesso visual, não mais na base do código, o que se tornou essencial para facilitação do uso da internet em larga escala, pois qualquer usuário com o mínimo de conhecimento em informática pode acessar a rede mundial de computadores.

O modo como o hipertexto é usado na internet reflete diretamente na maneira como *sites*, *softwares*, interfaces, se organizam e passam a ser construídas. Assim como na Internet, no YouTube, o espectador está sempre em movimento, vai de uma página a outra, busca novos vídeos, comenta, inscreve-se em canais, realiza *upload* em vídeos.

Para Steven Johnson (2001), o desenvolvimento de uma indústria voltada para a fabricação de interfaces muda nossa maneira de enxergar e experimentar o mundo.

Mas, afinal, o que é exatamente uma interface? Em seu sentido mais simples, a palavra se refere a *softwares* que dão forma à interação entre usuário e computador. A interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre as duas partes, tornando uma sensível a outra. Em outras palavras, a relação governada pela interface é uma relação semântica, caracterizada por significado e expressão, não por força física. (...) Os seres humanos pensam através de palavras, conceitos, imagens, sons, associações. (...) Para que a mágica revolução digital ocorra, um computador deve também representar-se a si mesmo ao usuário, numa linguagem que este compreenda. (JOHNSON, 2001, P.17)

A popularização de uma cultura baseada na interface computacional acaba encontrando aporte em outras áreas, diferentes da comunicação e da informática. A automação baseada na computação, hoje não exige conhecimento específico em tecnologias da informação e pode ser feito com um *software* que apresenta o que é chamado de “interface amigável” ao usuário. Isso influencia na construção de carros, na iluminação pública das cidades e até mesmo na construção de conhecimento dentro das universidades. Importante explicitar o fato de que Johnson escreveu este livro em meados dos anos 2001, um momento em que a internet estava começando a se popularizar, mas já trazia uma visão de como a interface alterava a relação do usuário com o computador e como o próprio autor sentenciou: essa relação continuará sendo alterada nos anos vindouros.

Desde o seu surgimento, o YouTube vem atualizando a maneira de organizar a sua interface. É preciso destacar que a plataforma é um *site* em que há muito conteúdo construído por usuários. Essa característica se explicita na facilidade com que os usuários podem intervir na construção de seus materiais.

Os usuários aproveitam uma imagem, um som, reutilizando-os em outro audiovisual, gerando um novo sentido. São apropriações diversas das imagens que aumentam a chance de atualização das mesmas. Sendo o YouTube, um Banco de Dados, e repositório de material audiovisual de acesso livre, a possibilidade de criação por parte dos usuários é potencializada. (MAYER, 2013, p.22)

Esse audiovisual surge a partir da proposta, e do limite, imposto pela interface. Da maneira como cada *software* do *site* exerce uma função e também como cada usuário age dentro dele. Conforme lembra Montañó (2012), se a

interface da TV criava (tele)espectadores com um aparelho programado (com uma programação) que tinha na vida doméstica seu ambiente principal, as atuais plataformas de vídeo *online* são programadas (com programas) ou interfaceadas de forma a criar um usuário em trânsito.

Fazer um login no YT significa, afinal, iniciar coleções de vídeos, ou de comentários ou amigos, processos todos mediados por vídeo. Significa também acionar uma geração espontânea de séries de vídeos como resposta a uma determinada busca e pensar o mundo através de palavras-chave ou etiquetas (MONTAÑO, 2012, p. 60).

A autora propõe a interface do YouTube como um fluxo audiovisual que coloca vídeos e usuários em relações diversas e nesse fluxo consistiriam as audiovisuais da *web*. Os usos propostos aos usuários estariam oferecidos nessa interface que cria uma rede audiovisual de todos os elementos.

Que usos vão emergir das interfaces e como as interfaces serão transformadas pelos usos? É importante abordarmos esses usos porque, ao final, o audiovisual não é outra coisa senão um uso específico do YouTube, transmissão de programas de rádios, realizado por um usuário específico: emissoras de diversas partes do mundo. Para isto precisamos entender quais os usos que são mais próprios da plataforma até o momento.

Transmissões ao vivo e sem um fim definido, senão transmitir algo voltado para um ambiente que normalmente não era “audiovisualizável” ou que não era interessante, ou necessário, audiovisualizar. Assim como a ecografia de um bebê que é postada pelo pai, com uma trilha de fundo (figura 1). Antes, esse material, mesmo que visual, não era midiático, tinha uma função médica. Ao ganhar mais elementos audiovisuais, como trilha de fundo, gerador de caracteres, vinheta, passa, a partir da interface do YouTube, ganhar características midiáticas e ganha um novo significado. Passa a vincular comentários, passa a ser sugerido por outros vídeos no fluxo do banco de dados do *site*.

Figura 1 - Ecografia de um feto de 12 semanas



Fonte: YouTube (2015).

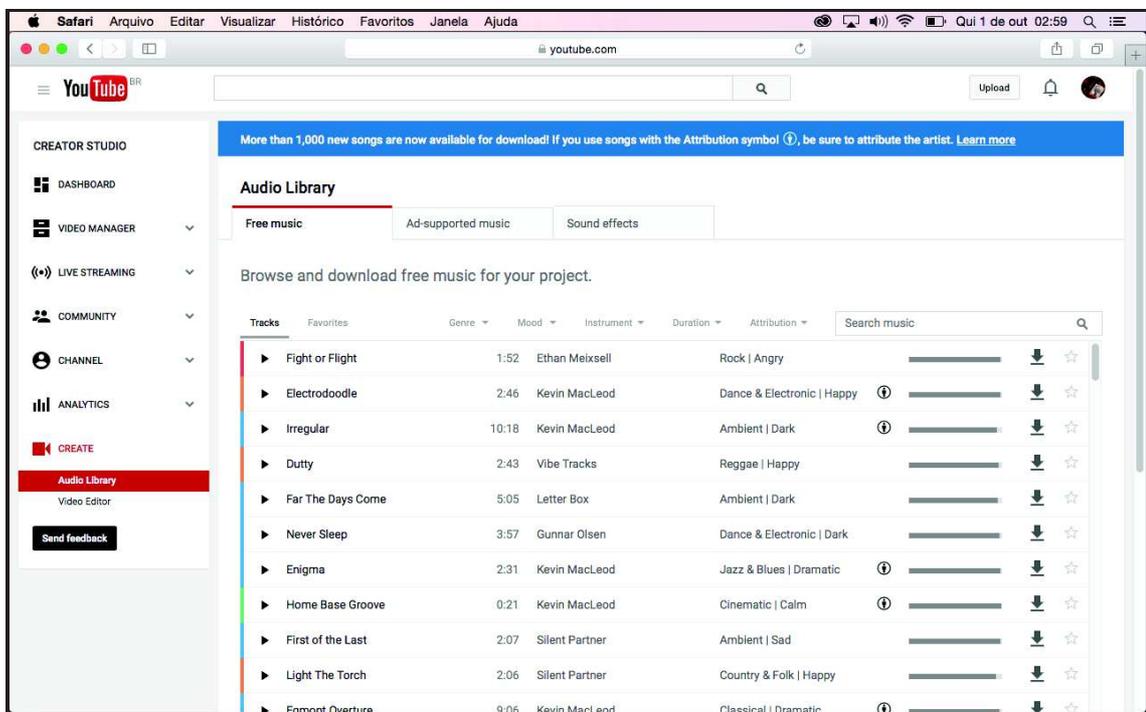
Ao decidir olhar para o YouTube como um meio capaz de estimular e, ao mesmo tempo, expressar um processo contemporâneo de audiovisualização da cultura, perceberemos que, em cada um dos observáveis selecionados, há a intenção de dizer algo sobre esse processo. Mas, se olharmos a dinâmica de usos dos aplicativos dentro do *site* YouTube, percebemos que a tarefa de realização de um vídeo não é uma tarefa individual. Há um limite imposto pela própria plataforma. Há um *software* e diversas funcionalidades propostas por programadores que possibilitam o usuário, captar, editar, transmitir ou somente *upar*.

2.2 A TRANSMISSÃO AO VIVO

Atualmente o YT engloba uma diversidade de *softwares* dentro do *site*. Ao se logar, o usuário passa a ter acesso a um editor de vídeos, um *software* de transmissão ao vivo capaz de identificar qualquer *hardware* de vídeo configurado na máquina, além de disponibilizar uma página de administração de uma biblioteca de vídeos, criação de *playlists* e diversas imagens e trilhas para que os usuários possam usá-las em seus audiovisuais. As faixas podem ser filtradas por humor,

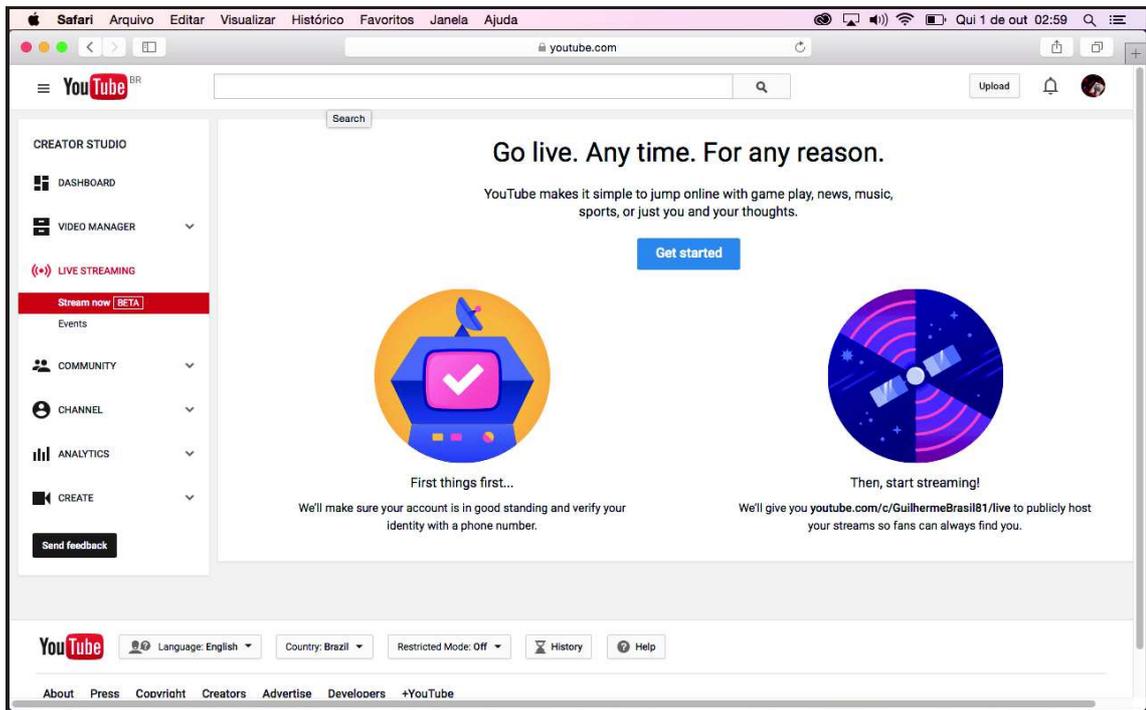
instrumento, gênero e duração. Além disso, há uma aba para as músicas favoritas. A nova biblioteca de áudio (figura 2) pode ser acessada no menu lateral do gerenciador de vídeos do YouTube, de onde é possível, também, escutar a trilha antes de baixá-la. É preciso estar logado para ver as opções de edição de áudio. Segundo os termos de uso do YT, o uso das músicas é destinado exclusivamente para edição de vídeos na plataforma e outros conteúdos criados pelo usuário. É proibido pelo Google distribuir ou executar os arquivos de música da biblioteca separadamente dos vídeos.

Figura 2 - Banco de trilhas e efeitos sonoros para edição



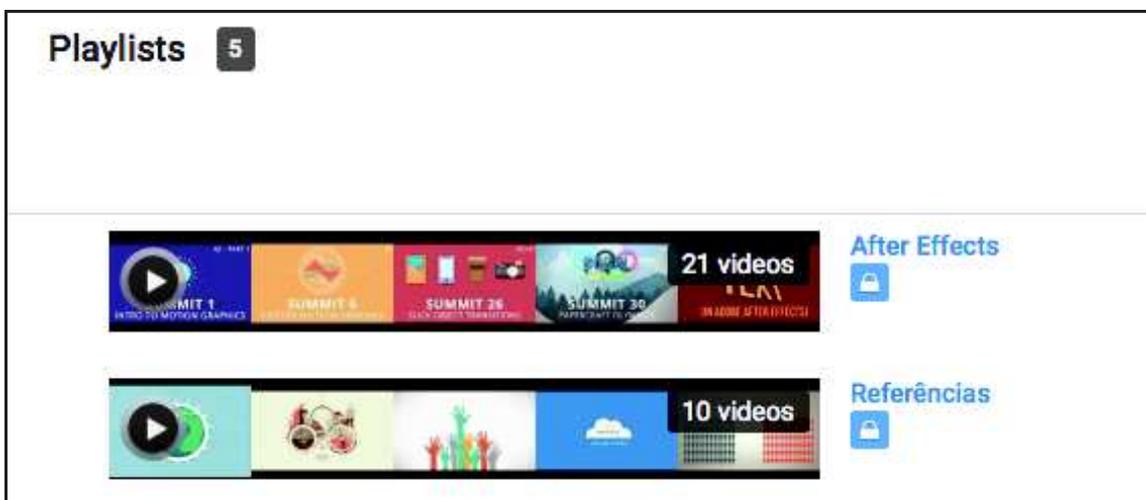
Fonte: www.youtube.com/library

Figura 3 - Área de transmissão ao vivo e conexão de dispositivos de captação



Fonte: YouTube (2015).

Figura 4 - Interface de organização de *playlists*



Fonte: YouTube (2015).

O Youtube não disponibiliza os seus vídeos para *download*, porém, existem diversas técnicas para ter acesso a esses vídeos e, de maneira clandestina, executar essa ação.

Há uma empresa que define que funcionalidades são relevantes para que o processo se mantenha dentro do “previsto”. Existe também um programador que desenvolve um *software* capaz de burlar o aparelho., permitindo ao usuário comum descarregar os vídeos do *site* em seu computador. (...) Trata-se portanto de um emaranhado de proposições que resultam em um material que, ainda assim, não se completa, pois está constantemente cercado de características que o modificam. (MAYER, 2013, p.25)

Entre os usos previstos pela plataforma, conforme já comentamos, está a transmissão ao vivo (figura 3). Na verdade, trata-se de um uso que não foi inaugurado pelo YouTube, várias plataformas possibilitavam aos seus usuários transmitir ao vivo bem antes.

Montaño (2012) fala de algumas plataformas que usam o *lifecasting* (transmissão ao vivo) quase como um gênero e entende esse e outros modos de transmissão como parte de um processo de audiovisualização da cultura, transmitindo imagens de trânsito, situações do dia a dia, ou até mesmo, outros canais de TV em *payperview*.

O JustinTV, que já não existe mais, foi um exemplo desse tipo de transmissão ao vivo que tem como público alvo o usuário médio e não os produtores profissionais de vídeo. Contudo, outras plataformas de transmissão se popularizaram nos últimos anos. Principalmente os aplicativos para *smartphones* como Meerkat⁶, Ustream app⁷ e Periscope⁸, esse último já com mais dez milhões de usuários⁹, facilitam a transmissão do cotidiano de milhões de pessoas. O Periscope, fazendo alusão a essa possibilidade de transmitir qualquer situação da vida em tempo real, tem como lema “Veja o mundo através dos olhos de outra pessoa”, enunciando a plataforma como uma extensão audiovisual do olhar do outro. Estes e outros dispositivos de transmissão confirmam o que a autora (MONTAÑO, 2012) constatou com o Justin TV: a transmissão de toda e qualquer realidade se torna objeto da imagem audiovisual (embora muitas vezes possa ser uma cena qualquer, de um dia qualquer

⁶ Lançado em fevereiro de 2015, o Meerkat é um aplicativo para smartphones que permite aos usuários transmitir vídeo ao vivo via streaming. Uma vez assinado, os usuários Meerkat tem a opção de conectar suas contas do Facebook e Twitter, e transmitir diretamente a seus seguidores assim que ir ao vivo. O aplicativo é disponível tanto para iOS e Android. (<https://meerkatapp.co>)

⁷ O Ustream é um site fundado em março de 2007 nos EUA. É muito similar ao Youtube porém, permite facilmente a transmissão gratuita de conteúdos ao vivo por stream a partir de computadores pessoais e também em dispositivos móveis. (<http://www.ustream.tv>)

⁸ O Periscope é um aplicativo de streaming de vídeo ao vivo para iOS e Android. A startup depois foi comprada pelo Twitter que em 26 de março de 2015 relançou oficialmente o aplicativo para iOS. (<https://www.periscope.tv>)

⁹ Informação contida no site do aplicativo - <https://medium.com/@periscope/periscope-by-the-numbers-6b23dc6a1704#.7759069nt>

ou uma esquina vazia), atualizando o que Vilém Flusser (apud MONTAÑO, 2012) chamava de pós-história, a história que caminha em direção à imagem técnica. É essa reflexão que leva a autora a pensar como estas plataformas participam da audiovisualização da cultura e essa seria a dinâmica mais visível nas plataformas de vídeo, principalmente o YouTube.

Contudo, é importante lembrar que o tempo ao vivo é o tempo do rádio e da TV bem antes de ser o tempo das plataformas de vídeo.

A televisão ocupa em muitos lares o espaço central e de socialização da família, a sala de estar é o lugar em que as conversas e as trocas de experiências acontecem diariamente. Martín-Barbero (2003) cita a televisão como o meio que mais se aproxima do cotidiano familiar, pois sugere os produtos da mídia de forma imediata aos telespectadores, além disso, oferece um esquema para o controle da rotina. Esse espaço, se reinventa com e em outros meios digitalizados. Contudo, uma questão que prevalece é o que Martín-Barbero (2006), reconhecia na televisão como relato, dispositivo cultural e industrial; que busca compreender suas formas, lógicas e conexões; e se propõe como meio central da comunicação contemporânea, uma vez que a tela televisiva tornou-se o local da visualidade que ritualiza formas de interpretar o mundo, e classifica as maneiras de “ver” socialmente aceitas. Também propõe uma nova organização audiovisual, seja de gênero ou técnica, onde a televisão passa a se reinventar.

Há alguns anos tem sido produzida uma expansão significativa da paisagem televisiva. A forma de televisão aberta conhecidas há décadas se juntaram TV a cabo, internet, televisão comunitária, canais locais, televisão por satélite. Esta renovação da passagem da televisão não se restringe apenas às mudanças tecnológicas, mas os sistemas jurídicos prementes, relações, o público com produtos de televisão, mudanças nos gostos e gêneros. (BARBERO, 2006, p.51)

Em seu livro *“A televisão levada a sério”*, Arlindo Machado (2001) critica as pesquisas sobre televisão e a visão de diferentes pesquisadores sobre esse meio, que deixam a impressão que na tevê não existe nada além do comum, do superficial. Para o autor, por mais que pareçam avançar os estudos sobre a televisão, permanece ainda muito amplamente disseminada a ideia antiga de que televisão é meramente um “serviço”, um sistema de difusão, fluxo de programação, ou, numa acepção mais “integrada”, produção de mercado, sem considerar os aspectos positivos do próprio meio.

Durante muito tempo, os teóricos da comunicação, seguindo (estranhamente) a mesma orientação dos magnatas da mídia, nos acostumaram a encarar a televisão com um meio populesco, “de massa” no pior sentido possível da palavra, e dessa maneira nos impediram de prestar atenção a um certo número de experiências poderosas, singulares e fundamentais para definir o estatuto desse meio no panorama da cultura no final do século. (MACHADO, 2001, p.15)

Para Machado (2001), a televisão ao vivo, dentre todas as possibilidades de se fazer televisão, provavelmente seja o que marca de forma mais profunda esse meio. A televisão nasceu ao vivo, desenvolveu um repertório básico de recursos expressivos num momento em que ainda operava ao vivo e esse continua sendo o seu traço distintivo mais importante dentro do universo audiovisual.

a principal novidade introduzida pela televisão dentro do campo das imagens técnicas. (...) A fotografia, o filme, o disco e todos os meios técnicos, pelo contrário, eram sempre recordações de alguma coisa que, tendo acontecido apenas no momento do registro, torna-se passado no momento da exibição. (MACHADO, 2001, p. 125)

Pensar o tempo gravado e o tempo ao vivo no audiovisual contemporâneo nos remete diretamente as formas desse tempo em outros momentos diferentes da história. Com a criação dos meios técnicos, fotografia, filme, registro de áudio, todas essas expressões passam a ser passado. São registros de um tempo passado a cada exibição. São lembranças. Arlindo Machado (2001), chama o tempo ao vivo de “transmissão direta”.

A partir da televisão, o registro do espetáculo que se está ainda enunciando e a visualização/audição do resultado final podem se dar simultaneamente e é esse justamente o traço distinto da transmissão direta: a recepção, por parte de espectadores situados em lugares muito distantes, de eventos que estão acontecendo nesse mesmo instante (...) (MACHADO, 2001, pg. 125)

O autor ainda fala que essa imprevisibilidade do ao vivo cria “tempos mortos”, momentos em que nada acontece e o fluxo acaba sendo quebrado com uma “deslinearização da sequência, que substitui os nexos dramáticos convencionais pelo trabalho modelador do caso.”. Entre outros, um exemplo de tempo morto dado pelo autor é quando a bola saía da quadra nas antigas transmissões de futebol ao vivo e a partida devia esperar até a bola voltar.

Claro que, nem tudo o que é transmitido hoje é ao vivo, mas boa parte desse material acaba trazendo na sua composição, traços de uma transmissão ao vivo. De

uma maneira geral, os programas são pré-gravados, ou ao vivo em intercalado por materiais gravados.

Por consequência, as características básicas do programa ao vivo parecem contaminar o restante da programação televisual e imprimir as suas marcas de atualidade até mesmo nos produtos pré-gravados. Embora a transmissão direta propriamente dita seja uma experiência fenomenológica específica, imprevisível e irrepetível, o seu registro em fita magnética ainda guarda parte das marcas de incompletude e de intervenção do acaso (...)
(MACHADO, 2001, pg126)

Para Arlindo Machado, a transmissão ao vivo foi eleita o bode expiatório de todos os males da televisão e do mundo. O que, segundo ele, se justifica por ela ser o recurso expressivo ou tecnológico mais característico do veículo, evitando assim que as críticas recaíssem sobre um meio vizinho e mais nobre, como o cinema. Machado não acredita que a transmissão ao vivo (e a velocidade inerente a ela) é inimiga do pensamento e da democracia. E, para isso, faz uma indagação bastante simples “se a TV ao vivo é nociva à razão e à reflexão, por que as ditaduras têm tanto medo dela?” (2001, pg.112)

Entretanto, por razões que é preciso desvelar, a transmissão ao vivo transformou-se recentemente no alvo privilegiado dos ataques de todos críticos da televisão. Talvez porque a operação em tempo presente seja aquilo que caracteriza mais profundamente a televisão (e também o rádio), ela foi eleita o bode expiatório de todos os males da televisão no mundo. Pudera: o ataque a qualquer outro recurso expressivo ou tecnológico da televisão poderia atingir também meios vizinhos e mais nobres, como é o caso do cinema. (MACHADO, 2001, p.126)

Essa questão referida à televisão antes da internet deve ser repensada em tempos onde a transmissão ao vivo passa a ser uma característica do meio.

Para Machado (2001), a televisão não se resume a uma única emissão: ela consiste em um fluxo ininterrupto de imagens e sons, que progride diariamente diante de nossos olhos e ouvidos, perfazendo, portanto, um processo. Esse processo é um mix de ao vivo e gravado. Quando é ao vivo tem um acabamento de programa gravado, quando é gravado, deixam-se marcas de incompletude e intervenção do acaso.

Ao pensar o tempo ao vivo televisivo com essas duas características: com uma certa assepsia como se fosse gravado e uma certa enunciação de espontaneidade como se fosse sempre ao vivo, entendemos que o ao vivo da *web* é

diferente. As características do amador aparecem mais.

Ao pensarmos na dinâmica de audiovisualização da cultura presente no YT não podemos esquecer que essa dinâmica é inerente também, embora de outras formas às mídias audiovisuais anteriores: o cinema e a televisão. Manovich (2001) vê a influência dos meios audiovisuais anteriores nos modos do fazer digital:

Depois de mais de cem anos de cinema, o modo cinematográfico de ver o mundo, de estruturar o tempo, de narrar uma história e de conectar experiências tem sido ampliado para se tornar a forma básica com que os usuários de computadores acessam e interagem com todos os dados culturais” (MANOVICH, Lev. 2001: p. VII).

O autor (MANOVICH, 2004), diz também que o sinal da chegada de um novo estágio da história da mídia foram alguns vídeos “caseiros” feitos por Andy Warhol em meados da década de 1960. Cineasta, músico e artista plástico, Warhol começou a incorporar conceitos da publicidade em suas obras de arte e se transformou no ponto principal para o desenvolvimento da *pop art*. Manovich chama esse novo momento ou estágio das mídias, de sociedade meta-media. A sociedade meta-media usa computadores para armazenar registros do mundo acumulados durante o estágio anterior.

Em direção semelhante, podemos pensar com Montaño (2012), numa audiovisualização da cultura como um processo de construção cultural que tem na construção audiovisual mediada por *software* um lugar central. A autora indica que diante da popularização de dispositivos de captação, edição e compartilhamento de vídeo para *desktop* ou *mobile* boa parte dos processos culturais como as artes, a ciência, a segurança, o esporte, enfim, o cotidiano de uma sociedade, são mediados por processos audiovisuais.

De diversas formas e sob múltiplos aspectos, podemos pensar na contemporaneidade como um momento marcado pela urgência do trânsito e da conectividade e pela proliferação de dispositivos para essa finalidade. Com as redes e as tecnologias móveis, como telefone celular e GPS, a conectividade parece ocupar o centro de uma cultura global marcada por compras *online*, cursos de ensino a distância, namoro pela internet, *sites* de compartilhamento de vídeos, mensagens instantâneas, etc. (MONTAÑO, 2012 pg.194).

Contudo, e dentro dessa cultura conectiva e em trânsito, a autora destaca as plataformas de vídeo, principalmente o YouTube, como espaços que não são neutros ou grandes ambientes que simplesmente contêm o vídeo. Neles, os vídeos

obedecem à certa organização e a uma espacialização, uma montagem que os enuncia de outro modo. “Os elementos que rodeiam o vídeo incluem o usuário e incluem, também, uma multiplicidade de direções nas quais esse usuário pode se encaminhar audiovisualmente ou encaminhar o vídeo” (MONTAÑO, 2012, p. 196). A autora considera o audiovisual da *web* diferente do vídeo, este último seria um dos elementos que formam o primeiro. Teria, além do vídeo, a interface, os usos e o ambiente (que resulta da relação entre o audiovisual e o espaço de produção dele, inclusive seu espaço maior: a cultura). É esse modo de pensar o YouTube que leva a Montaña a dizer que a plataforma é um dos espaços privilegiados por onde passa o vídeo contemporâneo e, por tanto, uma das expressões mais claras da dinâmica de audiovisualização da cultura.

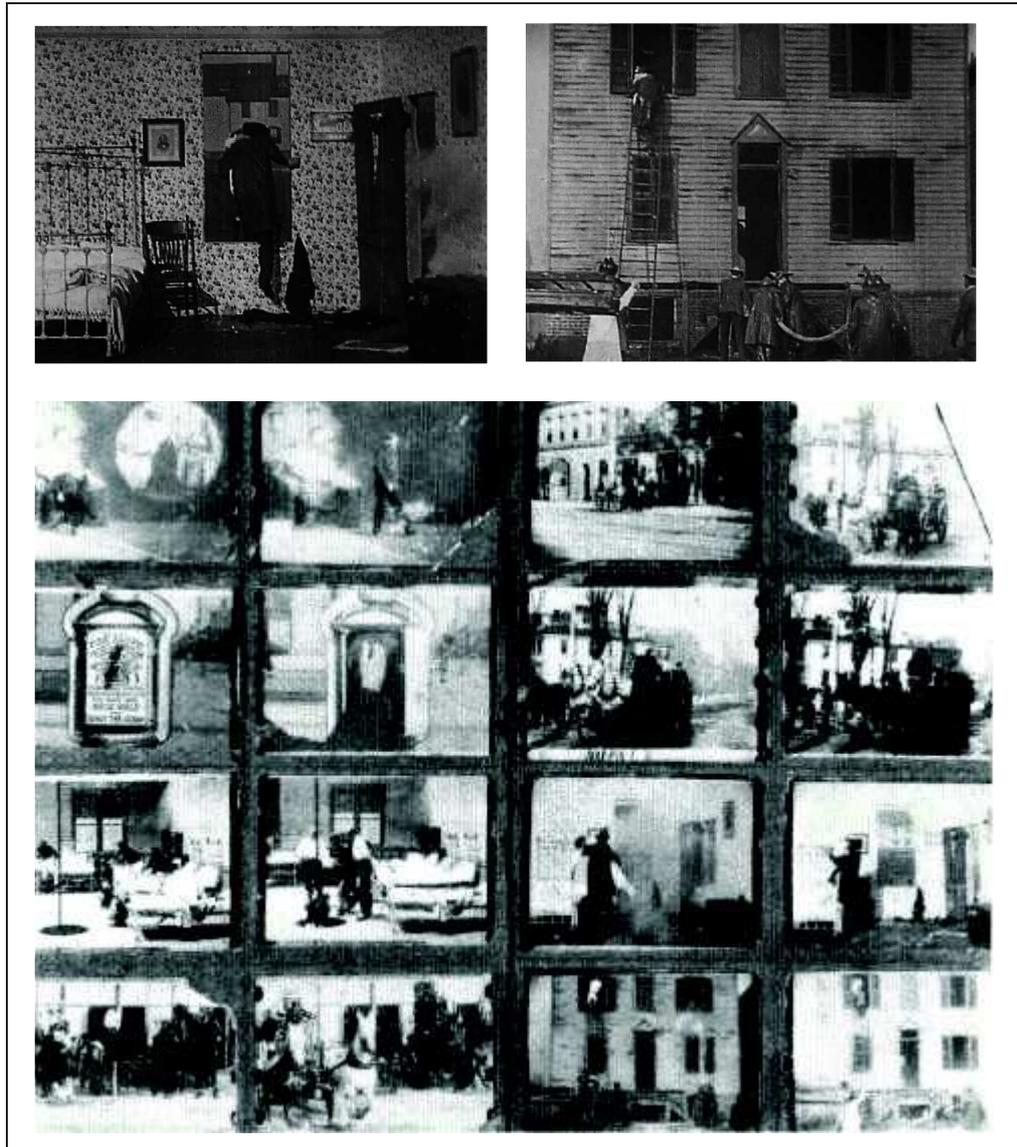
Nas plataformas de vídeo, a transmissão, exibição, compartilhamento e reapropriação são possíveis pelo *software*. Em todos os processos do audiovisual, está presente o *software*, por isso podemos pensar na softwarização do audiovisual. (MONTAÑO, 2012 pg.210).

3. A MONTAGEM NAS MÍDIAS AUDIOVISUAIS

O cinema, a televisão e o audiovisual da *web* apresentam formas de montar as suas imagens muito diferentes. Geralmente um meio começa copiando os modos de montar do seu meio anterior e depois vai encontrando caminhos próprios. Entretanto alguns pressupostos da montagem, a partir dos teóricos dessa área, podem nos ajudar a decifrar as montagens nos materiais que ocupam o centro desta dissertação.

O ato de montar um filme em uma diversidade de planos só passou a existir depois que a indústria cinematográfica se libertou da ideia da câmera no lugar do espectador. Ou seja, uma câmera parada, com uma lente aberta, filmando uma cena na sua totalidade, sem intercalar planos fechados e abertos. Até cerca de 1903, os filmes eram gravados com apenas uma câmera e a partir de apenas um lugar. Um plano aberto cobrindo toda a ação descrita pela cena. O lugar do espectador de uma peça de teatro. O trabalho do técnico de montagem era organizar os planos em ordem sequencial e cronológica. Um seguindo o outro. Somente a partir do trabalho de Edwin Porter, nos Estados Unidos, que a montagem passou a ter um viés narrativo. Com o filme *Life of an American fireman*, Porter começa a dar sentido a montagem narrativa (figura 5).

Figura 5 - Frames do filme *Life of an American Fireman*



Fonte: <http://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/>

Porter, a partir do trabalho de Méliès, viu a possibilidade de incluir mais dinamismo nas suas produções. Dessa forma, nasce a essência do cinema moderno: a montagem narrativa. Essa característica acaba colocando em desuso radicalmente o corte da narrativa baseada em um único plano análogo ao teatro.

Porter foi quem instituiu a forma narrativa ao ser o primeiro a utilizar uma série de artifícios e efeitos visuais que mais tarde se converteram em convenções específicas do gênero e que ainda hoje são fundamentais para que o público compreenda a sequência narrativa da ação que se está a desenrolar (CANELAS, Carlos - 2014, pg. 3)

Se Porter iniciou o processo de montagem cinematográfica, a outro

americano é dada a responsabilidade de tê-la desenvolvido: David W. Griffith. De acordo com Deleuze (2004) e Marcel Martin (2005), as contribuições de Griffith para as montagens modernas são inúmeras: a variação de planos para criar impacto emocional, incluindo o grande plano geral, o *close-up* (grande plano), *insert* (plano de pormenor de um objeto), câmara subjetiva (o ponto de vista da personagem ou do ator) e o *travelling* (deslocação da câmara de filmar no espaço), a montagem alternada, a montagem paralela, os *flashback* (retrocessos temporais), as variações de ritmo, entre outras grandes contribuições. Marcel Martin (2005) destaca ainda que a invenção dos planos não é da alcunha de Griffith, mas a forma de organizá-los como forma de expressão, sim.

José Carlos Avellar, que escreve o texto introdutório da versão brasileira do livro “A forma do filme”, de Sergei Eisenstein (2002), abre sua explanação sobre montagem trazendo à tona a etimologia da palavra. “A ação de montar está ligada a todos os aspectos da nossa vida cotidiana.”. Nessa linha, ele introduz Eisenstein como um dos principais pensadores e eméritos teóricos sobre o cinema e a montagem cinematográfica.

Eisenstein dizia a seus alunos que a arte não se reduz ao registro imitação da natureza; que a arte é conflito; é a escritura dos sonhos sonhados pelo artista; que arte é o conflito entre a representação de um fenómeno representado. (AVELLAR IN EISENSTEIN, 2002, p.7)

O conflito em Eisenstein é a base não apenas da montagem, mas da própria arte e pode ser observado entre planos:

O que, então, caracteriza a montagem e, conseqüentemente, sua célula – o plano? A colisão. O conflito de duas peças em oposição entre si. O conflito. A colisão. Tal como a base de qualquer arte é o conflito (uma transformação imagística do princípio dialético). (EISENSTEIN, 2002, p.42-43).

Na visão do autor, a montagem é a arte de expressar alguma coisa na justaposição de dois fragmentos. Uma ideia que não existe de maneira isolada em nenhum desses fragmentos sozinhos. Juntos eles passam a dar um sentido, criar uma ideia, passar uma mensagem. O choque entre esses dois fragmentos fílmicos é uma forma de expressão cultural e artística.

Eisenstein em toda sua obra vai aprofundar essa noção de conflito: conflito de direções gráficas, de escalas, de volumes, de massas e no seu texto talvez de maior

dedicação à montagem, justamente intitulado “métodos de montagem”, o realizador soviético irá avaliar criticamente cinco tipos de montagem: montagem métrica, montagem rítmica, montagem tonal, montagem atonal e finalmente montagem intelectual, todas tendo como princípio estruturador a série de conflitos dentro ou fora do quadro ou a partir de ideias estruturantes. Para o autor, a montagem é a convergência entre imagens e ideias. Suas ideias comungam com uma facção de produtores cinematográficos que acreditam que a montagem produz sentidos.

No primeiro tipo de montagem, *a montagem métrica*, o autor refere-se à duração de cada um dos planos. Ao comprimento dos planos. Sobre essa duração Ken Dancyger (2006) afirma que quanto mais curto, menos tempo os espectadores têm para absorver a informação posta na tela. Esse tipo de montagem acaba aumentando a tensão entre as cenas, assim como enquadramentos mais próximos, mais fechados no ponto focal da construção de cena.

O critério fundamental dessa construção são os comprimentos absolutos dos fragmentos. Os fragmentos são únicos de acordo com seus comprimentos, numa fórmula esquemática correspondente à do compasso musical. A realização está na repetição desses “compassos”. (...) A complexidade excessiva do ritmo métrico produz um caos de impressões, em vez de uma clara tensão emocional. (EISENSTEIN, 2002, pg.79 - 80)

Na *montagem rítmica*, ao ser definida a “métrica” dos planos, o conteúdo do quadro passa a ser um fator relevante. A montagem rítmica faz relação com a continuidade visual entre os planos. A determinação métrica dos fragmentos passa a dar destaque ao seu conteúdo. Neste tipo de montagem existem dois tipos diferentes de movimento: o dos “cortes” e o “real” do interior dos planos. Ou seja, a transição do métrico para o rítmico está no conflito entre a duração dos planos e sua movimentação interna de cena. O continuísmo baseado nas ações como entrar e sair de cena, atender e falar ao telefone, são bons exemplos desse rítmico entre os planos.

Já na *montagem tonal*, o autor define como “um estágio além da *montagem rítmica*”. Eisenstein diz que na montagem rítmica o movimento que ocorre dentro do quadro impulsiona e “chama” o recorte do quadro seguinte. Na montagem tonal as sequências buscam estabelecer uma característica emocional da cena. O tom ou o modo é o guia para a montagem tonal. As emoções mudam e junto deve mudar também o tom da cena.

Na *montagem tonal* esse movimento é percebido num sentido mais amplo dessa construção.

O conceito de movimentação engloba *todas as sensações do fragmento* de montagem. Aqui a montagem se baseia no característico *som emocional* do fragmento – de sua dominante. O *tom* geral do fragmento. (EISENSTEIN, 2002, p.82)

As características da cena, neste aspecto, podem ser percebidas e medidas com tanta exatidão quanto da montagem rítmica. A diferença são os aspectos que serão levados em consideração. Por exemplo, a temperatura de luz de uma cena comporta o “tom” que o diretor quer dar para a ação captada. Ou seja, uma iluminação mais fraca e fragmentada no set de gravação pode indicar uma cena mais sombria, com elementos sendo iluminados em pontos distintos de luz.

São movimentos que progridem de acordo com as características tonais, em vez de espaciais-rítmicas. Aqui, mudanças imensuráveis espacialmente são combinadas de acordo com seu som emocional. Mas o principal indicador para a reunião dos fragmentos estava de acordo com seu elemento básico – vibrações óticas de luz (graus variados de “sombra” e “luminosidade”). E a organização dessas vibrações revela uma total identidade com uma harmonia em tom menor na música. (EISENSTEIN, 2002, p.82)

A *montagem atonal* é uma conjugação da montagem métrica, rítmica e tonal. Com a manipulação do tempo do plano, ideias e emoções afim causar na plateia o efeito desejado. É definida pelo autor, como o desenvolvimento mais avançado ao longo da linha de montagem tonal. É o conflito entre o tom principal do fragmento e uma atonalidade da cena. A atonalidade é referida por conter na montagem uma multiplicidade de sentidos diferentes em uma mesma cena. O autor propõe em um determinado momento, até uma análise fílmica baseada em uma análise pictórica de cena.

O que se segue deve ser considerado um critério do “pictorialismo” da construção de montagem no sentido mais amplo: o conflito deve ser resolvido *dentro* de uma ou outra categoria de montagem, sem permitir que o conflito seja uma entre diferentes categorias de montagem. (EISENSTEIN, 2002, p.85)

A *montagem atonal*, na verdade acaba englobando todas as outras anteriores como possibilidades de resolução de cena. Conjuga os tipos de montagem métrica, rítmica e tonal, manipulando a duração de planos, ideias e emoções com o objetivo

de provocar o efeito preterido para prender a atenção do espectador.

Fechando os diferentes tipos de montagem, o autor ainda propõe um nível mais profundo no processo de criação de sentidos através da montagem: a *montagem intelectual*. Não é uma montagem de sons atonais fisiológicos, mas de sons e atonalidades de um tipo intelectual. Ou seja, conflito-justaposição de sensações intelectuais associativas. Eisenstein também a chama de “*atonalidade intelectual*”. Dito de outra forma, acredito que o autor se refere a inserção de ideias, em uma determinada cena, com uma grande carga emocional.

Para Eisenstein o impacto da montagem podia ser maior quando existisse um impacto maior entre os planos. Esta ideia baseia-se, como sugere Paulo Viveiros (2005), na ideia filosófica de que a mudança constante impulsiona a nossa própria existência no mundo. Que a cada mudança de plano, o filme pudesse, a partir de um novo choque, criar novas ideias e prender a atenção de quem assiste. A narração progride pela sucessão de choques e colisões de planos. Montagem não é simplesmente o ato de juntar parte de filmes em uma determinada ordem, nem mesmo isso, em um sentido mais amplo, a inter-relação e a colisão desses fragmentos fílmicos para formar o sentido do filme. Para o autor, o pensamento humano é montagem e a cultura humana é resultado de um processo de montagem onde o passado não some, apenas passa a fazer parte do presente, reinterpretando ideias e organizando uma realidade contínua de referenciais técnicas e estéticas.

Esteticamente falando, o cinema explora diversas maneiras de passar sentimentos a partir da composição de cena. Diferentes tipos de enquadramentos, fotografias, elementos, etc. Jacques Aumont (2003) explora algumas dessas no dicionário cinematográfico. O enquadramento no cinema clássico é quase sempre uma operação de centralização, por vezes reforçada por técnicas de sobre enquadramento, e chegando a frequentes reenquadramentos (pequenos movimentos de câmera destinados a manter o sujeito no centro do quadro).

A noção de quadro (moldura) era familiar à pintura, e a fotografia a havia prolongado, notadamente tornando manifesta a relação entre o quadro do instantâneo e o olhar (do fotógrafo) que a foto traduz. Mas as palavras “enquadrar” e “enquadramento” apareceram com o cinema, para designar o conjunto do processo, mental e material, pelo qual se chega a uma imagem que contém um certo campo visto e um certo ângulo. (AUMONT, 2003, pg.98)

Essa composição cinematográfica é também baseada em diferentes tipos de

sobreposição de planos. Por exemplo, o plano geral que mostra uma paisagem ou um cenário completo. O plano de conjunto que mostra um grupo de personagens em uma mesma cena. O Plano médio que mostra um trecho de um ambiente, em geral com pelo menos um personagem em quadro, e o plano americano que mostra um único personagem enquadrado não de corpo inteiro (da cabeça até a cintura, ou até o joelho). Ambos os planos, americano e médio, são muito usados nas coberturas jornalísticas também. O primeiro plano mostra um único personagem em enquadramento mais fechado que o plano americano (em muitas situações, o primeiro plano é considerado sinônimo de *close-up*).

3.1 A MONTAGEM NA WEB

Para compreender os modos em que acontece a montagem na *web* é necessário partir de uma compreensão maior da natureza deste meio e suas práticas de montagem tanto narrativas como não narrativas.

Basta notar o número de lendas, histórias e mitos para perceber que os processos narrativos acompanham a humanidade há milênios. Segundo Janet Murray (2003), essa relação seria explicada por nossos processos cognitivos. A narrativa seria um dos nossos mecanismos para compreender o mundo, assim como um dos modos fundamentais para a construção de comunidades, dos processos de socialização tribais até a conexão global em *smatphones* e *tablets*.

Independente da mídia em questão e independente se for gravado ou ao vivo, a narrativa, ao longo dos milênios se manifestou das imagens pictóricas a fotografia, da tradição oral ao rádio, cinema, televisão e novas mídias. Cada uma dessas mídias trouxe uma discussão sobre seu próprio formato, suas temporalidades, suas montagens e seu impacto na ordem social.

No início do cinema, diz Murray (2003), com o surgimento da câmera cinematográfica, houve um período de incunábulo¹⁰ similar ao período que as primeiras prensas de livros apareceram. Segundo Murray, os primeiros filmes narrativos eram chamados de *photoplays*, algo como “fototeatro”. Eram chamados assim por que era entendido como a junção da fotografia com o teatro. Com o desenvolvimento dessa linguagem e com os cineastas aperfeiçoando as montagens

¹⁰ Durante o período de testes até 1501 os livros impressos eram chamados incunábulo, termo que vem do latim e refere-se às “faixas com as quais os bebês eram envolvidos e serve para indicar que os livros são o resultado de uma tecnologia ainda em sua infância.” (MURRAY, 2003, p.41-42)

narrativas e as técnicas de intercalar enquadramentos, enfim, quando as técnicas básicas do cinema foram entendidas, os *photoplays* se transformaram em filmes.

Lev Manovich (2001) chama a atenção para o processo de digitalização que todas as mídias passaram a sofrer no final do século XX. O autor chama essa digitalização de “novas mídias”. Manovich define a “nova mídia” como a convergência de duas trajetórias históricas paralelas: tecnologia computacional e a tecnologia midiática. O cruzamento digital entre o computador, criado para calcular e mastigar números e códigos binários, e as mídias, que permitiam arquivo de imagens, sons e textos de diferentes formas. Ou seja, a “nova mídia” seria o cruzamento entre o dado numérico e o arquivo.

O encontro entre computador e mídia, segundo Manovich, provoca importantes mudanças nos dois, mas é a mídia que vai passar por transformações mais radicais, uma vez que é a própria natureza da informação que é modificada. Ele apresenta, então, os princípios das novas mídias, princípios estes que as caracterizam e definem, mas que não devem ser entendidos como leis absolutas. São, antes, tendências gerais que, mais que caracterizar tais objetos, caracterizam a própria cultura:

Nem todos os objetos das novas mídias obedecem a esses princípios. Eles não devem ser considerados como leis absolutas, mas como tendências gerais de uma cultura por trás da softwarização. À medida que a softwarização vai afetando mais e mais profundamente as camadas da cultura, essas tendências irão gradativamente aumentando sua manifestação (MANOVICH, 2001, p. 27).

A digitalização de processos midiáticos provocou a unificação de diferentes meios em um único. Na base de seu padrão computacional, o digital é essencialmente 1 ou 0, sim ou não, ligado ou desligado. Trata-se de uma linguagem numérica binária. Com apenas esses dois dados todas as demais características e propriedades são traduzidas para o computador. Por exemplo, uma fotografia digital é composta por *pixels*, que são as unidades básicas de uma imagem digital. Cada *pixel* possui as informações de cor e posição do ponto de cor na imagem. Com vários desses pontos tem-se então, uma região com informação de cores que formará a imagem final. Cada uma das informações desses pontos digitais, os *pixels*, são escritas em 1 ou 0 e o computador nos dá a resposta dessa tradução, a imagem. Contudo, são as consequências para a linguagem que mais nos interessa

no formato “digital”.

Desde o início da década de 1990, o termo “digital” tem se manifestado de maneira recorrente no momento em que falamos de “novas mídias”. Porém, no artigo “Não existe Mídia Digital”, de Manovich (2011), tradução de Cicero Inacio, o autor chama a atenção para a importância do papel do *software* como elemento primordial na hora de definirmos mídia. Todas as novas formas de acesso à mídia, distribuição, análise, geração e manipulação só existem por causa do *software*.

O que significa que elas são o resultado de escolhas específicas realizadas por indivíduos, empresas e consórcios que desenvolvem o *software*. Algumas dessas escolhas dizem respeito a princípios básicos e protocolos que regem o ambiente da computação moderna: por exemplo, os comandos “cortar e colar”, implementados em todos os *softwares* que rodam sob uma interface gráfica de usuário (ou em interfaces de mídia mais recentes, tais como o iOS), ou os hiperlinks com uma só opção de clique nas tecnologias *web*. Outras opções são específicas para determinados tipos de *software* (por exemplo, para aplicações de ilustração) ou em pacotes individuais de *software*. (MANOVICH, 2011, tradução Cicero Inacio)

Logo, as técnicas e convenções do computador como metamídia e todas as ferramentas disponíveis nos aplicativos dos *softwares* não são o resultado de uma mudança tecnológica da mídia “analógica” para a “digital”. Elas são o resultado do *software* que está em processo de evolução constante.

Isso significa que os termos “mídia digital” e “novas mídias” não capturam muito bem a “singularidade” da “revolução digital”. Porque? Porque todas as novas qualidades da “mídia digital” não estão situadas “dentro” dos objetos de mídia. Na verdade, todas elas existem “fora” – como comandos e técnicas de visualizadores de mídias, de aplicações de clientes de e-mail, animações, composição, máquinas de jogos e todas outras “espécies” de *software*. Assim, enquanto as representações digitais tornam, a princípio, possível trabalhar com imagens, textos, formas, sons e outros tipos de mídias, é o *software* que determina o que podemos fazer com elas. Dessa forma, enquanto nós estamos de fato “sendo digitais”, as formas concretas desse “ser” advém do *software*. (MANOVICH, 2011, tradução Cicero Inacio)

O autor usa uma analogia baseada na fotografia digital e na fotografia analógica para demonstrar melhor o que quer dizer com “capturar a singularidade da revolução digital”. Para entendermos essa centralidade do *software*, se olharmos uma fotografia analógica, por exemplo, que passou por um processo de impressão, tratamentos com químicos, etc. Ver essa foto em uma exposição ou em casa, não faz menor diferença. A cópia desse material exigiria a confecção de um novo objeto físico. Na fotografia digital, teremos obrigatoriamente um arquivo digital com

informações e valores de cores de *pixels*, informações de dimensão e outros metadados. Em resumo, teremos o que chamamos comumente de “nova mídia”.

Contudo, se o usuário não é um programador, ele dificilmente terá acesso aos números que compõe de fato aquela foto. O que é possível para um usuário comum é, a partir do *software*, manipular o arquivo com as ferramentas possíveis disponibilizadas por ele. Dessa maneira, esse exemplo ilustra que em ambos os casos, analógico e digital, existe muita informação “por trás” daquele objeto que não é acessível para o usuário comum. E, dependendo do *software* utilizado, as propriedades da mídia podem mudar drasticamente. Ou seja, não existe “mídia digital”. Existe *software*.

(...) para usuários que só podem interagir com o conteúdo das mídias através das aplicações de *software*, a “mídia digital” não possui nenhuma propriedade original em si mesma. O que costumava ser denominado de “propriedades das mídias” são agora operações e permissões definidas pelo *software*. Se você quer escapar da “prisão-casa” do *software* – ou ao menos compreender melhor o que as mídias são hoje em dia – pare de fazer *download* de Apps (aplicativos) criados por outros. Em vez disso, aprenda a programar – e ensine programação para seus alunos. (MANOVICH, 2011, tradução Cicero Inacio)

Manovich ao pensar os “novos meios”, meios baseados nas plataformas digitais de dados, contribui para a discussão pensando em como uma sociedade baseada no *software* é capaz de reinventar as relações. Essas novas formas de interação acabam sendo mais explícitas ao olhar nos meios de comunicação e nos ambientes midiáticos, mas elas estão hoje presente na nossa cultura de uma maneira ampla e geral. Lev Manovich, em seu livro *Software Takes Command* (2013), aborda o computador como um metameio. Ele cria um paralelo com as ideias de Darwin (1959), sobre o desenvolvimento das espécies. A chave da teoria evolucionista é explicar como diferentes espécies se desenvolveram e sob que aspectos. Em sua obra mais famosa, Darwin propõe um mecanismo de seleção natural. Nesse processo não são os mais fortes, ou os mais espertos, que sobrevivem, mas os animais com maior capacidade de adaptação. Salva as devidas proporções o autor tenta, de maneira genérica, criar um paralelo entre essas duas ideias, metameio e evolucionismo, para explicar a evolução dos meios na nossa sociedade.

Os mecanismos responsáveis pelo desenvolvimento do computador como um metameio são certamente diferentes, mas podemos usar a ideia básica da teoria evolucionista (...) (MANOVICH, 2013, pg. 177)

Por exemplo, se compararmos o desenvolvimento do computador como um metameio a evolução biológica, podemos pensar em como a combinação de tipos de mídias podem criar novas “*espécies*”. Uma alteração biológica em uma espécie demora gerações para acontecer. Os meios podem nascer do dia para noite. Para o autor, o computador é um metameio, já que é capaz de reunir um grande número de diferentes meios de comunicação e oferece a possibilidade de criação de diferentes ferramentas para criação de novas mídias. Em um processo de seguimento dessa evolução o autor propõe uma segunda etapa desse “processo de evolução midiático” caracterizado pelo hibridismo de formas e linguagens midiáticas diferentes. Os meios híbridos são as novas espécies de mídia. São diferentes dos meios multimídia, por exemplo, já que esses últimos a variedade midiática pode ser colocada uma ao lado da outra, o que não colocaria em cheque a sua autonomia, linguagem ou interface. Os híbridos são meios que nascem da união dessas várias características. Seja da *interface*, da estrutura ou da linguagem.

Manovich explica que isso acontece devido ao processo que ele chama de *softwarização*. Esse processo fez com que as técnicas de produção e a *interface*, das mídias mais antigas fossem separadas e traduzidas para as linguagens do *software*. Dessa forma, separados, esses elementos passariam a se unir, criando diferentes híbridos. O conceito de meio se evidencia por essas novas formas que habitam o ciberespaço. A ideia de meio acaba sendo fundamentada pelos usos que essas formas híbridas acabam ganhando socialmente. O autor propõe então uma libertação dos meios com suas matrizes físicas e adere de maneira definitiva a construção do *software* como matriz dos novos meios.

O autor ainda fala sobre a necessidade de ser instituída uma teoria estética para abordar a linguagem audiovisual criada pelas “novas mídias”. Uma estética capaz de basear-se em elementos ainda não descobertos, a estética de uma estrutura que ainda não é considerada, segundo ele, uma linguagem.

Ao pensarmos os modos em que os elementos estão montados nas páginas *web* nem sempre encontramos eles em função de contar uma história. Para Manovich, muitos objetos da “nova mídia” não contam necessariamente uma história, mas são uma coleção de itens individuais, cada um com a mesma

importância entre si. Uma gama de diferentes elementos com a mesma relevância juntos.

O cinema é a arte do movimento. É o meio que retrata, ou melhor, cria uma ilusão convincente da realidade dinâmica. O cinema nasce da necessidade humana de retratar a realidade que vê. No decorrer de sua história, diferentes técnicas foram desenvolvidas para fazer esse retrato (luz, direção de arte, lentes, etc...). Com a entrada do computador na pós-produção dos filmes, o aparato técnico de captação passa não ter mais a importância vital para uma filmagem, uma vez que as imagens passam a ser produzidas e modificadas, tendo a mesma relevância das que foram filmadas. A partir dos anos 90 o cinema passa a ser redefinido em justa posição a essa introdução do computador nos processos de produção e captação. Em linhas gerais, segundo o autor, agora é possível gerar cenas diretamente no computador com a animação 3-D. Gravação ao vivo não é mais elemento fundamental. Uma vez digitalizada (traduzida em *pixel*), ou já captada em câmera digital, a gravação ao vivo perde sua relação indexical com a representação da realidade. A imagem para o computador é *pixel*, independente de seu modo de obtenção. O *live action*, ou seja, a cena em andamento na realidade, não é mais diferente das imagens criadas manualmente. A gravação *live action*, arquivada, intacta, funciona como material posterior de trabalho de composição, animação. Como resultado, ao mesmo tempo em que mantém seu realismo fotográfico, a imagem pode ser usada para criar realidades visualmente exatas, mas que não teriam condições materiais de acontecer.

Na filmagem tradicional, edição e efeito especial eram atividades separadas. Com o computador não há mais distinção entre esses processos. Modificação de imagem digital ou outro dado digitalizado não leva em conta distinção entre tempo e espaço ou diferença de escala.

Ao pensar na montagem na *web* ela acontece fundamentalmente em duas formas, conforme Manovich (2001): a montagem temporal, própria do vídeo, em que as imagens se substituem na tela e a montagem espacial, própria da página em que as imagens se distribuem no espaço. A montagem espacial envolve diferentes imagens ao mesmo tempo na tela. Essa montagem se caracteriza por uma montagem lógica, não apenas uma justaposição amontoada. Esse tipo de montagem é uma alternativa a montagem temporal tradicional. Uma linha de

montagem que coloca uma imagem de cada vez na tela. Para o autor, a montagem sequencial diverge de uma tradição europeia de montagem existente há séculos (diferentes eventos acontecendo em um mesmo espaço (figura 6), como nas pinturas de Bosh, por exemplo).

Figura 6 – Pintura de Hieronymus Bosch



Fonte: <http://lugouv.blogspot.com.br/2012/02/hieronymus-bosch-do-pecado-ao.html>

Atrelada a artes menores, como os quadrinhos, por exemplo, a montagem espacial foi perdendo espaço no decorrer do século XX. As tecnologias tradicionais do cinema e do vídeo remetem a um preenchimento sequencial das montagens, ou seja, uma imagem por vez. Para fazer montagens espaciais, os produtores, montadores e diretores tinham que ir contra as tecnologias vigentes. Nas últimas décadas do século XX, a tecnologia se volta para a construção espacial com a programação de computadores. Quebra-se a lógica de uma tela para uma imagem. Era uma questão de tempo para que formas culturais passassem a adotar a convenção de uma tela em movimento com múltiplas imagens. Manovich indica que o cinema chegar nesse ponto é uma questão de tempo. É quando ele passa a se

tornar “macrocinema”. Quando isso acontecer, a narrativa espacial passará a ser mais comum no cinema. Para o autor, a lógica da substituição deixará de existir e dará lugar para a lógica da adição e da coexistência. Na montagem espacial os elementos e as imagens podem se acumular enquanto a narrativa progride.

A montagem espacial também pode ser vista como estética apropriada à experiência multifatorial e de múltiplas janelas gráficas, o que possibilita acesso a amplo número de aplicação do *software* ao mesmo tempo. O novo cinema não privilegia o sincrônico ao diacrônico, o tempo ao espaço, a sequência à simultaneidade, a montagem baseada no tempo à montagem baseada em cena. O novo cinema cria novas possibilidades narrativas.

Porém, a narrativa audiovisual não é uma característica apenas do cinema, da *web* ou da televisão. A narrativa é na verdade uma característica essencial de toda composição audiovisual. Seja ela espacial ou temporal, nos quadrinhos ou no cinema. A montagem espacial presente nas interfaces de produtos digitais corresponde a uma estética que surge como um efeito das práticas contemporâneas de trabalho, em que constantemente realizamos múltiplas tarefas de maneira simultânea e em uma mesma superfície. Não raro, a interface do computador em que estamos trabalhando se mostra abarrotada de janelas de diferentes programas que estão rodando ao mesmo tempo, umas sobrepondo-se às outras.

Na cultura dos meios computacionais, a montagem temporal deixa de ser dominante, como foi ao longo de todo o século XX, dando espaço à montagem espacial, que vem se tornando habitual no novo meio. As páginas *web*, de modo geral, nos dão um bom exemplo disso na justaposição de textos, imagens e vídeos em uma mesma interface, da mesma maneira que as formas de representação imagéticas dominantes na cultura de nosso tempo assumem cada vez mais a forma de uma composição modular, que, segundo Manovich, em termos estruturais é mais próxima a um programa informático do que à tradicional imagem sequenciada de qualquer vídeo. (KILPP, MONTAÑO e LOPES, 2014, pg. 4)

Em comparação com o cinema, seria como se a montagem espacial reunisse todas as imagens, todos os *takes* do filme inteiro em uma única imagem. Dessa maneira, seria como se o tempo se espacializasse e se distribuísse pela superfície da tela.

Em decorrência, nos depararíamos com uma forma de expressão em que a dimensão diacrônica, isto é, a passagem linear do tempo, não é privilegiada em relação à dimensão sincrônica, em que vários uxos são mostrados em paralelo. Dessa maneira, a imagem digital deixaria de pertencer a uma

subcategoria da cultura audiovisual e passaria a integrar uma nova cultura “audiovisuoespacial”, na qual se adicionaria a dimensão do espaço às dimensões visuais e sonoras já consagradas. (KILPP, MONTAÑO e LOPES, 2014, pg. 5)

3.2 CÂMERAS E OLHARES NAS MÍDIAS AUDIOVISUAIS

O cinema, de certa forma, acaba criando nos espectadores a necessidade de observar. Como é possível perceber, o processo de montagem no cinema passou por mudanças significativas ao longo do tempo. Para Machado (1997), o primeiro olhar cinematográfico foi pensado pelo filósofo Platão ao falar sobre o “Mito da Caverna” como uma alegoria que reflete a sociedade em que o homem vive.

(...)quando estamos no cinema, submetemos a imagem- a imagem do outro- a um olhar concentrado e bisbilhoteiro, como se a espíássemos pelo buraco da fechadura, ocultos nas trevas da sala de exibição. (MACHADO, 1997, pg. 125)

Ao observar uma imagem, o espectador não tende a perceber os índices técnicos desse material (luz, cor, enquadramentos, perspectiva), ele se entende ao ver o objeto como fonte de prazer junto as estimulações visuais direcionadas ao olho. De acordo com Carneiro, Cordeiro e Campos (2005), quando esse objeto é um indivíduo, o observador tende a ter um interesse crescente a ele, transformando o olhar em sentimento de desejo. Mesmo que o observador não interaja com o observado, o fenômeno é denominado voyeurismo. Na concepção de Freud (2004), o voyeurismo era um fenômeno denominado como pulsão escópica que estava inerente à natureza humana, podendo se manifestar de diferentes formas dependendo da experiência de vida do indivíduo. Antes de definir o que seja a escopofilia¹¹, Freud (2004) definia a pulsão como um uma pressão de origem interna do inconsciente que conduz o organismo para uma finalidade. Dessa forma, a escopofilia seria uma pulsão que reage ao estímulo do olho quanto à realidade exterior e percebe o “outro” como objeto de desejo, numa relação na qual o prazer em ver estar na mesma via em ser visto. Antes do *voyeur* satisfazer o seu olhar no “outro”, anteriormente, ele se direciona ao seu próprio eu, na medida em que o olhar é lançado para o seu corpo. Logo, isso seria uma reversão do seu oposto em que

¹¹ Escopofilia, do grego, "gosto por olhar" é o desejo de obter prazer a partir do olhar ou observação.

sua finalidade primeiramente mudaria de objeto se deslocando para as partes do seu corpo, transformando o ato de olhar para o “outro” em ser olhado por si mesmo.

O próprio dispositivo técnico do cinema se mostra como máquina de espiar dentro da sala escura, sendo um adequado para observar o outro sem a culpa referente ao ato feito socialmente e abertamente. Segundo Carneiro, Cordeiro & Campos (2005), o cinema traz um privilégio ao indivíduo de observar sem ser observado, dando-lhe uma sensação de posse sobre o personagem, sem sentir ameaça de ser rejeitado. O autor Balázs definiria o cinema como um aparelho amplo para democratização do olhar capaz de provocar um estranhamento em relação às nossas percepções que temos sobre o mundo. A cena oferece em detalhes, segundo o autor, aquilo que não percebemos em nosso cotidiano.

Laura Mulvey (1975), em seu artigo “Visual pleasure and narrative cinema”, explica que o olhar do sujeito humano é “enformado” por uma interpretação de gênero masculino e feminino. Logo, o dispositivo cinematográfico se basearia em dois mecanismos subjetivos de percepção principais: o *voyeurismo* (uma pulsão que toma o outro como objeto, logo, acaba tendo sempre uma base erótica de observação) e a *identificação* (o cinema, ligado a forma humana, em todos os níveis, propõe-se como um espelho).

De acordo com Canevacci (2008), o olho produz uma aceleração perceptiva diante do objeto desejado através dos estímulos óticos. Quando isso ocorre, o autor denomina de “fetichização” o instante que o movimento do olho se reduz ao mínimo, indicando o estado de êxtase perante aos estímulos. Dessa forma, o autor considera que o olhar é capaz de se apropriar de outros sentidos além das suas capacidades orgânicas. Logo, tensionar a posição da câmera na captação de uma cena, é pensar no sentido que aquela cena vai passar para o espectador e em como esse observador vai se relacionar com a construção daquela narrativa construída. Porém, nessa construção de sentidos também levada em consideração a ação do ator e/ou da pessoa sendo filmada. Assim como estudiosos do cinema teorizam sobre os significados dados para um plano ou outro no cinema, dentro da televisão temos essa relação inscrita no olhar do repórter para o olho do espectador, ou seja, a câmera. Arlindo Machado (2007), no seu livro “O Sujeito na Tela”, fala sobre esse olhar. Para ele o olhar diretamente para a câmera é comum na fotografia e quase uma regra na televisão, porém, no cinema, acaba tendo um efeito transgressivo. O plano frontal, uma característica técnica muito ligada a fotografia, aparece nos

primeiros experimentos cinematográficos de Méliès. Esse plano acaba produzindo um efeito teatral, anticinematográfico.

No cinema, predomina o enquadramento oblíquo ao eixo da objetiva, que faz com que os olhares (todos os olhares, sem exceção) que se trocam na cena não se dirijam jamais à câmera, mas a um ponto situado à esquerda ou à direita do quadro, no espaço off. (MACHADO, 2007, p.10)

Já no ambiente televisivo, o apresentador do jornal, por exemplo, conversa diretamente com o espectador. Uma situação comum no cinema é o olhar da personagem direto para a câmera, porém, conversando com outro personagem que está fora de quadro e que acaba sendo revelado na sucessão de planos da montagem. O espectador do filme, portanto, jamais é interpelado pelos personagens. Machado ainda chama atenção para um detalhe técnico, já que, o olhar do personagem para a câmera a revelaria para o espectador, quebrando dessa forma, o estatuto do espectador como um *voyeur* invisível e ignorado.

Mesmo pensando em um lugar de observador para o espectador, é importante notar que a sucessão de quadros e enquadramentos acabam por atualizar constantemente a posição e o “tom” desse observador.

Na sucessão, a relação especular se inverte, de modo que o plano seguinte atualiza o campo ausente do plano anterior, convertendo-o em campo fílmico, e joga o campo fílmico anterior naquilo que agora é o lugar ausente. (MACHADO, 2007, p.33)

O dispositivo citado a cima é o que a teoria cinematográfica chama de *sistema de sutura*. Essa abordagem analítica centra-se na questão do olhar, e particularmente sobre o papel dos olhares representados na tela. A *sutura*, como o nome mesmo indica, trata-se de uma metáfora, designando o fechamento do enunciado fílmico da cena. Ou seja, todo campo fílmico instaura, implicitamente, um campo ausente, suposto pelo imaginário do espectador. O *sistema de sutura* foi proposto inicialmente por Jean-Pierre Oudart em 1969.

A sutura, para Oudart, é pelo contrário uma forma puramente fílmica de articulação entre duas imagens sucessivas – puramente fílmica na medida em que se baseia em mecanismos que não dependem do significado das imagens a articular e desenrola-se inteiramente ao nível do significante fílmico e, especialmente, ao nível da relação campo/campo ausente. (AUMONT, 2004, p.229)

Logo, a presença do espectador está baseada em uma ausência. A presença de algo vazio que vai deixar de existir quando alguém parar em frente a tela e olhar. Para Machado (2007), no sistema de sutura a cena é sempre referida à autoridade do olhar do ausente, ou melhor, de dois ausentes. Ambos de naturezas diferentes: um, o personagem que está fora do quadro e será revelado no contracampo e outro, o espectador que assume o lugar do “olhar da câmera”.

4. O RADIOVISUAL NO YOUTUBE

Antes de abordarmos os materiais empíricos desta dissertação é preciso explicar um pouco mais a metodologia que nos guiou tanto à seleção do corpus quanto a sua abordagem; trata-se da cartografia. A cartografia, cuja origem é da geografia e a topografia, é o procedimento metodológico adotado aqui e usado também em outras áreas de conhecimento para desenhar mapas conceituais. Esse procedimento, metodologia ou método é pensado, e executado, por diversos autores. Destaco os filósofos Gilles Deleuze e Félix Guattari (2004) pelo viés do rizoma, e Benjamin (2006) pelo viés do *flâneur*.

No primeiro caso, é a observação atenta ao objeto que busca o discernimento de aspectos e de processos que comumente não são apreendidos por um olhar comum, ou habitual, desatento. Ao desconstruir o discurso de uma “verdade” considerada absoluta, o ato de cartografar, impulsiona a pesquisa para frente, buscando o novo, diluindo dessa forma, caminhos previamente percorridos e sentidos já codificados. Entendida como um trilhar metodológico, a cartografia visa construir um mapa do objeto de estudo a partir das observações do pesquisador.

O primeiro passo é adentrar nas tramas do objeto. Todavia, as entradas e as saídas são múltiplas, isto é, da mesma forma que se pode entrar numa cidade por diversas ruas, pode-se igualmente dar início à cartografia a partir de vários pontos ou caminhos. É preciso escolher. E essa opção vai depender exclusivamente do cartógrafo. (ROSÁRIO, 2008, pg.13)

Além disso, não há um modelo a ser seguido na sua construção, não há um roteiro com os passos a serem dados. A cartografia precisa contar com a invenção, já que ela provoca o pesquisador a criar a sua própria forma de fazer pesquisa e conduzir a elaboração de um roteiro particular que contemple as especificidades do objeto. Para Rolnik, (2006), o critério do cartógrafo está no “grau de intimidade que cada um se permite”. O critério é responsável por organizar as escolhas, os direcionamentos, porém, precisa estar sempre aberto a reconstrução. É ele que iniciara o traçado do percurso, bem como os tensionamentos, multiplicidades e focos, decidindo qual o melhor caminho seguir.

O espaço e o tempo são elementos importantes na construção de uma cartografia. É no espaço que o mapa se dá a ver, configurando-se pelos registros e reflexões acerca do objeto/problema e se materializando no traçado do pesquisador.

O espaço é o ambiente dos territórios, das paisagens e dos cenários. Além do espaço, a cartografia demanda considerações sobre o tempo. O pesquisador, além de atentar à paisagem, precisa estar atento ao fluxo que constitui o objeto e ao fluxo que o constitui. De um ponto de vista paralelo, é possível afirmar que há, pelo menos, dois tempos na cartografia: o tempo cronológico e a duração (BERGSON, 2006). Para o autor, o tempo (qualitativo e, portanto, não cronológico) é mobilidade, vivência, continuidade, ou seja, é a própria mudança e, portanto, duração.

O mapa deve contemplar tanto os elementos do espaço quanto os elementos do tempo e não visa a representar o objeto tal qual, mas verificar processos, detalhes, transformações, fluxos, amplitudes, entre outros. A construção do mapa é, em si, uma experimentação e, dessa forma, permite o exercício, a análise e o ensaio. O resultado desse processo é a elaboração/desenho de paisagem(ns) dinâmica(s), capaz(es) de apontar elementos diversificados tanto do tempo como do espaço do objeto. (ROSÁRIO, 2008, pg.17)

A ideia de que a vida não corre em uma única direção, de forma reta e previsível criou o conceito de rizoma. Na etimologia da palavra, o rizoma é um caule, na maioria das vezes subterrâneo, que cresce na horizontal e vascularizado. Essa é a classificação que a botânica utilizou para nomear essas raízes ramificadas. A organização metodológica da cartografia também propõe um percurso rizomático.

Construir esse mapa cartográfico, a partir da ideia do rizoma, nos leva ao ponto de vista de Deleuze e Guattari (2004) de que esse caminho é imprevisível, tem sua própria ordem e sua estrutura não pode ser antecipada e nem aplicada a modelos sem que se corra o risco de só confirmar hipóteses.

Uma das melhores figuras usada por Guattari e Deleuze (2004) para referir-se ao rizoma parecer ser o sistema de comunicação dos neurônios no cérebro, conforme já foi dito; os autores usam também como metáfora o bulbo, o tubérculo, as raízes da grama, o andar dos ratos. Aparentemente não há coerência nesses sistemas, uma vez que nossa compreensão está acostumada a lógicas lineares e binárias (*ou* isso *ou* aquilo) que seguem ordenamentos também lineares e duais: horizontal ou vertical, ascendente ou descendente, direita ou esquerda, corpo ou mente, razão ou subjetividade. No rizoma, a conjunção '*ou*' é substituída pela conjunção '*e*'. (ROSÁRIO, 2008, pg.20)

O conceito de rizoma permite um olhar atento, sensível e múltiplo que pode ser comparado ao olhar do *flâneur*, no modo como pensado por Benjamin (2006). Para o autor, as paisagens são fruto das transformações que as cidades sofrem aos olhos do *flâneur*. O *flâneur* foi personagem de Baudelaire apropriado por Benjamin

para pensar e referir um modo peculiar de agir de certos sujeitos modernos em relação às passagens parisienses do século XVIII. Para Baudelaire, o *flâneur* é representado na figura de um burguês que dispõe de tempo e se dá ao luxo de desperdiçá-lo. Algo inadmissível para uma sociedade capitalista nascente. Uma forma de protestar contra o tempo imposto pela sociedade capitalista. Para o autor, o *flâneur* é aquele capaz de compreender o processo da modernidade através do fluxo da cidade.

Em 1844, Edgar Allan Poe escreveu seu conto *O homem da multidão*, uma das primeiras referências literárias do *flanêur*. Nesse conto, Poe descreve um homem sentado em um café, que olha pela janela e acompanha todos os movimentos, os sentimentos e estados da multidão que passa, encontrando nisso um raro prazer. Até que a passagem de um homem velho, com aparência assustadora, afeta-o profundamente e o arranca daquele bar para percorrer a cidade toda atrás do velho caminhante. Esse percurso leva-o a redescobrir outros lados da cidade (...) (MONTANO, 2012, p. 20)

Diferente de Baudelaire, Edgar Allan Poe descreve o *flâneur* como um sujeito que se deixa levar pelo fluxo urbano e acaba sendo guiado pelo seu próprio critério de curiosidade. O *flâneur* não tem compromisso com uma cronologia pré-definida. Busca nas cidades, ruas, becos, praças, algo para atizar e provocar sua curiosidade. O acaso que o levará para novos lugares ou enxergar os mesmos lugares sob outro ponto de vista.

O *flâneur* de Walter Benjamin (2006) apresenta a intimidade urbana de Poe e a consciência cosmopolita de Baudelaire. A metáfora da figura benjaminiana do *flâneur*, inspirou esta pesquisa a caminhar pelas “ruas e becos” do YouTube e, a partir da afetação provocada pela curiosidade de determinados materiais, mudar o percurso quando necessário, como o personagem de Poe. Mas também, entregar-se de forma inteligente e crítica ao fluxo, como o personagem de Baudelaire. Dessa forma, essa pesquisa visa criar esses mapas cartográficos conceituais dentro da plataforma do YT a partir da figura do *flâneur*, como ponto de sustentação dos critérios norteadores.

A construção do mapa não tem receita, logo, é o espelho do olhar que o cartógrafo é capaz de produzir. Contudo, só será um mapa cartográfico se for capaz de, a partir do objeto, considerar diferentes intensidades, espacialidades e temporalidades. Numa ideia abrangente, a proposta cartográfica pode ser, uma forma de perceber a comunicação nos dias de hoje, aceitando caminhos diferentes,

traçando percursos alternativos.

É deste modo que criamos um mapa de materiais diversos presentes no YouTube, a nossa *flânerie* entre os materiais nos levou a selecionar alguns e a desenvolver uma observação atenta sobre eles tentando formular suas nuances, suas complexidades, suas redes, os modos de se constituir, para chegarmos a algumas considerações finais sobre o audiovisual no YouTube.

4.1 CARTOGRAFIAS RADIOVISUAIS

Estou propondo nesta pesquisa a prática cartográfica e assumindo a figura do *flâneur* dentro do YouTube. Esses movimentos são feitos ao longo de toda a pesquisa. Do momento de observação exploratória e escolha dos materiais até a descrição empírica dos objetos. Contudo, neste capítulo a cartografia assume dois momentos: uma abordagem do *software* YouTube e suas maneiras de buscar, encontrar e construir vizinhanças, que foi o primeiro passo para achar os materiais empíricos. Um segundo momento em que comento os materiais empíricos encontrados na ordem em que esses achados foram acontecendo ainda como um *flâneur* que caminha entre os materiais, os observa e comenta levando em conta os elementos centrais discutidos nos capítulos anteriores.

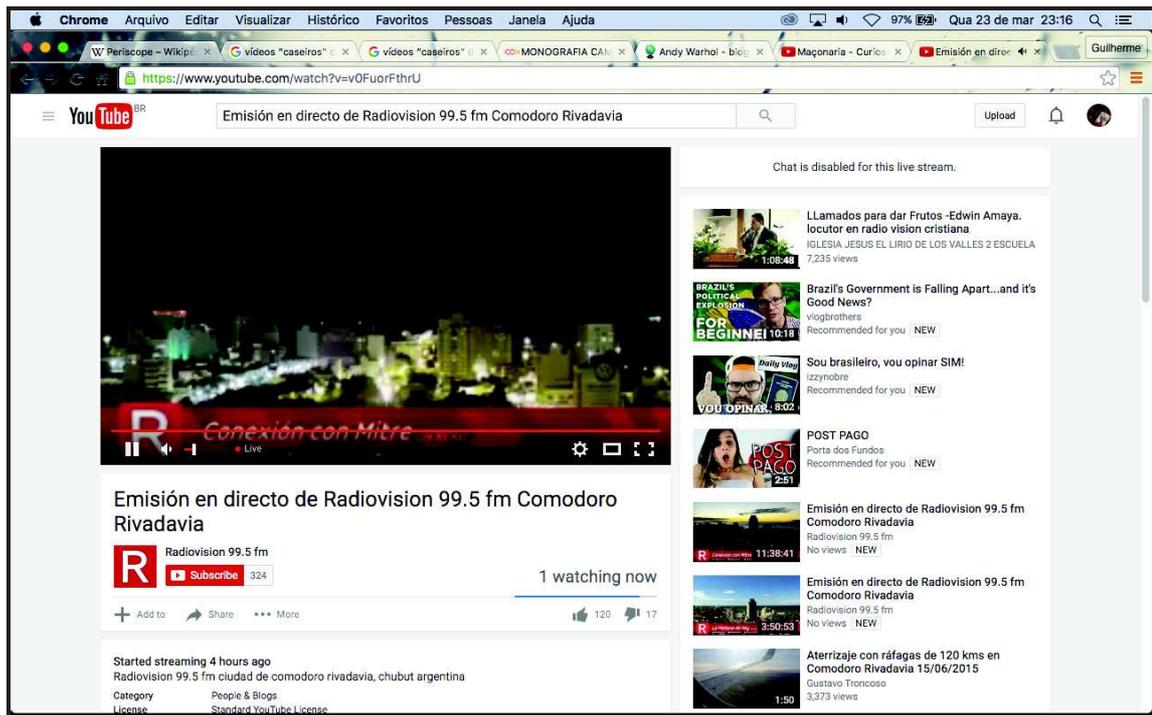
4.1.1 O YouTube como *software*

Uma primeira questão com a qual nos deparamos na cartografia foi a busca dos materiais. Conforme comentado anteriormente com Manovich (2013), ao pensarmos nos estudos do *software*, não podemos considerar que um mecanismo de busca qualquer, um *link*, uma página sejam instâncias neutras e objetivas. Elas têm um programa que de alguma forma já diz algo sobre o vídeo, sobre o usuário, sobre o audiovisual. Fazer um *login* no YT significa, iniciar coleções de vídeos, num processo mediado por vídeo. Significa também comentar vídeos, criar listas de vídeos, compartilhar um vídeo, acionar busca de vídeos ou de canais e assimilar, assim, o mundo através de palavras-chave ou etiquetas. Fui seguindo os passos propostos pela plataforma.

Logo após esse primeiro passo, percebi que essas rádios tinham diferentes modos de agir dentro da internet, mais especificamente no YT. Como por exemplo,

algumas rádios transmitiam a sua grade de programação em vídeo, porém, o vídeo que era atrelado ao áudio era algo totalmente desconexo do contexto, como a janela do estúdio (Figura 7), ou uma câmera de rua, mostrando o movimento das pessoas passando.

Figura 7 - Áudio ao vivo da rádio 99.5 FM, Radiovision, com a imagem da janela do estúdio



Fonte: YouTube (2016).

Outro modo de agir dessas rádios foram as rádios que são transmitidas sem vídeo no YouTube. São rádios que fazem as transmissões de dentro do estúdio ao vivo, mas, ao invés de mostrar o vídeo do estúdio, mostram uma figura estática. Um logo, uma foto do apresentador que está no ar, um resumo da grade de programação, a bandeira do país de origem, etc. (Figura 8).

Figura 8 - Print da rádio Drechtstad FM ao vivo com o texto da programação

	Tijd	Programma	Genre	Presentatie
Maandag	00:00 - 06:00	DFM in de nacht	Non-stop Muziek	n.v.t.
Dinsdag	06:00 - 12:00	DFM in de morgen	Non-stop Muziek	n.v.t.
Woensdag	12:00 - 17:00	DFM in de middag	Non-stop Muziek	n.v.t.
Donderdag	17:00 - 19:00	Pascal Kuusters	Nieuws / Amusement	Pascal Kuusters
Vrijdag	19:00 - 21:00	@DrechtstadFM	Nieuws / Cultuur / Lifestyle	Diversen
Zaterdag	21:00 - 23:00	Indievision	Indie / Alternatief	Diversen
Zondag	23:00 - 00:00	DFM in de avond	Non-stop Muziek	n.v.t.

Fonte: YouTube (2016).

Dessa forma, criei um critério norteador para montar essa cartografia que pudesse solucionar o meu problema de busca dos materiais e construir minha cartografia. Dentre todas as variações possíveis que o rádio se mostra presente na internet, ou pelo menos, como a emissora consegue se mostrar dentro do YT, já que dentro do *site* ela já não é mais rádio, escolhi apenas as rádios que transmitem ao vivo e de dentro de seus estúdios. Mostrando os apresentadores trabalhando, operadores de som, entrevistados, músicos, âncoras, ou seja, o estúdio como espaço audiovisualizado e, como tal, ressignificado. Não que os outros materiais que apresentam uma certa dissonância entre o som a imagem não sejam interessantes para pensar como as emissoras de rádio se apropriam do YouTube, mas a escolha pelo estúdio de rádio transmitido ajuda a pensar em um espaço comum ao qual dificilmente se tinha acesso visível, e isso consistia na magia do rádio.

Durante a minha *flâneurie*, diversos tipos de materiais foram encontrados no YouTube principalmente acionados pela utilização de palavras-chave e pela sugestão da própria plataforma: tanto de canais quanto de vídeos.

Sendo esse motor de busca do YT um quadro em branco que podemos preencher com diferentes *tags* e palavras-chave, me ative a “rádio” e “rádio on-line”.

Com esse impulso inicial, pude, através dos mecanismos de filtragem de características do *site*, chegar mais próximo do que eu buscava efetivamente. Nesse sentido podemos pensar como o *software* nos programa, quando eu digo pude fazer tal ou qual coisa, na verdade fui seguindo aquela interface programada para fazer exatamente aqueles movimentos: buscar a partir de palavras-chave e assistir os vídeos achados pela busca.

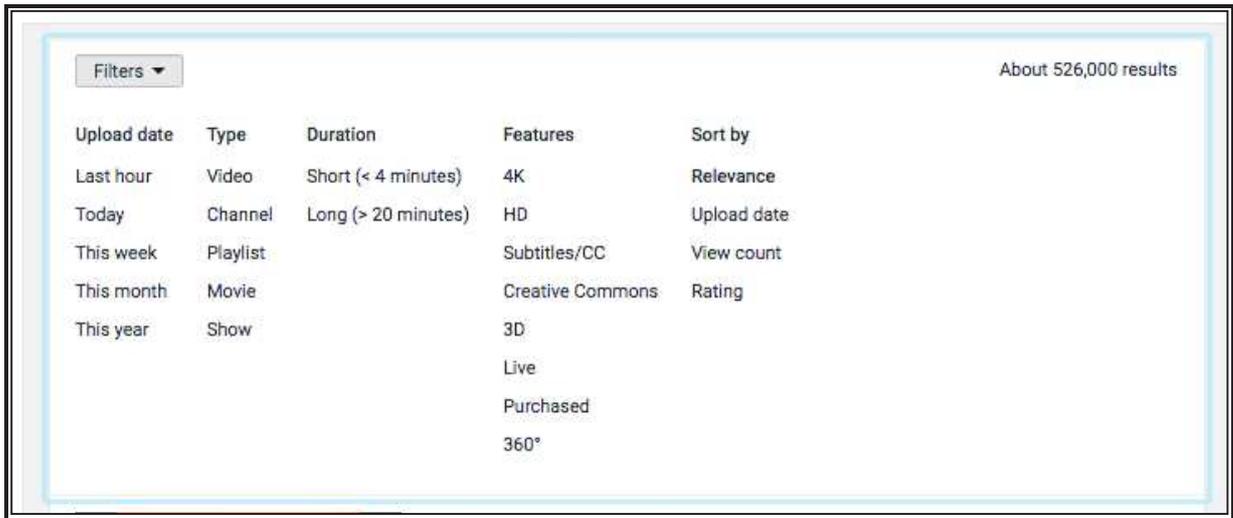
Manovich (2011a, s/p.) lembra como os motores de busca da *web* não apresentam mudanças em relação aos padrões de busca que apresenta por exemplo uma biblioteca em que devíamos pedir livros ao bibliotecário. “A interface da busca é um quadro em branco esperando você digitar algo. Antes de clicar no botão de pesquisar você tem que decidir que palavras-chave ou frases quer procurar”. O problema maior, para o autor, é que quem busca tem que saber de antemão o que vale a pena na coleção que está querendo explorar sem tê-las visto.

A quantidade inassimilável de dados não permitem conhecer todos eles para saber o que buscar. Dominar não seria mais deter todas as informações, mas sim saber onde e como encontrá-las, e as ferramentas de busca assumem muito esse papel. Nesse sentido, adquire mais valor o movimento de mapear a informação, traçar rotas, selecionar e articular o que é relevante (MONTAÑO, 2012, p. 76).

Nessa programação, pudemos constatar que o YT tem alguns filtros de sugestão para encontrar canais semelhantes a partir de uma primeira busca. Esse modo de criação de relações a partir de palavras-chave é próprio da plataforma, mas também é um dos modos mais comuns da *web* funcionar.

Um desses filtros é baseado na especificação dessa busca. A partir de uma palavra chave, posso fazer essa pesquisa colocando características como: HD, data de upload ou transmissão, ao vivo, 3D, 4K (figura 9).

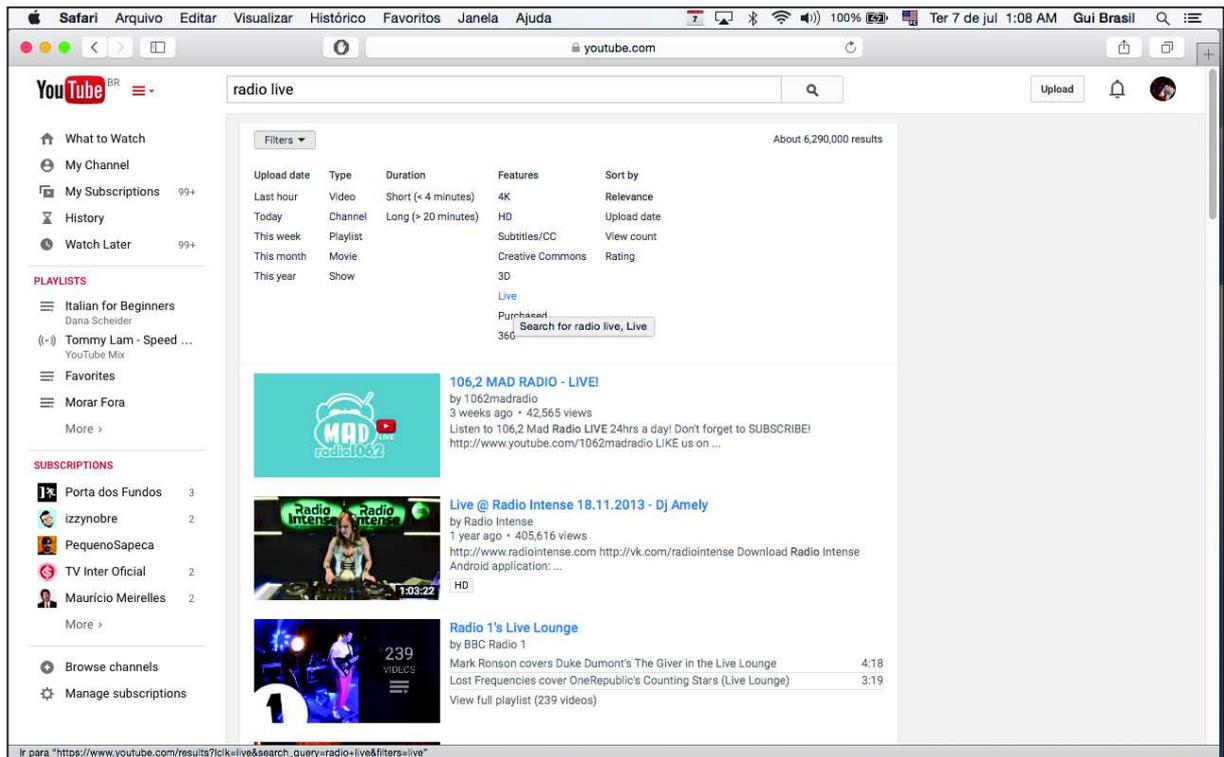
Figura 9 - Painel de busca do YouTube 1



Fonte: YouTube (2015).

Essas características são tanto técnicas quanto temporais e acabaram levando a encontrar transmissões que estavam sendo feitas no horário da pesquisa pelo filtro “ao vivo” (figura 10).

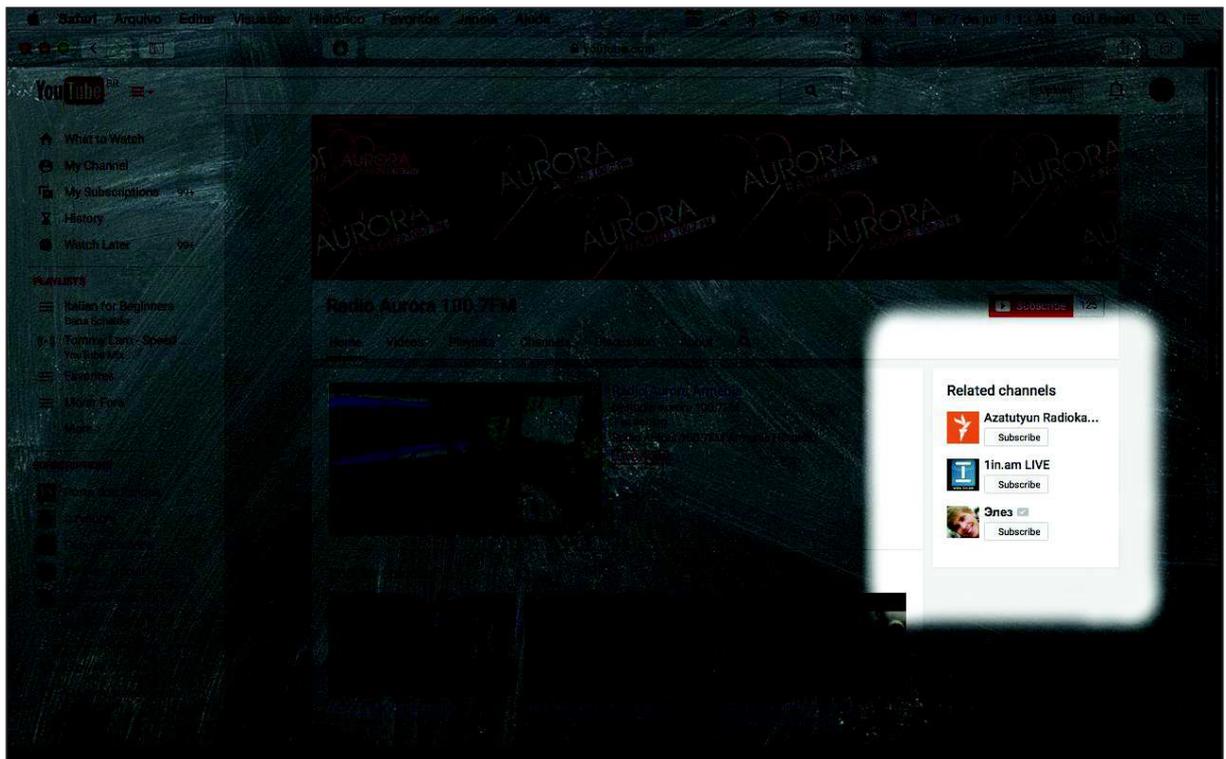
Figura 10 - Painel de busca do YouTube 2



Fonte: YouTube (2015).

A barra lateral dos canais também sugere canais de origens semelhantes: ou seja, pelo conteúdo do vídeo ou pelo conteúdo do canal, o *software* do YT relaciona com outros vídeos e canais (figura 11).

Figura 11 - Capa de canal



Fonte: YouTube (2015).

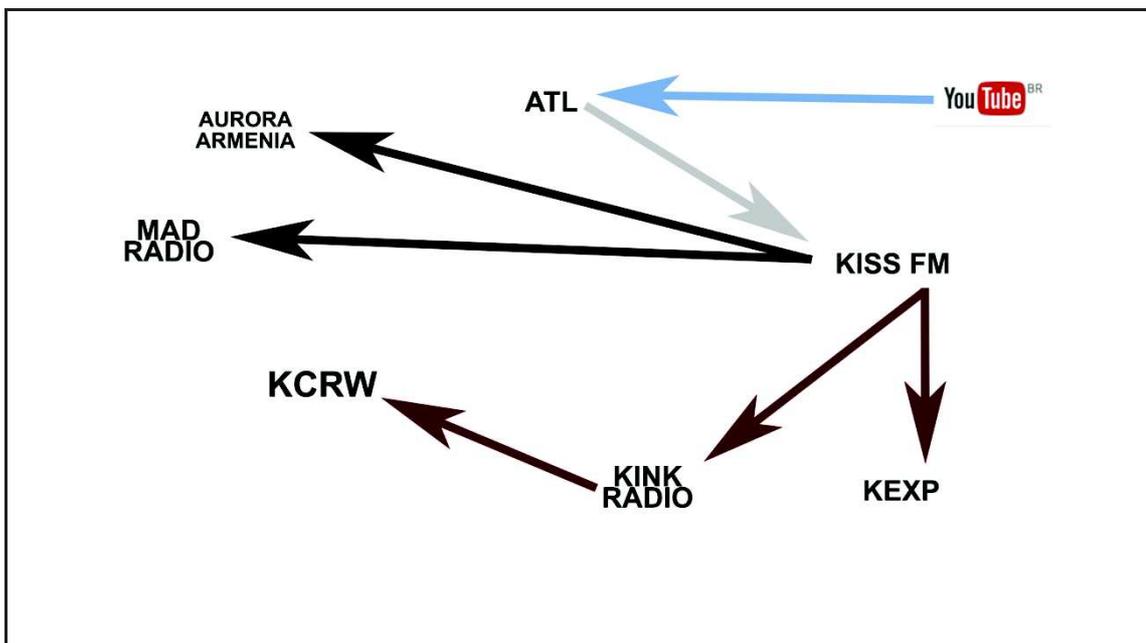
Passando então por esse primeiro processo de entender e explorar a ferramenta de busca do YouTube, comecei a alcançar os primeiros resultados.

O *software* do YT, e a minha interação com ele, foram responsáveis pelo percurso que fui seguindo. O processo cartográfico fica mais ou menos expresso no mapa ilustrativo (figura 12). O mapa, é um recurso visual para entender como o YouTube me direcionou, quais materiais construíram esse mapa.

Comecei com o Bola Atlântida, programa transmitido ao vivo pela rádio Atlântida. O primeiro acesso ao empírico me levou a pesquisar dentro do canal da rádio, que no YouTube se chama Pretinho TV. Nesse canal encontrei também o programa Pretinho Básico, que também era transmitido ao vivo, nos mesmos moldes do primeiro programa. Assim, as ferramentas de busca do YouTube passaram a me sugerir materiais semelhantes. O primeiro a surgir nesse trajeto foi o canal da rádio

Kiss FM. Muito semelhante aos materiais do Pretinho TV, porém com suas especificidades. Desse ponto em diante, o YouTube me levou para mais duas variações importantes de programas de rádios transmitidos pelo *stream* do *site*. Um feito da maneira mais básica, com uma câmera e de transmissão quase ininterrupta ao longo do dia (Rádio Aurora Armenia e Rádio MAD Radio) e outro de qualidade superior de montagem, captação e transmissão (Rádios KEXP, KCRW e KINK).

Figura 12 - Cartografia radiovisual



Fonte: O autor

4.1.2 Mapa do radiovisual

Iniciando o processo de cartografia, a partir da figura de *flâneur*, tive como porta de entrada para o processo dessa construção a rádio Atlântida, através do seu canal no YT, Pretinho TV. A rádio Atlântida, que é a principal transmissora, pertencente ao Grupo RBS e com matriz em Porto Alegre, foi fundada em 1976, sendo depois espalhada por diferentes municípios do Estado do Rio Grande do Sul, até ser implantada emissoras em Santa Catarina. A partir de seus estúdios são gerados os principais programas da rede para todo o Sul do Brasil. Programas como o Pretinho Básico e o Bola Atlântida são os que têm maiores índices de audiência e caracterizam-se pelo gênero humorístico.

4.1.2.1 Pretinho TV – Rádio Atlântida

Segundo o *site* da rádio Atlântida¹², no final dos anos 1990, a rádio Atlântida Porto Alegre teve seu sinal disponibilizado via satélite, começava então, o processo de construção de uma nova rede, onde as emissoras retransmitiam integralmente a programação da Rádio Atlântida Porto Alegre, apoiados em um formato já utilizado pelas principais redes de rádio FM do Brasil. A Rádio Atlântida de Porto Alegre tem papel de grande importância dentro da estrutura Rede Atlântida. Internamente, cabe a ela o papel de emissora líder, de onde partem as principais decisões administrativas e de programação, que devem ser seguidas pelas demais componentes da Rede.

Na missão da rádio, segundo o *site* do Grupo RBS¹³, “a rádio Atlântida se propõe a estar em constante renovação, sempre buscando se diferenciar para poder ter a maior proximidade possível com o público jovem”. Para isso, a rádio ultrapassou as barreiras do estúdio e atualmente está disponível em diversas formas além da tradicional: é possível consumir os produtos da rádio através do *site*, de blogs e do Twitter dos comunicadores e programas, das redes sociais, do celular, de *shows* e festivais e, obviamente, no YouTube.

O programa Pretinho Básico é o principal produto da emissora e no YouTube o canal da rádio é chamado de “Pretinho TV”, não leva o nome da Atlântida o que é bastante significativo e nos leva a uma primeira indagação sobre a posição do programa perante a rádio e sua importância na grade de programação e o lugar do programa no YouTube.

Contudo, quando vemos a tela do vídeo, no canto inferior esquerdo, há a logomarca da emissora. Há ali um certo tensionamento entre o que seria, em rádio, a emissora e o programa, sendo que lá (na rádio) a primeira inclui o segundo e aqui parece haver uma inversão. Para compreender melhor esse tensionamento e o modo como o canal Pretinho TV se constrói devemos entender um pouco mais a história do Pretinho básico e o lugar que ele adquiriu na emissora (figura 13).

Naturalmente a minha escolha pelos programas Pretinho Básico (figura 15) e Bola Atlântida (figura 16) seria óbvia, afinal, são os únicos programas da rádio Atlântida transmitidos pelo canal no YouTube. Mas, claro, a pergunta é: por que

¹² <http://www.gruporbs.com.br/atuacao/atlantida/>

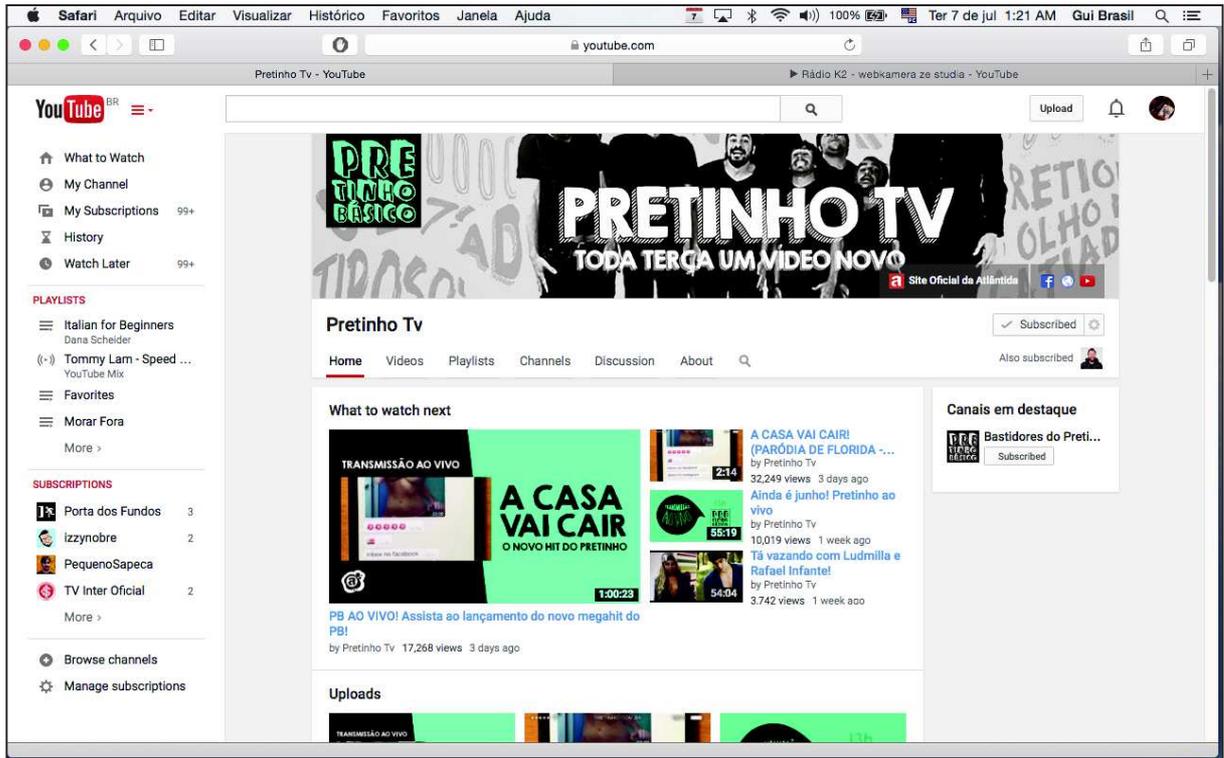
¹³ <http://www.gruporbs.com.br/>

apenas esses dois programas? O Pretinho Básico é o produto principal da rádio. Líder de audiência no Rio Grande do Sul e Santa Catarina. É o programa mais antigo da grade de programação e com maior número de patrocinadores. Quando surgiu, em 2007, ia ao ar apenas ao meio dia. Em 2009 passou a ser transmitido duas vezes por dia pela antena da rádio. O nome é uma referência ao café preto, tomado após o almoço. Assim como o programa que entra ao vivo no horário da uma da tarde. Aliás, o projeto inicial do Pretinho, nasceu de uma rádio concorrente, que tinha um programa com os mesmos moldes, e se chamava “Cafezinho”, conforme explica Ponso:

O Pretinho Básico foi uma forte cartada do Grupo RBS para frear o crescimento da emissora Pop Rock no panorama do rádio jovem gaúcho. O cafezinho vinha ao longo dos anos amalhando cada vez mais ouvintes, popularizando e definindo um estilo e uma formatação. Assim, o Grupo RBS contrata três dos principais comunicadores concorrente, Cagê, Alexandre Fetter – um dos mais populares comunicadores da história recente do rádio no estado – e o produtor Maurício Amaral (PONSO, 2009, pg.29)

Já o programa Bola Atlântida tem seis anos de existência. Toda semana tem um entrevistado famoso relacionado ao futebol para a mesa de entrevistas. Tanto jogadores, quanto cronistas e jornalistas de outras emissoras do Grupo RBS.

Figura 13 - Canal Pretinho TV da Rádio Atlântida



Fonte: Capa do canal no YouTube – Pretinho TV (2015).

Hoje, a Rádio Atlântida vem fazendo diversas tentativas de interação *online* com seus ouvintes. O programa Bola Atlântida e o Pretinho Básico são algumas delas.

Figura 14 - Biblioteca de vídeos do canal Pretinho TV no YouTube

Pretinho Tv Subscribed 54,069

Home **Vídeos** Playlists Channels Discussion About

Also subscribed

← Uploads ▾ Date added (newest - oldest) ▾ Grid ▾

PB Responde #24 10,694 views · 2 days ago INVASÃO NA RAIA #24 3:54	PB Responde #23 20,423 views · 1 week ago FETTERO DISFAÇADO? #23 4:40	PB Responde #22 22,260 views · 2 weeks ago O PRETINHO BÁSICO NO PLANETA ATLÂNTIDA #22 4:29	Pretinho ao vivo das 13Hrs - 28/01/2016 21,774 views · 3 weeks ago TRANSMISSÃO AO VIVO PB DAS 13 55:40
PB Responde #21 23,609 views · 3 weeks ago O PRETINHO MAIS FOLGADO #21 3:09	PB Responde #20 26,568 views · 4 weeks ago O PRETINHO NA TV #20 2:58	PB Responde #19 28,322 views · 1 month ago A NOVA ERA #19 4:09	PB Responde #18 27,359 views · 1 month ago O QUE OS PB'S FAZEM NO VERA #18 2:52
PB Responde #17 33,618 views · 1 month ago COMO SERÁ O NATAL DOS PB'S #17 4:25	Pretinho ao vivo das 13hrs - 23/12 22,051 views · 1 month ago TRANSMISSÃO AO VIVO PB DAS 13H 56:36	PB Responde #16 31,049 views · 2 months ago VIDA PESSOAL DO POTTER FOLGADO #16 3:37	CENA 05: TEATRO DO PRETINHO - DIA 12/12 LANÇAMENTO DO... 11,796 views · 2 months ago TEATRO DO PRETINHO CENA 05 4:10

Fonte: YouTube (2016)

Além dessas transmissões ao vivo uma vez por semana, o canal ainda veicula paródias musicais, promoções do Grupo RBS e chamadas de *shows* patrocinados pela rádio, como podemos perceber na biblioteca de mídias do canal na figura 14. Com mais de 40 mil assinantes, os vídeos e transmissões já somam quase seis milhões de visualizações. Os programas transmitidos ao vivo ficam disponíveis no canal como vídeo gravado. Assim, esses materiais passam a ser sugeridos, a canais semelhantes, dentro do YouTube.

Figura 15 - Transmissão do Pretinho Básico das 13h

The screenshot shows a YouTube live stream interface. The video player displays a scene with several people in a studio setting, with a 'Live' indicator in the bottom left corner. Below the video, the title 'Pretinho ao vivo das 13Hrs - 26/02/2016' is visible, along with the channel name 'Pretinho Tv' and a subscriber count of 54,607. The current viewer count is 1,652. A comment section on the right shows various user reactions. Below the video, there are social media links for 'Rede Atlântida' and a 'Started streaming less than 1 hour ago' notification.

Fonte: YouTube (2015).

Figura 16 - Transmissão do programa Bola Atlântida 1

The screenshot shows a YouTube live stream interface for 'Bola Atlântida com Juan Jesus'. The video player shows a group of people in a studio. The title 'Bola Atlântida com Juan Jesus' is displayed, along with the channel name 'Pretinho Tv' and a subscriber count of 54,607. The current viewer count is 4,097. An 'Up Next' section on the right lists several recommended videos, including 'PB AO VIVO! Assista ao lançamento do novo megahit do PB!', 'Tá vazando com Ludmilla e Rafael Infante!', 'Bola Atlântida AO VIVO com Eduardo Sasha', 'BOLA ATLÂNTIDA com Alisson, o goleiro mais bonito do Brasil', 'BOLA ATLÂNTIDA (ao vivo) - com Taison/Shakhtar e Juan/Inter de Milão', and 'Ramones - It's Alive (The Rainbow) 1977 HQ'. The video is categorized as 'Entertainment' and is licensed under 'Standard YouTube License'.

Fonte: YouTube (2015).

Antes de continuar adentrando as interfaces, lembremos que na *web*, entendemos como audiovisual tudo aquilo que compõe a interface, não somente o vídeo em si, seguindo a proposta de Montañó (2012) dos quatro elementos do audiovisual da *web*: vídeo, interface, usos e ambientes. O audiovisual, conforme estamos pensando aqui, está composto por esses quatro elementos.

Botões, vídeos relacionados, barra de endereços, janela de *chat* fazem parte, então, do audiovisual. Dessa forma a montagem passa a ser uma construção da interface, mas também do usuário com o que é disponibilizado nessa *interface*. Assim, as plataformas de compartilhamento de vídeo podem ser pensadas como um espaço de constante construção pelo usuário. Dessa forma, referenciando pontualmente Montañó (2012), a abordagem empírica percorre o mesmo caminho dessas três características: a montagem espacial; a montagem temporal; e a montagem temporal/espacial, operada pelos cliques do usuário.

Olhando para a interface do Pretinho TV, vemos na montagem espacial diversos elementos entre os quais se destacam o *player*, onde roda o vídeo (montagem temporal) e a janela de bate papo (que se constrói numa montagem espacial, do lado do vídeo e oferece a possibilidade da montagem do usuário que interage). A montagem espacial se estende bem além da estrita interface da TV Pretinho e do YouTube já que alguns botões e *links* (montagem do usuário) levam o usuário para as redes sociais da rádio (conforme vemos na figura 20). Outros elementos da interface passam a interagir diretamente com a composição da página como os botões de curtir ou descurtir, “*Add to*” (adicionar à), “*Share*” (compartilhar) e “*More*” (mais).

Figura 17 - *Chat* ao vivo do Pretinho Básico no YouTube



Fonte: YouTube (2016).

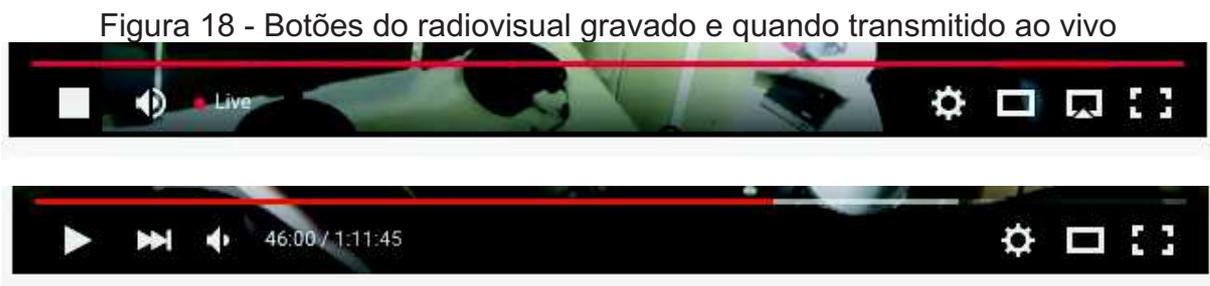
Além disso, a interface é composta por outros vídeos sugeridos pelo próprio YouTube, a barra de endereços do navegador e as marcas próprias da plataforma do YT como o logo no canto superior esquerdo e as informações do usuário logado no canto superior direito. A construção da interface do YT, nas transmissões ao vivo, passa por algumas mudanças importantes no *player* e no *design* tradicional do *site*. Sabemos que esta interface é comum a todos os audiovisuais e por isso abordamos ela principalmente neste primeiro audiovisual que é a TV Pretinho. Voltando ao ao vivo, então, diferente de quando o vídeo é gravado, o *player* ganha um ponto vermelho ao lado do botão de *play*, e uma indicação de “*live*”. O *chat*, no ao vivo, ocupa o espaço destinado usualmente aos vídeos relacionados, ou seja, aqueles materiais que a plataforma sugere ao usuário baseado no seu histórico de busca no *site*.

Ao contrário do que acontece normalmente na *interface* da plataforma, o YT passa a sugerir vídeos relacionados na parte inferior da página e mostra o bate papo já referido na lateral do vídeo. Esse bate-papo acaba se tornando uma forma de socialização entre os usuários que estão assistindo ao vídeo e fazem parte do audiovisual que está sendo transmitido (figura 17).

Ele se apresenta de forma complexa no audiovisual e é uma das formas que,

relacionada aos outros elementos da interface, levam a pensar sobre o ao vivo como um tempo resignificado no YouTube e nas plataformas de transmissão de vídeo. O o vivo do vídeo, pode lembrar o ao vivo do rádio e da TV, mas ele não está sozinho junto a ele está na montagem espacial o espaço para bate-papo que permite um ao vivo do usuário. É frequente ver como as reações dos usuários no bate-papo provocam alterações no vídeo, seja porque os apresentadores comentam as frases dos usuários ou fazem aquilo que eles pedem como rodar uma música, dar um recado ou olhar para a câmera, entre outros. O ao vivo na plataforma e no audiovisual parece ser um território entre ambos elementos: o vídeo e o bate-papo, entre o estúdio de rádio audiovisualizado e a conectividade da interface.

O *player* do YT também passa por uma mudança quando o audiovisual é transmitido. Ele deixa de ter os botões convencionais dos vídeos gravados como na figura 18:



Fonte: YouTube (2016)

Passa a revelar uma outra estrutura onde o controle do tempo do vídeo só permite rodar ou deter, algo que volta a reafirmar os sentidos dados aqui ao ao vivo. Já que esse tempo passa a ser o mesmo tempo do usuário, a identificação do “ao vivo” fica latente com a palavra “*Live*” ao lado de um círculo vermelho (figura 19). O mesmo círculo que remete a simbologia das câmeras em modo de gravação. O botão de “avançar” também deixa de existir, já que a característica desse tempo mudou e passa a compor o *player* somente o botão de “play/stop”, para começar ou parar a transmissão.

Figura 19 - Mudança na configuração do *player* do YT quando transmitido ao vivo



Fonte: YouTube (2016)

Figura 20 – Descrição do ao vivo com os *links* das redes sociais da Rádio Atlântida



Fonte: YouTube (2016)

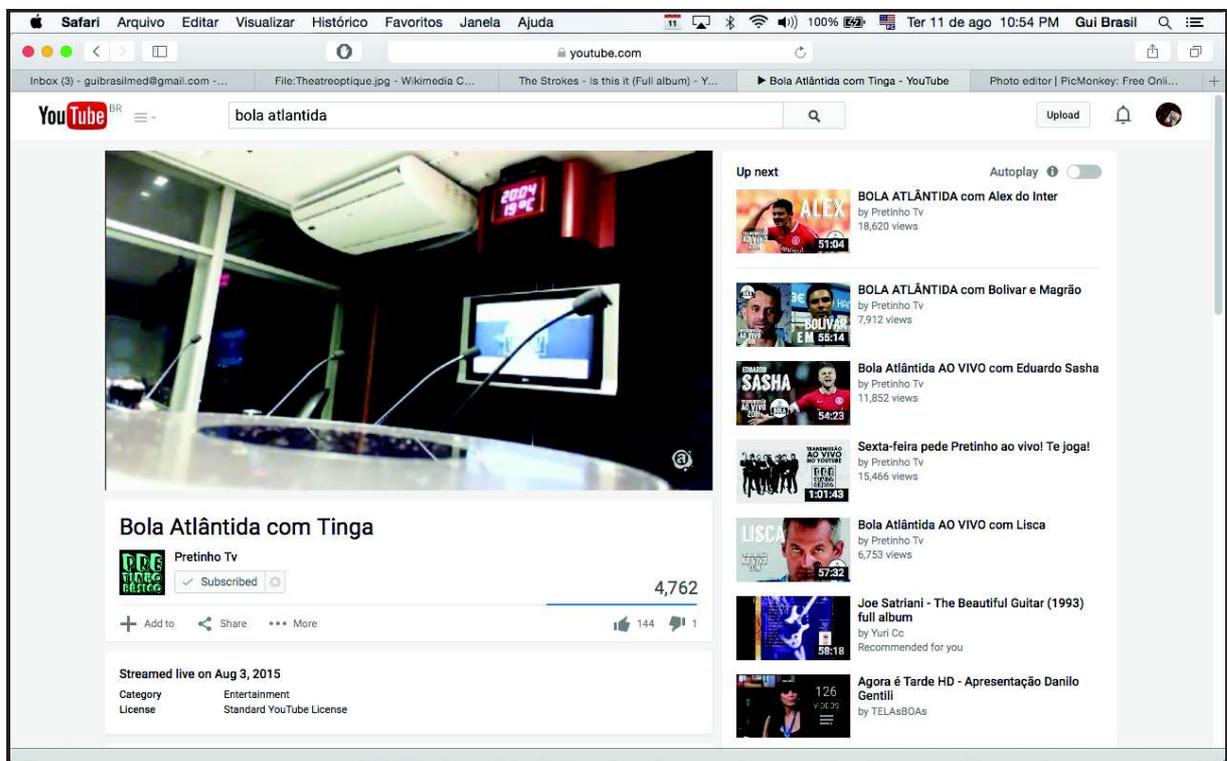
Analisando a montagem temporal, a que está restrita ao *player*, é perceptível que esses radiovisuais transmitidos pela Atlântida apresentam uma diversidade grande de enquadramentos e composições de cena. O Bola Atlântida (figura 16) e o Pretinho Básico (figura 15) são transmitidos com quatro câmeras. Existe uma mesa de corte de imagem dentro do estúdio e essas câmeras são editadas ao vivo, lembrando muito o corte de imagens de um programa de televisão.

Como vemos na figura 21, a posição das câmeras, mesmo sendo fixas, revelam muito mais do ambiente em que o material está sendo gravado.

Essa diversidade de enquadramentos e cortes lembra muito o cinema, principalmente quando ele começou a operar com mais de uma câmera, mais de um ponto de vista. Nesse caso, acredito que lembre muito mais uma produção de cinema do que a própria televisão, mesmo o material tendo um “corte” de imagem muito televisivo. Isso por que um enquadramento acaba completando o outro. Como se o corte, na interação entre os personagens do programa, completasse uma ação,

ou a fala seguinte. Dando ritmo a discussão. O que nem sempre é uma preocupação dos audiovisuais televisivos ao vivo, já que estes, principalmente jornalísticos, são feitos com uma câmera e um repórter mostrando um fato. No estúdio, as câmeras quase não se mexem dos seus locais originais. Na verdade, apenas duas câmeras parecem se mover para frente e para trás, como se tivessem algum limite físico. As outras duas estão sempre fixas. São enquadradas e não se mexem mais. Fixadas em um tripé, são usadas somente para compor o corte e ilustrar o que está sendo dito na mesa.

Figura 21 - Transmissão do programa Bola Atlântida 3

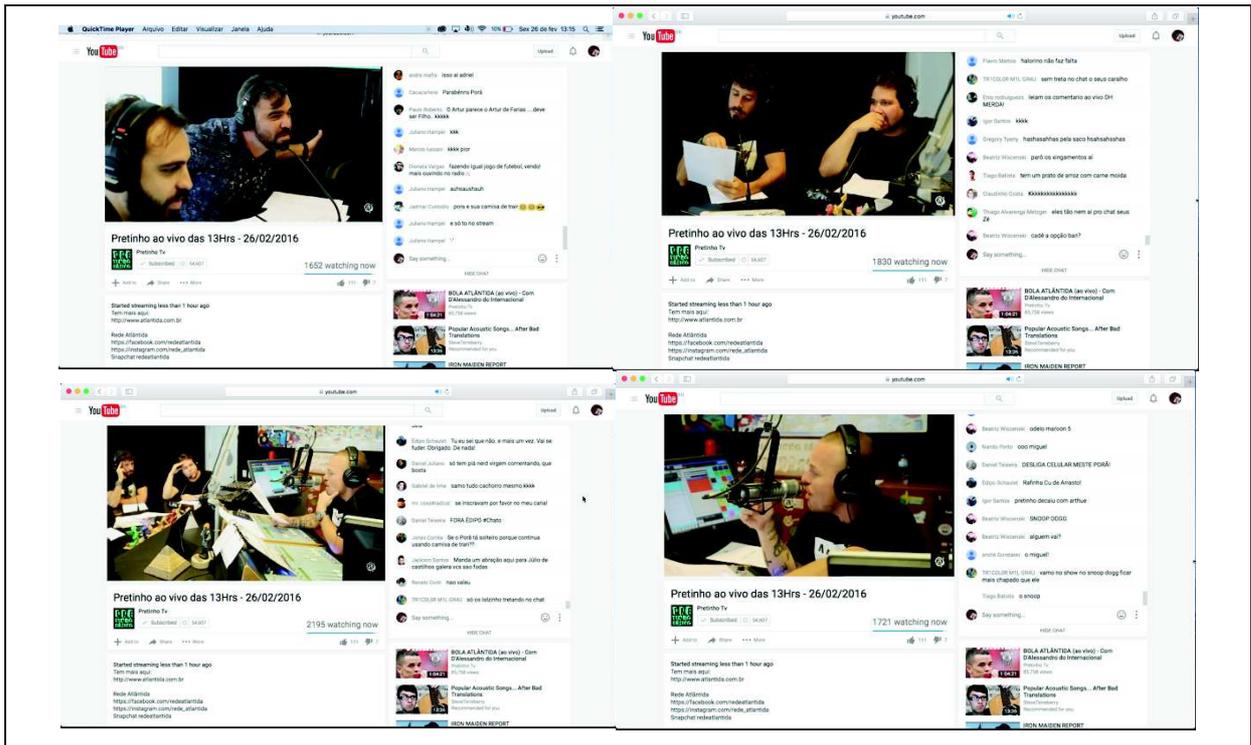


Fonte: YouTube (2015).

Nesses dois radiovisuais percebi que em diversos momentos da transmissão existia um olhar dirigido à câmera para o espectador. Em todos os programas, o âncora do programa olhava para a câmera nos primeiros minutos de transmissão, quando avisava os ouvintes que aquele material estava em vídeo no YouTube. Outro olhar particular desses radiovisuais é o olhar dos outros componentes da mesa. Eles dificilmente olham diretamente para a câmera e na maioria dos momentos, olham para uma outra pessoa, o âncora, que quase nunca se revela nos

enquadramentos. Esse olhar perpendicular à câmera é próprio das montagens cinematográficas, normalmente completado, no plano seguinte, pelo interlocutor do anterior. Nesse caso, não. O olhar é oblíquo (figura 22), e raramente é completado na montagem, que normalmente opta por concluir a narrativa com um plano aberto ou com outro integrante da mesa que se atravessa na fala.

Figura 22 - Olhar oblíquo dos participantes do Pretinho Básico à câmera



Fonte: YouTube (2016)

Os cortes intercalam constantemente os planos fechados dos comunicadores com o plano geral (figura 15). O único que é sempre enquadrado sozinho é o âncora. Por mais que, em algum momento, algum integrante seja enquadrado sozinho, o âncora é o único que é revelado sozinho no quadro sempre que aparece. O âncora também nunca é revelado de forma frontal. Por mais que muitas vezes a fala dele se remeta diretamente ao ouvinte da rádio, ou ao espectador do YT, ele raramente se vira para a câmera. Outro momento recorrente no avançar da transmissão eram as intervenções com a finalidade de chamar algum produto da rádio ou em pequenas brincadeiras envolvendo alguns dos patrocinadores.

Figura 23 - Um dos participantes do Pretinho interagindo com a câmera



Fonte: YouTube (2016)

Quando Eisenstein (2002), fala sobre a montagem cinematográfica ser uma composição capaz de representar a vida, ou a maneira como construímos nosso dia a dia, ele defende que montagem é toda e qualquer justaposição de dois fragmentos. Ele ainda inclui que nenhum desses fragmentos de filme sozinhos (planos) tem sentido quando apresentados individualmente. Diferente do que vemos nas montagens de interface dentro da *web*. Um Fragmento da interface faz sentido sozinho, (a moldura do *player*, do *chat*, a barra de endereços, etc), diferente do cinema, esses elementos formam uma montagem espacial e não a montagem em si, como nas construções temporais. Esse seria o abismo audiovisual que existe entre uma *webcam*, e as primeiras experiências cinematográficas de Méliès. A interface *web* possibilita que o vídeo da *webcam* transcenda uma montagem convencional televisiva ou cinematográfica, e passe a compor, com outros elementos da página, uma narrativa construída pelo usuário dentro dessa interface.

Diferente do cinema, onde a intensão da montagem é contar uma história, no vídeo desse tipo de transmissão do YouTube, a intensão, na maioria das vezes, é construir a ambientação do próprio estúdio da rádio. Como se fosse uma marca forte, remontar aquele ambiente constantemente. O programa nunca sai do estúdio.

Olhando para essas variações na montagem do audiovisual que se constrói dentro do *player* do YT, percebi que o conteúdo dos enquadramentos pode nos dizer mais coisas sobre esse audiovisual. Para Aumont (2003), por exemplo, esteticamente falando, a composição cinematográfica é também baseada em diferentes tipos de sobreposição de planos. No caso do Pretinho, observamos 3 planos referenciais na figura 24 respectivamente; o *plano geral*, no alto do estúdio, que nos dias atuais nos remete a um enquadramento comum em câmeras de vigilância, mas que nos remete as primeiras experiências do cinema com grandes planos abertos, cheios de informações, um *plano de conjunto*, que o autor acusa como uma maneira capaz de agregar diferentes personagens em um mesmo espaço, construindo assim, a ambiência da cena e o *primeiro plano*, normalmente associado a uma aproximação mais intensa do personagem. Se Aumont lembrava que o enquadramento são os processos mentais e materiais pelos quais se chega a uma imagem visto por um certo ângulo e que geralmente o cinema tende a centralizar nesse quadro o sujeito, vemos aqui uma experiência diferente, o uso e abuso do desenquadramento. O próprio autor (AUMONT, 2003) lembrava como, existem estilos fundados na recusa da centralização, em uma descentralização ativa e voluntária, ou, de modo mais radical, um desenquadramento. Contudo, o tipo de desenquadramento que vemos na Pretinho TV parece ser não tanto por enunciar uma descentralização e sim por destacar o lugar das câmeras e da montagem que parece seguir impreterivelmente uma ordem ignorando, em certa forma, a centralidade ou descentramento do sujeito. O olhar do espectador não se identifica aqui com as personagens e sim com a câmera que parece surpreender o sujeito que enquadra ou desenquadra. Trata-se de uma experiência diferente à clássica questão de olhar para a câmera no gênero documental (telejornalismo, programas de auditório) e do olhar oblíquo próprio da ficção (teledramaturgia, cinema, etc).

Figura 24 - Planos e enquadramentos do Pretinho Básico ao vivo



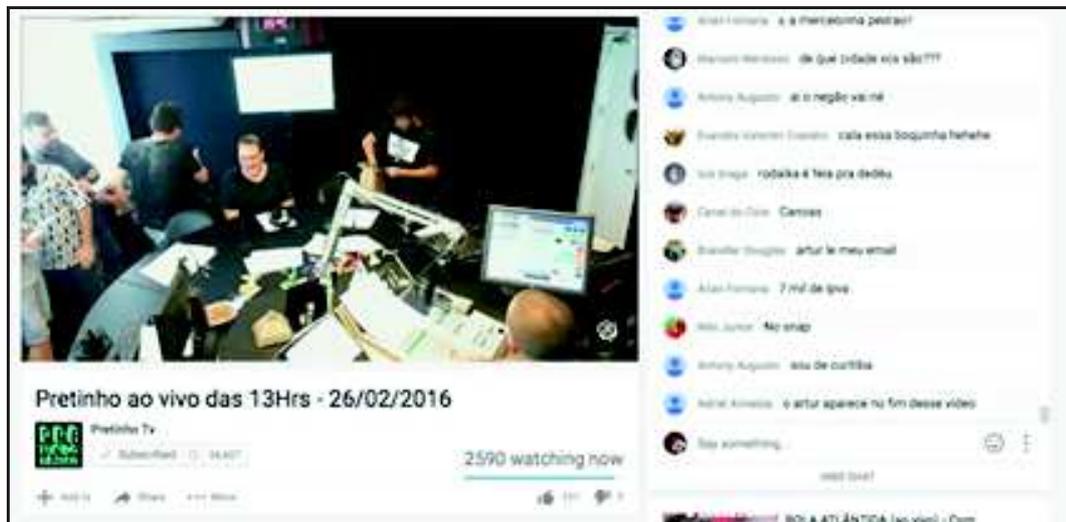
Fonte: YouTube (2016)

O conteúdo da aba do *chat* se perde no ao vivo, pois tudo que é dito ali durante a transmissão, não é salvo como comentário. O que é dito no *chat* é próprio daquele tempo ao vivo do audiovisual. Uma característica muito forte dessa audiovisualização própria do YouTube. Os comentários salvos dessa transmissão só passam a ser armazenados pelo *site* depois que o vivo termina e a transmissão passa a ser armazenada como vídeo gravado. Assim como o número de visualizações que, durante o vivo, oscilam entre a entrada e saída de usuários da página do canal, quando a transmissão se encerra, o número de visualizações zera e passa a ser contado quando o vídeo passa para a biblioteca de vídeos da rádio.

Assim, podemos pensar o tempo ao vivo do YouTube como uma temporalidade diferente do vivo da televisão, por exemplo. A janela do *chat* é muito importante para essa constatação, já que ela cria uma relação direta do usuário com a interface, e conseqüentemente, com a construção dessa montagem, do *chat* com quem está transmitindo de dentro da rádio e do próprio usuário, que assiste ao material ao vivo. Ou seja, criando uma relação direta desses três elementos, diferente da televisão ou do cinema que não tem dispositivos para criar essa interação imediata entre o que está sendo transmitido e quem está assistindo.

Essa montagem traz mais alguns elementos que são interessantes de serem analisados, particularmente a sua temporalidade ao vivo e o que Machado (2001) chamava de “tempos mortos” na TV. Durante a espera da entrada do programa no ar, no intervalo entre os blocos e ainda, entre uma vinheta de áudio e outra acontecem cenas que seriam próprias de bastidores, que não estão saindo ao ar na emissora, mas estão sendo vistas pelo Pretinho TV. Essa imprevisibilidade e ao mesmo tempo necessidade que o tempo ao vivo cria considerados tão incômodos para a TV parecem ser tempos privilegiados no audiovisual.

Figura 25 - Intervalo do Pretinho Básico ao vivo



Fonte: YouTube (2016)

Esses momentos parecem criar uma interrupção da sequência temporal do audiovisual conforme a conhecemos na TV e no rádio. O corte não acontece mais, a construção estabiliza no enquadramento geral, sem o áudio do estúdio, apenas com o áudio do intervalo comercial que está indo ao ar pela rádio. Há aí um novo tensionamento: o som leva à continuidade da montagem radiofônica e o vídeo leva aos bastidores. Como se o olhar da câmera do radiovisual e do YouTube e, portanto, do usuário, tivessem acesso a ver bastidores que não são acessíveis por outros meios.

Numa mistura de vigilância e *voyeur* o olhar do radiovisual parece enunciar um outro lugar que, conforme já discutimos, é mais próprio dos gêneros emergentes na *web*. Trata-se de um tempo que não se interessa pela assepsia do tempo gravado da TV e sim sobrevaloriza o acaso do ao vivo e o privado dos bastidores.

Dessa forma, podemos pensar a Pretinho TV como um radiovisual e este como um gênero emergente da plataforma YouTube, já que, em certo sentido, algumas destas características estão presentes nas outras experiências estudadas.

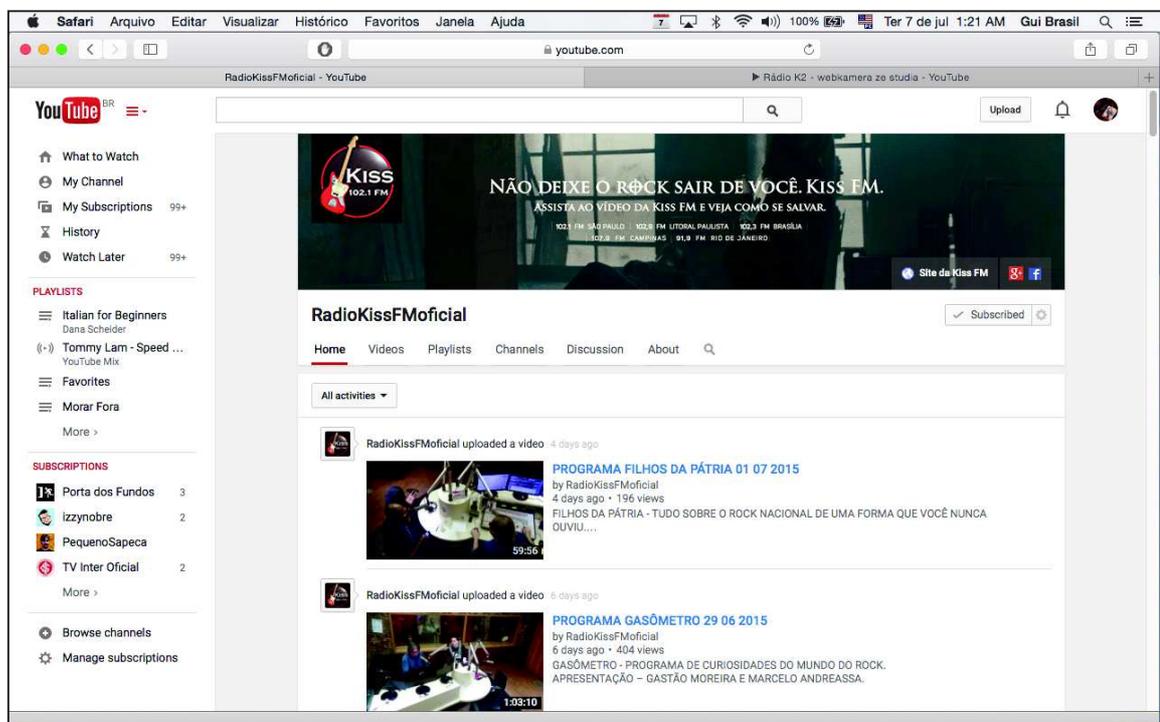
4.1.2.2 Kiss FM

A Kiss FM é uma estação de rádio brasileira da cidade de São Paulo, que opera na frequência 102.1 MHz em FM para ouvintes da Região Metropolitana de São Paulo. Apesar de estar sediada na Avenida Paulista, a emissora é originalmente

uma concessão do município de Arujá, região metropolitana de São Paulo. Pertencente à Rede Mundial de Comunicações¹⁴, é a cabeça de rede (geradora) de afiliadas em Campinas e Corumbá de Goiás. No rádio, a Kiss FM entrou no ar pela primeira vez em meados da década de 1990, ocupando a frequência 102.1 MHz. Até o ano de 2000, a emissora funcionava precariamente, saindo e entrando do dial paulistano diversas vezes, além de ter operado na frequência 100.5 MHz. Embora com pouca relevância entre as principais rádios paulistas, tornou-se célebre entre os fãs de rock clássico.

Com quase 5 mil assinaturas, a rádio Kiss transmite alguns dos seus programas pelo YouTube. Este audiovisual, tem no YouTube o nome “Radio KissFMoficial” (figura 26). A emissora de rádio tem sua grade relacionada com a cena musical de São Paulo e tenta fomentar a produção artística local levando essas bandas para dentro do estúdio, não somente para tocar, mas para discutir música, falar de história musical, enfim, abrangendo de diferentes maneiras um mesmo tema.

Figura 26 - Capa do canal Rádio Kiss FM

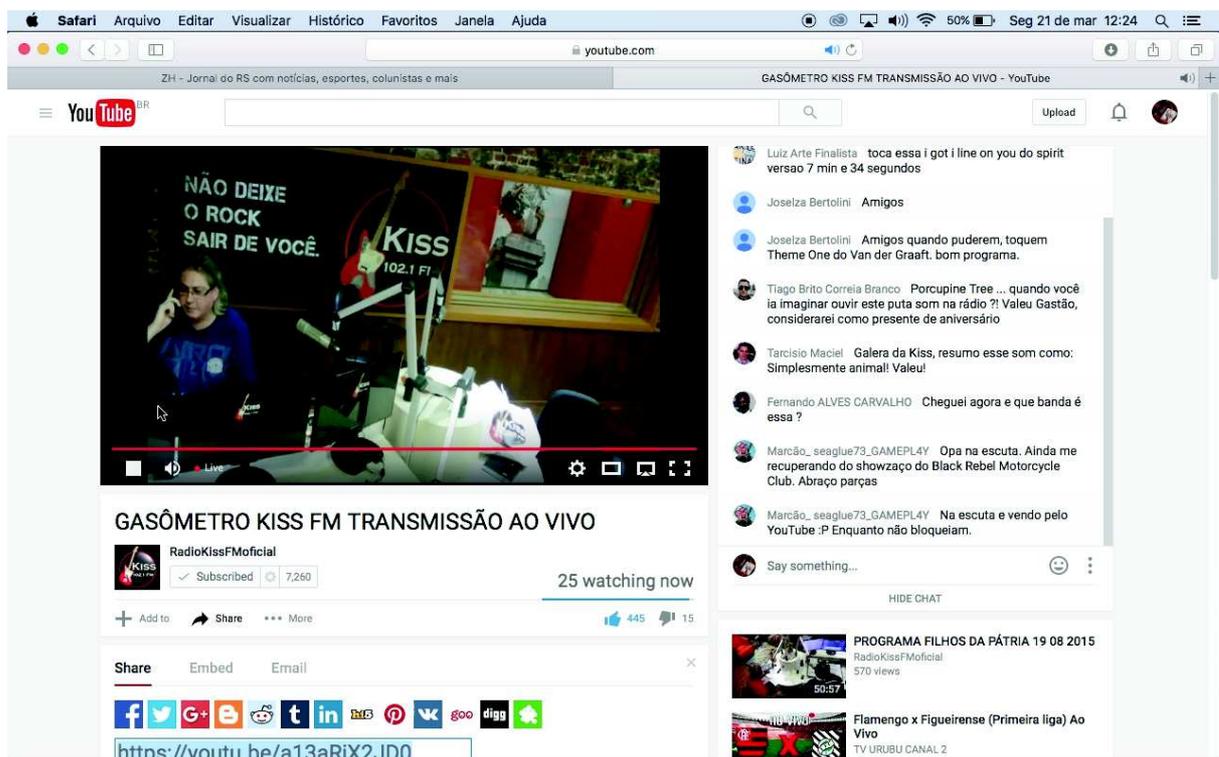


Fonte: YouTube (2015).

¹⁴ A antiga Rede CBS é conhecida atualmente como Rede Mundial de Comunicação. A Rede Mundial controla várias emissoras de rádio na Grande São Paulo e também em outras regiões brasileiras, com destaque para as estações Top do Brasil FM 104,1 MHz (ex-Tupi FM) e a Kiss FM 102,1 MHz.

De toda a grade, centrei minha análise no programa Gasômetro porque me pareceu mais pertinente para o que essa dissertação propõe. Os dois motivos principais me chamaram a atenção nesse programa. A dinâmica oferecida por um dos âncoras que se levanta e interage diretamente com a câmera e a maneira como o corte foi solucionado pelos produtores do programa que usam apenas duas câmeras para fazer as transmissões. O *site* da rádio Kiss define o programa gasômetro como um “programa de curiosidades do mundo do rock, com vários ‘quitutes’ musicais escolhidos a dedo por Gastão Moreira”. Apresentado por Gastão Moreira, antigo repórter televisivo da MTV Brasil, o âncora discute assuntos triviais com o operador de áudio, fala sobre os discos que vai tocar e personagens da música mundial. Falam sobre assuntos diversos como o tempo, política, futebol. Mas sempre voltam, ou fazem alguma relação, com a música.

Figura 27 - Transmissão do programa Gasômetro 1



Fonte: YouTube (2015).

A montagem espacial é muito próxima da montagem anterior, já que a plataforma de transmissão é a mesma e o design segue alguns padrões quanto a localização de alguns elementos da página. Dessa mesma forma, percebemos a alteração do *player* e a janela de *chat*. Também é perceptível na figura 27, os botões

de navegação para compartilhamentos em redes sociais externas ao YouTube. Esses elementos só aparecem quando o botão de “curtir” é acionado. Assim como os botões aparecem, o *link* encurtado da transmissão fica disponível para ser incorporado em um *site* ou blog.

Atualmente, o vídeo do radiovisual conta com três câmeras que funcionam como janelas para dentro do estúdio da rádio (figura 28). Ambas se posicionam no alto do estúdio com seus enquadramentos abertos. A primeira câmera fica quase de costas para o apresentador e é acionada para compor um contraponto a segunda câmera mais frontal e vice-versa. Da mesma forma como percebemos a existências dos tempos mortos no radiovisual do Pretinho Básico, o Gasômetro também se mostra rico nesses modos de enquadrar/desenquadrar que revelam um tempo morto diferente do televisivo descrito por Machado (2001) e semelhante ao tempo morto dos gêneros emergentes do YouTube que acabamos de comentar. Neste caso, quando os microfones são fechados para a música ir ao ar, o apresentador se levanta, vai até a câmera e passa a interagir com os espectadores. Mostra o encarte dos discos, canta, manda recados. Isso tudo com o bate papo do YT aberto e recebendo o feedback na hora e a cada faixa musical. Uma das câmeras faz um enquadramento superior que mostra todo o estúdio e parte do teto dele e a outra é um enquadramento levemente superior que centraliza a mesa com os microfones, o locutor e os entrevistados, além de parte do estúdio. Há ainda um terceiro enquadramento que enquadra os dois apresentadores quase de costas (figura 28). No enquadramento superior, que revela uma bateria, a distorção nas laterais da imagem acusa o uso de uma lente grande angular, normalmente usada no cinema e na TV para gravar uma área maior com maior amplitude: estúdios grandes, áreas externas, campos de futebol. No caso da Kiss, esse artifício foi usado ao contrário, em um ambiente menor, essa lente consegue mostrar o estúdio quase na sua totalidade, menos, claro, a parede em que a câmera está fixada. Dessa forma, a composição do vídeo passa a ser construída com esses três enquadramentos básicos. Durante a apresentação e o bate-papo dos apresentadores, o enquadramento de costas para eles, que revela inclusive o computador do operador de som, é quase fixo. Existe uma alternância, mas é mínima. Quando as trilhas do programa tocam, e os microfones são fechados, o enquadramento frontal passa a ser fixo. São nesses momentos então que o apresentador, Gastão Moreira, vai até a câmera e começa a mostrar as capas dos discos e interagir com o usuário. Já no

segundo bloco, a ordem se inverte e o plano frontal passa a ser a tônica da conversa entre os âncoras. O enquadramento mais completo do estúdio, com a lente grande angular, aparece muito menos que os outros. Na verdade, essa câmera é acionada muito mais quando o programa sai do ar para a entrada do intervalo, os apresentadores saem do estúdio, e ela passa a ficar parada até ambos voltarem para seus lugares e continuarem a transmissão.

Figura 28 - Enquadramentos do programa Gasômetro da Radio KISS



Fonte: YouTube (2016).

O tempo que no Pretinho Básico se mostrava como morto, por se desvincular da sequencia temporal proposta pelo audiovisual indo a imagem numa direção e o som em outra, no programa Gasômetro esse “tempo morto” me parece ter um significado mais importante para a montagem do vídeo no *player*. O tempo morto não só faz parte do corte das câmeras quando os microfones são fechados, mas a partir das capas dos discos e das “encenações” do âncora (figura 29), esses “tempos mortos” continuam trazendo informações relevantes para montagem. Os tempos mortos fazem parte de ambas as montagens (Pretinho Básico e Gasômetro), porém adquirem diferentes funções e significados em cada uma delas, sendo ela, no radiovisual da Kiss FM, uma maneira de construir o vídeo mesmo sem os microfones ligados.

Figura 29 - Gasômetro com os microfones fechados

The image displays two screenshots of a YouTube page. The top screenshot shows a video titled "PROGRAMA GASÔMETRO 10 08 2015 ESPECIAL ANIVERSÁRIO 1 ANO" by RadioKissFMoficial, with 70 views. The video content shows a radio studio with hosts and microphones. The bottom screenshot shows a live stream titled "GASÔMETRO KISS FM TRANSMISSÃO AO VIVO" by RadioKissFMoficial, with 7,260 views and 7 people watching now. The video content shows a similar radio studio environment. Both screenshots include the YouTube interface with search, upload, and navigation buttons.

Fonte: YouTube (2015).

Ainda a particularidade do Gasômetro é a câmera escondida, bem acima das outras duas, como aquele olho que está onde não é visto. Esta é a câmera que predomina antes do programa começar, inclusive antes do apresentador entrar no

estúdio (figura 30).

Figura 30 - Câmera no canto superior do estúdio da rádio Kiss FM



Fonte: YouTube (2016).

Como já comentado, o programa alterna momentos musicais e momentos de conversa. Tudo isso sendo transmitido por três câmeras fixas em cantos superiores do estúdio. Diferente do Pretinho TV, que também é editado com mais de uma câmera, o programa Gasômetro é todo transmitido em HD.

Na existência do corte de câmera parece haver uma tentativa de quebrar a visão geral de uma única câmera para algo que começa a desenhar uma montagem temporal. Três planos, longos e composto por diversos elementos, enquadramentos/desenquadramentos únicos sem a aproximação da lente, cortes secos. Estas gramáticas parecem ser próprias de diversos radiovisuais. Esta experiência traz também, uma maior referência do apresentador em relação à

câmera. De maneira geral, a experiência do audiovisual e das transmissões ao vivo como um todo, tendem a inverter as relações entre câmeras e sujeitos criadas na TV e no cinema e inauguradas nas câmeras de seguranças e de *reality shows*. Dessa forma, voltei a flunar em busca de audiovisuais que pudessem mostrar outras potencialidades de composição. Na continuidade do processo cartográfico, cheguei em uma bifurcação de caminhos. O *site*, identificando uma tendência na busca de rádios com transmissão de vídeo, passou a sugerir mais duas formas diferentes que essas rádios têm de agir dentro do YT. Uma mais amadora e outra profissional. Dentre tantas opções, selecionei mais cinco experiências que ilustram de maneira mais completa o audiovisual no YouTube.

4.1.2.3 MAD Radio

Seguindo com a *flânerie* pelo YT, tivemos acesso a outros materiais audiovisuais, como a MAD Radio. Ela é parte de um complexo de emissoras de entretenimento jovem, tanto de rádio quanto televisão. Dentro dessa rede de canais de conteúdo existem emissoras de conteúdo aberto e fechado por assinatura. Essa rede é chamada de MAD TV por ter como carro chefe desse complexo um canal de televisão homônimo. Foi canal de televisão de música na Grécia, inaugurada em 6 de junho de 1996 e dirigida por Andreas Kouris. O audiovisual leva o nome de 1062madrádio.

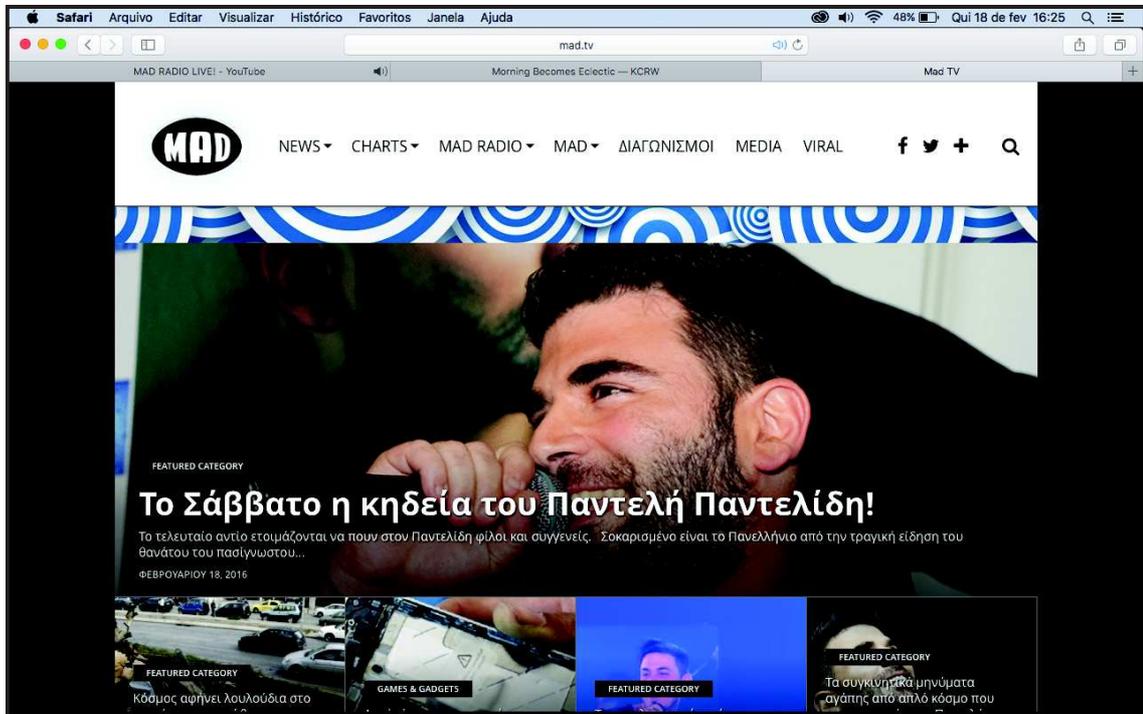
Segundo o *site* da emissora¹⁵, o público-alvo da MAD varia de 15 a 24 anos. Quase toda programação diária gira em torno da música pop, eletrônica e rock. Além da música, são abordados assuntos comportamentais juvenis. Os programas de notícias falam sobre o mundo da música, internet, jogos de vídeo, cinema, *shows*, entrevistas e documentários, sobre a cena musical grega e mundial. Em maio de 2000, MAD TV lançou o primeiro portal de música grega, que oferece a seus usuários informações complementares ao conteúdo da sua grade de programação (Figura 31). A MAD TV também oferece uma ampla gama de serviços B2C e B2B¹⁶ ao público: A MAD (serviço interativo) e música MAD (5 canais de

¹⁵ <http://mad.tv/mad-radio-106-2/>

¹⁶ De forma simples, B2B, B2C, C2C, B2G e B2E são nomenclaturas para definir qual é o tipo de estratégia de comunicação que uma empresa utiliza para fazer negócios. Em tradução livre do inglês, odemos considerar o seguinte: B2B (business to business) seria “empresa para empresa”; B2C (business to consumer).

áudio de música interativa), Loja MAD através do seu *site*.

Figura 31 - Portal da emissora www.mad.tv que reúne todos os endereços dos veículos do grupo MAD

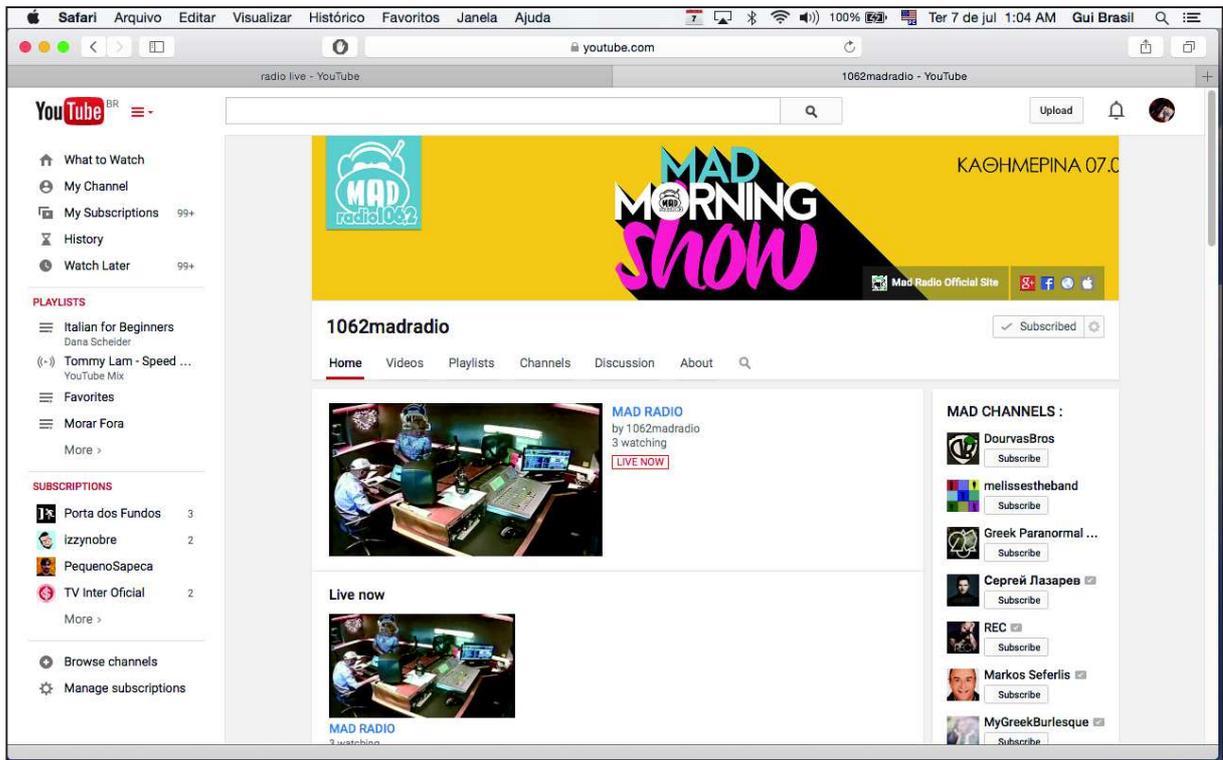


Fonte: www.mad.tv (2016)

As transmissões da MAD TV em Atenas acontecem no canal 68 UHF (de Mount Hymettus) e 20 UHF (do Monte Parnitha), e 20 de UHF em Salónica. MAD também é retransmitida através de várias estações de televisão locais e regionais na Grécia, além de espelhar parte da sua programação televisiva e radiofônica para o YT.

A MAD Radio, tem toda sua programação transmitida ao vivo no YouTube. 24 horas por dia. Isso acontece com apenas uma câmera no canto superior do estúdio. Hoje o canal conta com quase 62 mil inscritos (figura 32).

Figura 32 - Capa do canal MAD Radio



Fonte: YouTube (2015).

Desde 2012 a rádio tenta fazer experimentações de vídeo dentro do YouTube com chamadas para *shows* locais, entrevistas e vídeos amadores mostrando os bastidores da rádio. Em todos os programas da grade o radialista assume a função de locutor, âncora e operador de áudio, comandando o programa e recebendo entrevistados durante todo o processo. Porém, ao longo dos anos, é perceptível uma constante mudança na posição da câmera em relação a que está hoje. Por exemplo, em 2012, a câmera ficava na parte superior do estúdio, mas era ainda mais de costas para o âncora. O posicionamento revelava o “aquário” do estúdio da rádio (figura 33). Mostrava a porta de entrada e ainda era possível perceber a redação da rádio mais ao fundo. Mostrava também um logo da rádio no canto inferior direito. Uma prática muito parecida com a de emissoras de televisão e, como vimos, do radiovisual Pretinho TV.

Figura 33 – Transmissão de programa na MAD Radio em 2012



Fonte: YouTube (2016)

Já em 2013, a posição da câmera passou a revelar um pouco mais dos apresentadores e dos entrevistados. Com um tipo de lente chamada “grande angular”, normalmente usada pelo cinema para aumentar a amplitude lateral de captação, o enquadramento consegue revelar lateralmente o âncora e frontalmente o entrevistado. O uso dessa lente é acusado pela distorção que ela causa nas laterais da imagem (Figura 34).

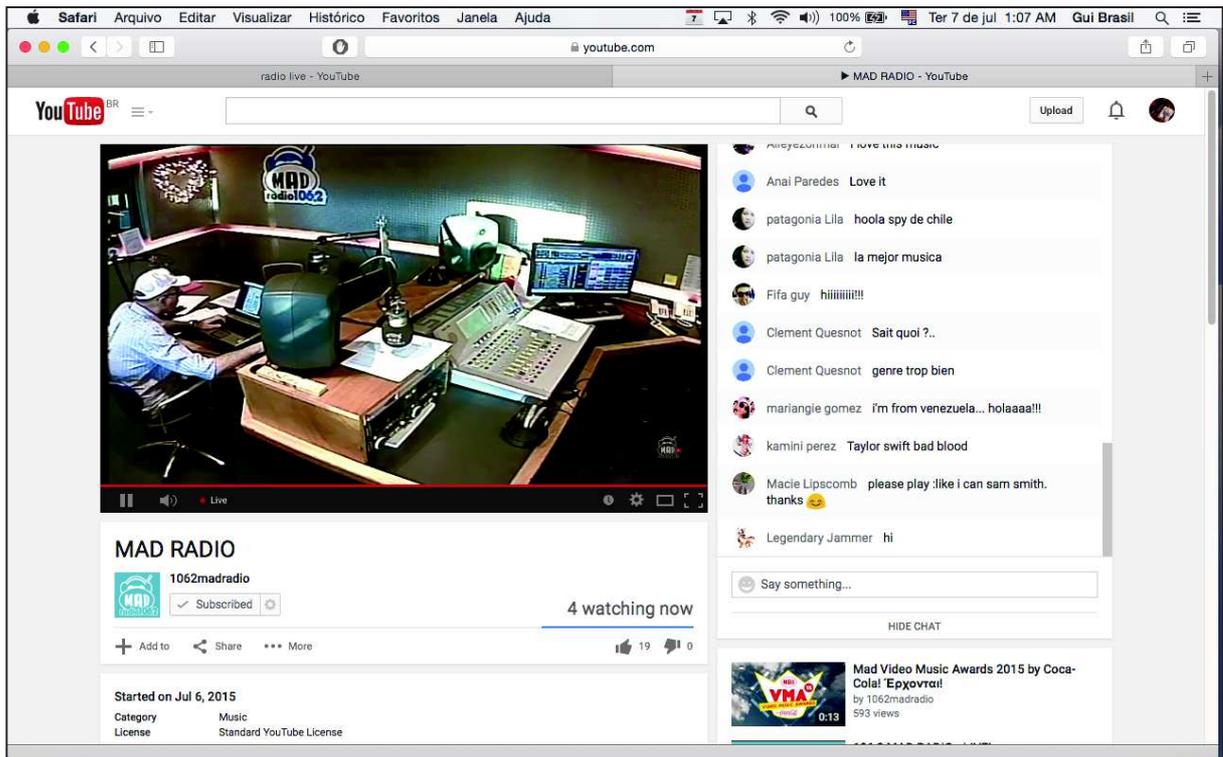
Figura 34 - Transmissão de programa na MAD Radio em 2013



Fonte: YouTube (2016)

Já em 2014, a posição da câmera passou a ser fixa e no alto do estúdio. Está localizada no canto superior esquerdo do estúdio, em um ponto alto, com um plano geral que vê o operador de perfil (Figura 35). Hoje, o enquadramento, localização e imobilidade da câmera, assim como a falta de interação com ela lembram muito uma câmera de segurança.

Figura 35 - Transmissão ao vivo Mad Morning Show 1



Fonte: YouTube (2015).

A câmera de segurança é algo bastante recorrente que mencionamos de passagem nas experiências anteriores e aprofundamos aqui. A câmera de segurança ganhou, nos últimos anos um certo protagonismo em diversos âmbitos da sociedade contemporânea e, justamente por isso um certo estatuto midiático. Muitas vezes em casos de acidentes ou assaltos, por exemplo, a mídia só conta com as imagens produzidas por estas câmeras e elas são veiculadas por telejornais. Há nelas quase um enunciado de um olho que vê nos lugares e momentos em que o olho humano não consegue ver. Essa câmera foi ressignificada no interior dos *reality shows*, como uma câmera de vigilância e voyeurismo.

A pequena câmera que tudo vê ganhou espaços diferentes dos que seu objetivo fim a destinava. Mas, muitas vezes as imagens veiculadas nas mídias profissionais imitam a câmera de segurança como recurso estético que enuncia determinados sentidos. Nos dias atuais, a dinâmica do espaço urbano se tornou um local recheado de tensões, nas quais a ampliação da presença dos dispositivos tecnológicos de vigilância passou a ser vista como uma questão capaz de provocar novos tipos de sociabilidade. No cenário das grandes cidades, percebe-se a

articulação constante entre medo e controle. Assim, os espaços não vigiados e desconhecidos são vistos como locais dominados pelo ilícito e, sobretudo, pela violência. O dispositivo de vigilância mais evidente, no ambiente urbano das sociedades contemporâneas, são as câmeras de vídeo-segurança.

De acordo com Bruno, Firmino e Kanashiro (2010), as câmeras de vigilância são capazes de estabelecer a existência de dois territórios distintos: um interior seguro e um exterior ameaçador. Nesse sentido, as câmeras atuam como um mecanismo de controle social e como uma demarcação visual e psicológica de limites pré-estabelecidos. Daí emergiu o argumento dos autores sobre a vigilância como desenvolvida, no decorrer dos últimos vinte e cinco anos, numa tentativa de estabelecer mecanismos de proteção ao risco, mesmo que para isso fosse preciso invadir a privacidade de indivíduos e/ou grupos sociais.

Para Brasil (2004), o que nossa atualidade traz de novo em relação ao regime de visibilidade moderno é sua intensificação, através da associação quase imediata, instantânea, entre imagem e informação. Traduzida imediatamente em informação, a imagem é esvaziada de toda virtualidade, aquilo que nela há de invisível, inaudito e inapreensível. As tecnologias de controle e vigilância, aliadas ao tele-voyeurismo planetário, restringem a imagem a exercer, única e exclusivamente, uma função social, abandonando suas funções políticas e estéticas e “substituindo as possibilidades de beleza e pensamento por poderes inteiramente outros” (DELEUZE APUD BRASIL, 1992, p.92).

Instrumentalizadas pela comunicação, tornadas pura informação, as imagens podem assim participar, estrategicamente, dos atuais dispositivos da sociedade de controle (estejam eles a serviço do estado, do marketing ou do espetáculo). (...) Ao se reduzir à sua forma-informação, traduzida antes por um modelo digital, a imagem, que já permitia a extrema transparência do espaço global, ganha maleabilidade e instantaneidade necessárias para a simulação do futuro, para dar visibilidade, no presente, a seus quase-objetos, às suas ações e cenários possíveis. (BRASIL, 2004, p.8)

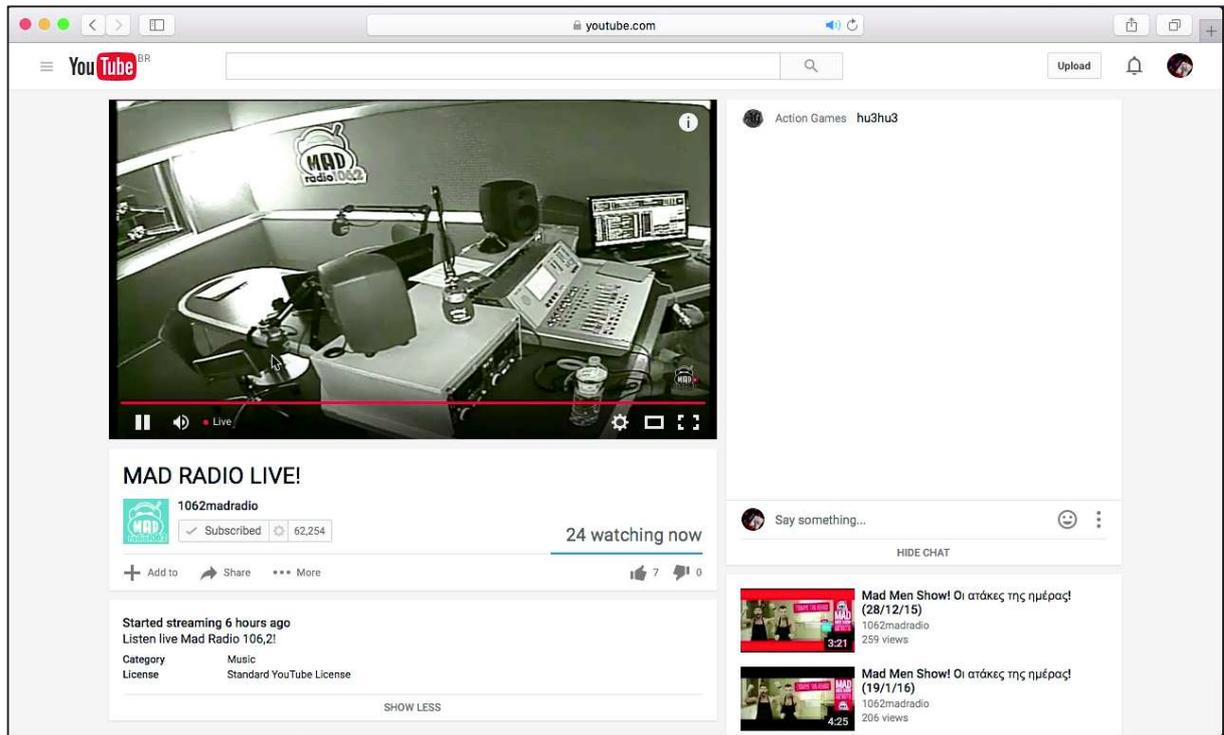
Assim, circuitos internos de televisão, câmeras de vídeo-segurança, sensores de presença e movimento, geolocalização por satélite, redes sociais digitais, mídias locativas, sistemas de busca *online*, entre outros aparatos tecnológicos, são apenas alguns dos elementos constituintes de uma rede de coleta e armazenamento de informações referentes às ocupações, preferências e ações comportamentais de indivíduos e/ou grupos sociais. Para Suzana Kilpp (2004) há olhos e olhares

explicitados nos panoramas televisivos dos *reality shows*, assim como há buracos de fechadura, câmeras de TV e monitores de vídeo, numa aparente simetria enunciativa entre eles. Estão todos associados ao voyeurismo televisivo, mas uns mais que outros. “Os diferentes *reality* olhares, devidamente moldurados, produzem enunciações bastante diversas sobre o voyeurismo, o voyeurismo televisivo e a própria televisão. “ (KILPP, 2004, pg.11)

Se na televisão e particularmente nos *reality shows*, as câmeras escondidas e os espelhos colocam o espectador como um *voyeur* que espia pelo buraco e câmera que vigia o espaço que ela enquadra, no YouTube e particularmente no radiovisual, a vigilância, o voyeurismo e o próprio enquadramento se enuncia de outra forma. Se nos *reality shows* o espectador vigia e pune com a exclusão de alguns sujeitos do quadro/tela televisiva, no radiovisual, as câmeras de vigilância se enunciam menos como punidores e mais como onipresentes, oniscientes. Por outro lado, o usuário *voyeur* é aquele que vê em tempo real o estúdio de rádio e pelo *chat* da interface se comunica com quem está dentro do estúdio. Esse tempo ao vivo toma outro rumo, diferente do da TV e o rádio, um tempo ao vivo enunciado em muitas direções do estúdio ao usuário e do usuário ao estúdio e a diversos *links* que lhe são oferecidos.

Ou seja, a partir desse vínculo que a imagem cria com a informação e de como as novas mídias passam construir o audiovisual, não apenas percebemos o processo de audiovisualização da cultura já comentado, mas também, nos leva a pensar como as câmeras estão de algum modo reciclando sentidos de outros âmbitos da cultura e estendendo-os ao audiovisual da *web*, particularmente ao radiovisual. Sentidos de delimitação de um interior e um exterior e de um território ao qual qualquer usuário *voyeur* pode ter acesso são sugeridos nos modos de construir o radiovisual.

Figura 36 – Estúdio da MAD Radio transmitido 24 horas

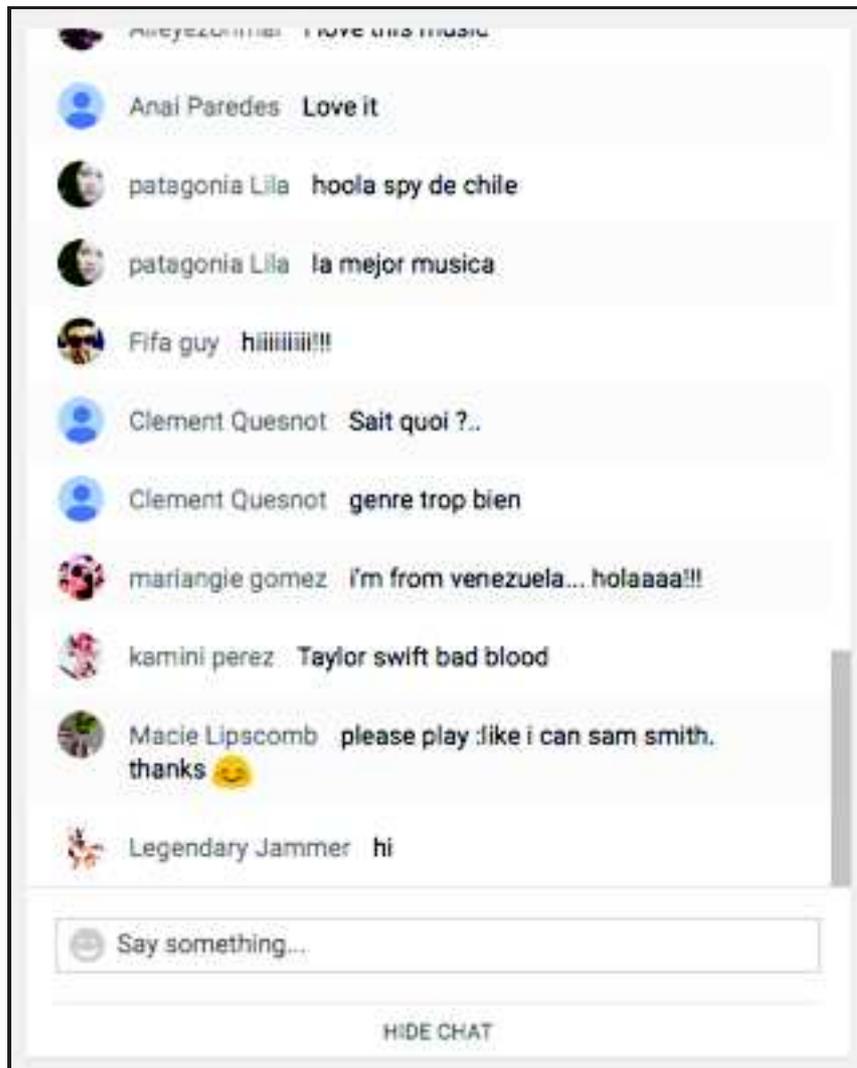


Fonte: YouTube (2016)

Voltando ao radiovisual da MAD, as pessoas entram e saem do estúdio, e não estão preocupadas em seguir nenhum tipo de padrão de transmissão específico, apenas continuar a rotina da redação e continuar as transmissões da rádio. Estas imagens parecem estar tensionando certos limites de programação/intervalo, no ar/fora do ar; bastidores/cenários próprios do rádio e da televisão (figura 36). A maneira como sentidos de vigilância e voyeurismo são construídos na transmissão desse material acaba naturalizando essas distâncias como uma grande transmissão sem cortes nem diferenciações que captura tanto os momentos mais formais como os que não são produzidos para serem enquadrados por microfones ou grandes câmeras.

No caso da MAD, consegui perceber algumas interações entre usuários do canal na janela de bate-papo. Normalmente esses usuários entram no *chat* falando o seu país de origem (Figura 37) e logo depois começam a comentar se gostam ou não da música que está tocando ou repercutem coisas ditas pelo âncora.

Figura 37 - Chat da transmissão ao vivo da MAD radio



Fonte: YouTube (2016)

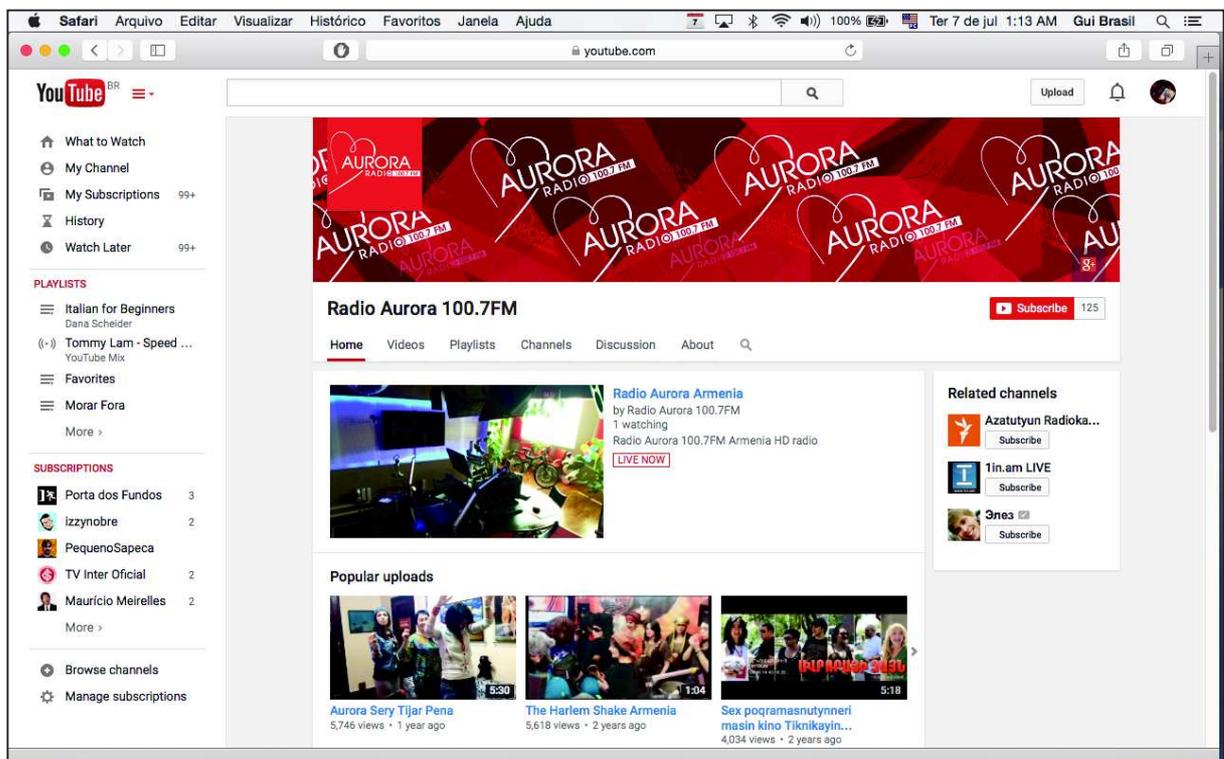
Os usuários desse canal passam a interagir diretamente com a programação, comentando as músicas, as entrevistas e os acontecimentos que aparecem no vídeo. Esse modo de interagir entre usuários e vídeo nos leva a retomar o falado anteriormente sobre a construção do ao vivo. Para fazer com que tantos elementos na interface sejam harmônicos em uma composição, o *player*, os comentários, o bate-papo, o vídeo, a moldura do próprio YouTube, nos remete a montagem espacial de Manovich (2001), já que os elementos passam a se acumular na interface enquanto a narrativa audiovisual progride. Neste caso, a montagem espacial parece se organizar em torno do vídeo ao vivo que se estende para além de seu limite no bate-papo ao vivo. Olhar aquilo que só a câmera vê é quebrar não só a parede dos estúdios, mas as paredes que escondem os *voyeurs* e criando

dessa forma, uma relação direta entre quem vê e quem é visto. Logo, a janela do *chat* acaba ganhando relevância nesse processo de transmissão, pois é a partir dela, que essa interação entre os elementos se manifesta mais explicitamente.

4.1.2.4 Aurora Armenia

Nessa mesma rua de materiais, encontrei a rádio Aurora Armenia. Nesse radiovisual o estúdio da rádio lembra muito a sala de uma casa. O canal dessa rádio existe desde agosto de 2010 e transmite 24 horas por dia a sua programação. A emissora está localizada geograficamente na Armênia e tem como base da sua grade programas de cultura jovem, música eletrônica e notícias. É uma emissora que funciona pelo dial de antena 100.7FM e faz parte das suas transmissões também *online*.

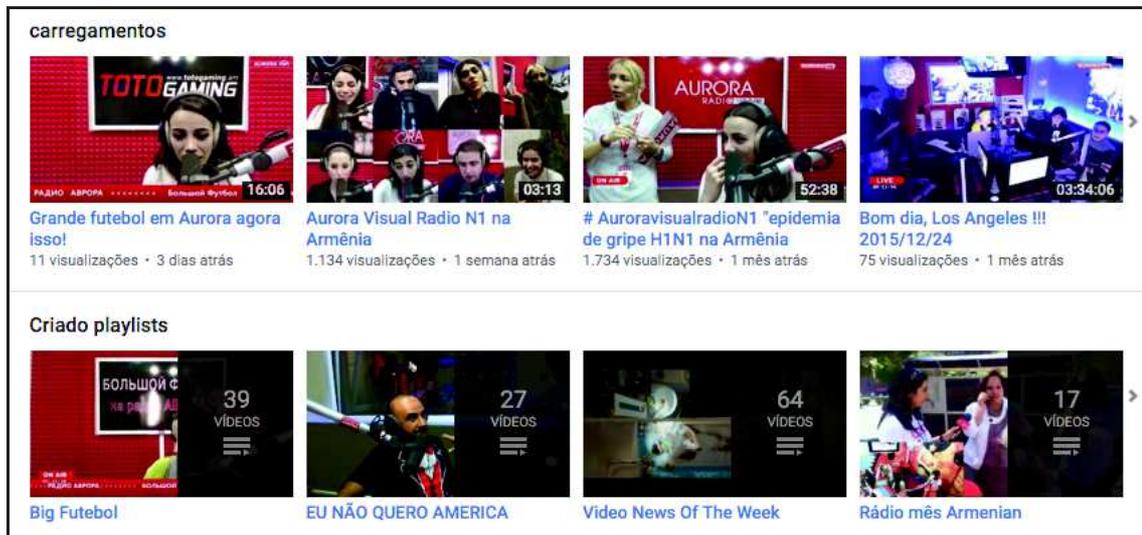
Figura 38 - Capa do canal Rádio Aurora Armenia



Fonte: YouTube (2015).

Hoje, os programas transmitidos ao vivo são poucos, apenas os de esporte, notícias, um debate no formato mesa redonda chamado “Bom Dia, Los Angeles”. Infelizmente por falta de informação, não consegui encontrar a razão de uma rádio Armênia, em idioma russo, ter um programa chamado “Bom Dia, Los Angeles”. O canal/usuário deste radiovisual é Rádio Aurora 100.7FM (figura 38).

Figura 39 - Biblioteca de vídeos da rádio Aurora Armenia traduzida para o português



Fonte: YouTube (2016)

Assim como os demais radiovisuais, ele respeita alguns padrões de construção do próprio YT. Porém, diferente das outras transmissões analisadas aqui, o uso do *chat* durante a transmissão foi muito mais intenso. A janela era constantemente preenchida com mensagens enormes. A rádio intensifica a inscrição do ao vivo nas suas transmissões colocando o sinal de “live” no canto inferior esquerdo do vídeo (Figura 40). Além da indicação da qualidade da transmissão no canto superior direito “Aurora HD”.

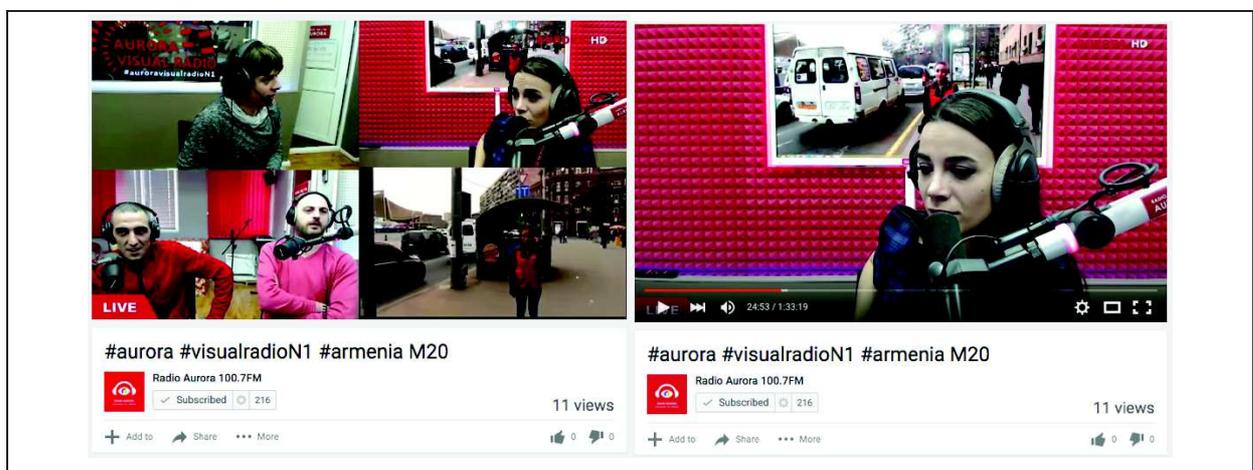
Figura 40 - Transmissão ao vivo do canal *Radio Aurora*



Fonte: YouTube (2016).

São cinco câmeras de transmissão sendo que uma delas também está localizada num dos cantos superiores do ambiente. As outras quatro estão localizadas no centro da mesa dos microfones. Elas são usadas separadamente ou formando composições, somando duas ou quatro imagens (figura 41). Os programas intercalam notícias e músicas e durante todo o dia as câmeras continuam nas mesmas posições transmitindo o estúdio. Assim como no radiovisual anterior, pessoas entram e saem do ambiente, sem se preocupar com a transmissão ao vivo.

Figura 41 - Transmissão da Rádio Aurora Armenia



Fonte: YouTube (2015).

Uma das diferenças entre esse radiovisual e o da MAD *Radio* é a qualidade da transmissão. Todo o vídeo é captado e transmitido em HD. Basicamente, são usados três planos: o plano geral, o plano médio e o plano fechado. O plano geral sempre na câmera alta, com a composição que lembra câmeras de vigilância, o plano médio quando duas pessoas compõem o quadro e o fechado quando apenas uma pessoa compõe o quadro. Ainda existe um outro elemento importante: o externo. Uma câmera fica fixa na rua, em um ponto da cidade, onde um repórter entra ao vivo, participando da conversa da mesa do estúdio. O tempo de permanência desses planos lembra muito o corte do radiovisual do Pretinho TV. Ele é constantemente guiado pela voz dos participantes. Quando alguém fala, o corte mostra quem está falando. Dessa forma, o tom da discussão acaba determinando quanto tempo cada quadro fica no ar. Pensando a composição do vídeo desse rádio visual, também percebemos que os participantes da transmissão não olham diretamente para a câmera. Mesmo com a câmera enquadrando-os frontalmente, os

participantes continuam olhando um para o outro, dando a mesma sensação do olhar oblíquo já descrito no Pretinho TV. A exceção é a repórter que fala da rua. Esse enquadramento é, além de frontal, é geral e a repórter fala diretamente olhando para a câmera. Uma inscrição muito clara da TV usado o vídeo (figura 42).

Figura 42 - Repórter da *Radio Aurora* falando de um ponto da rua

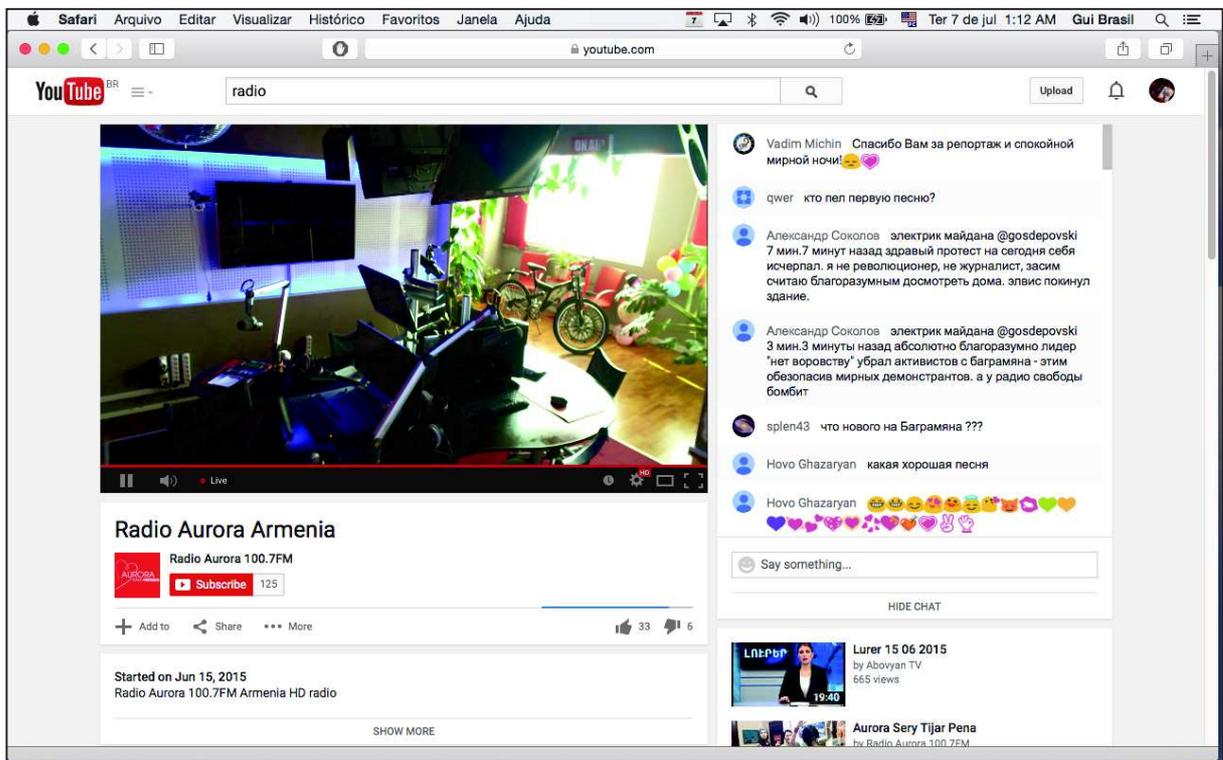


Fonte: YouTube (2016).

Outra diferença entre o audiovisual da MAD e da Aurora, é que o primeiro, depois de transmitir, apaga seus vídeos, enquanto a rádio armênia mantém suas transmissões na sua lista de vídeos, sempre sugerindo programas de sua grade. Isso reforça o que abordamos da construção do ao vivo na MAD RADIO e reforça também um certo enunciado tão próprio da *web* e do YouTube de arquivo, memória audiovisual. O “ao vivo” da *Radio Aurora Armenia*, também permite o bate papo entre seus usuários do lado do *player* de vídeo. A rádio é mais antiga que a primeira,

esteticamente muito mais preocupada com as montagens: enquadramentos, iluminação do estúdio, composição de elementos gráficos na transmissão, disposição das pessoas na tela, etc, tecnicamente mais avançada pela qualidade de captação das câmeras (alta resolução de imagem para o usuário), mas tem somente 216 inscrições e um total de 3,5 mil visualizações durante todos esses cinco anos de existência.

Figura 43 - Transmissão ao vivo Rádio Aurora Armenia



Fonte: YouTube (2015).

Os tempos mortos nesse audiovisual aparecem também. Eles provocam, assim como no Pretinho TV o tensionamento entre o ao vivo e bastidores. Também acontecem durante o intervalo. Durante os programas, dois momentos são comuns nos intervalos entre os blocos. É usada a câmera alta com o plano geral ou a câmera que está transmitindo da rua. Em ambos os casos o áudio da rádio continua sendo transmitido em cima da imagem (figura 43).

4.1.2.5 KEXP Radio

Seguindo com minha experiência de *flâneur* selecionei dois audiovisuais em um primeiro momento (Kink Radio e KEXP). Depois de olhar esses materiais, percebi que o YT repetidamente sugeria um terceiro (KCRW), então, resolvi investigar.

Segundo o *site* da emissora, a KEXP (90,3 FM) que é uma estação pública de rádio com sede em Seattle, Washington, especializada em música alternativa e *indie rock*. As bases para a estação que acabaria por se tornar KEXP começou em 1971, na Universidade de Washington com os estudantes John Kean, Cliff Noonan, Victoria Fiedler, e Brent Wilcox. A rádio começou com o nome de KUOW-FM (94.9).

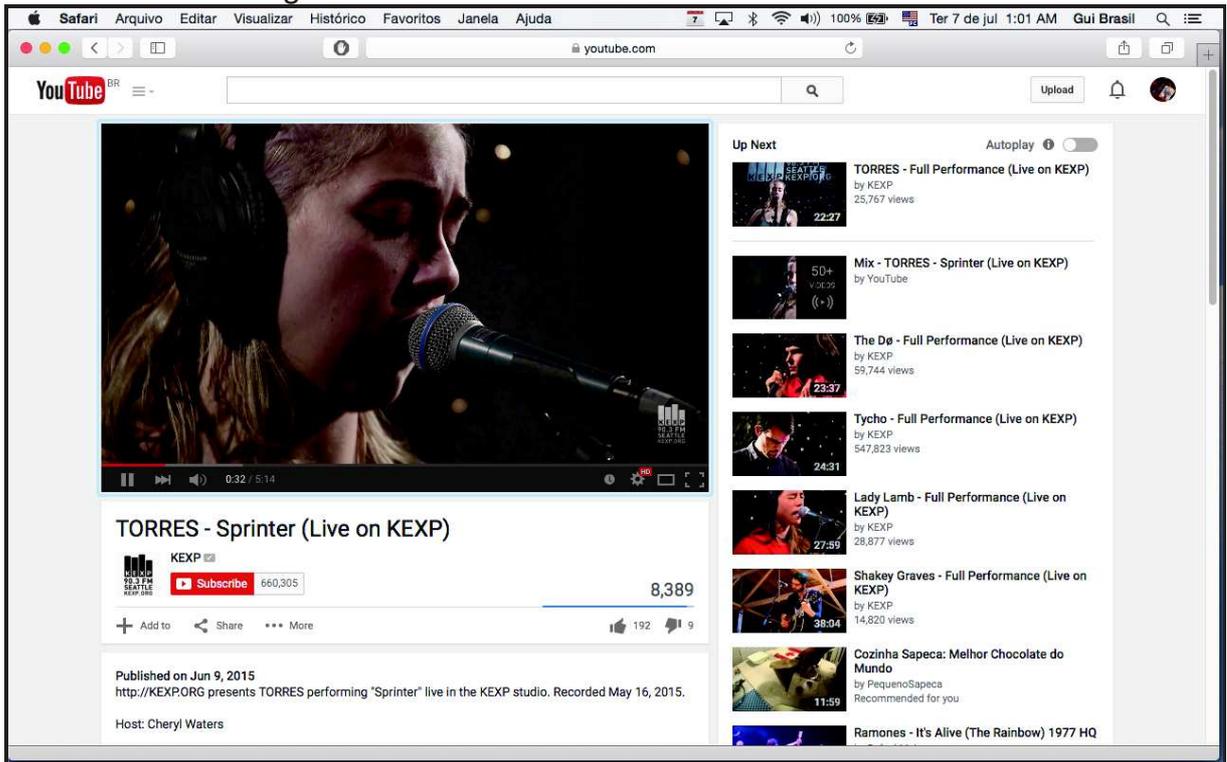
Em 2001, uma parceria foi formada entre Paul Allen's e a Experience Music Project e KEXP, que forneceu a estação apoio operacional significativo por vários anos. A estação é agora operada de forma independente por “amigos de KEXP”, uma fundação de voluntários ligada a universidade.

Na maioria de sua programação, KEXP transmite uma mistura de estilos de rock alternativo. A estação também apresenta programas especiais semanais dedicados a determinados gêneros, incluindo *rockabilly*, *blues*, *hip hop*, eletrônica, *punk* e *country*. Ao vivo, em estúdio, performances de artistas são também regularmente apresentados, tanto do dial da rádio quanto *online*, pelo YT.

Custos de streaming da KEXP são cobertos pela Universidade de Washington (UW), que também fornece a maior parte da tecnologia de Internet utilizado pela estação. Segundo o *site* da universidade, a rádio é, muitas vezes, um campo de testes para o departamento de computação e comunicação da universidade. Além disso, taxas de licenciamento de música são cobertos pela filiação da estação com a “*National Public Radio*”.

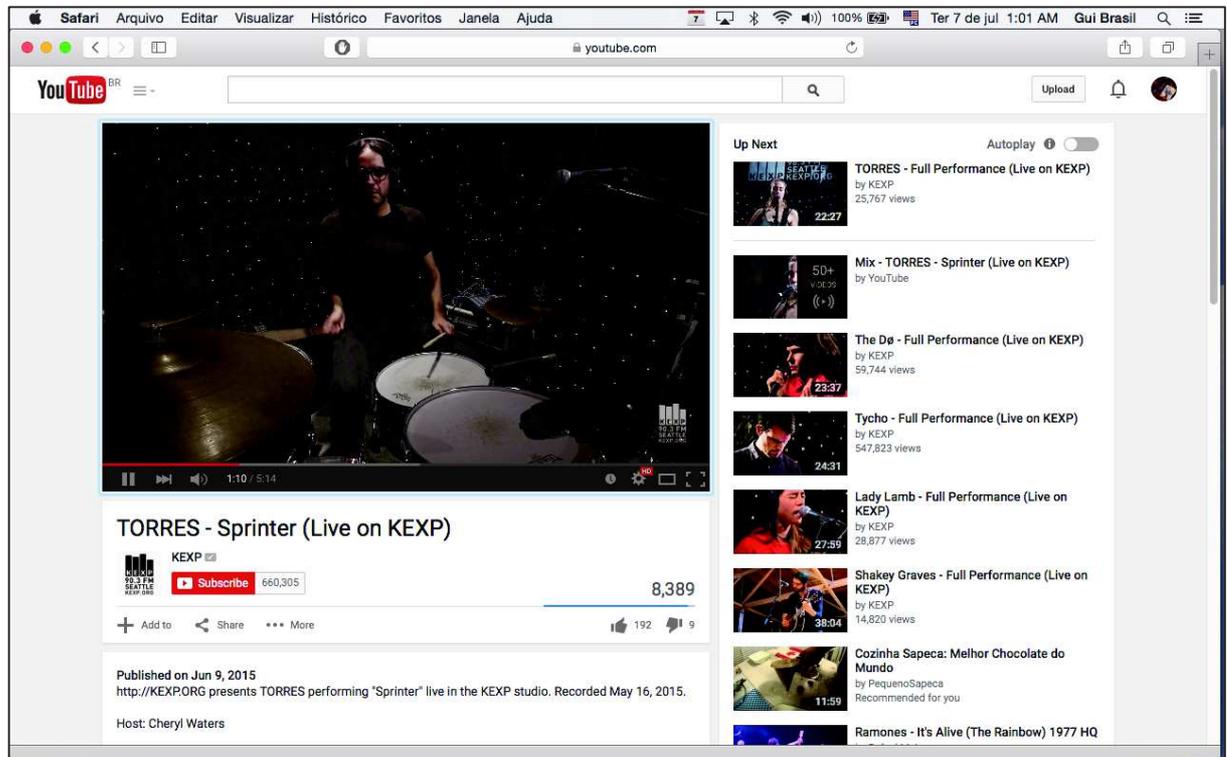
A emissora propõe *shows* dentro dos seus estúdios e faz essas transmissões ao vivo pelo seu canal no YT. Depois de transmitidos, esses materiais são divididos por músicas e armazenados no banco de dados do *site*. Todos esses pequenos vídeos acabam sendo compartilhados pelos usuários como uma série de vídeo clipes. São construções diferentes de um *show*, pois, carregam a assepsia de áudio de um estúdio de gravação, mas, ao mesmo tempo, também trazem a espontaneidade de uma apresentação ao vivo.

Figura 44 - Transmissão do canal da Rádio KEXP



Fonte: YouTube (2015).

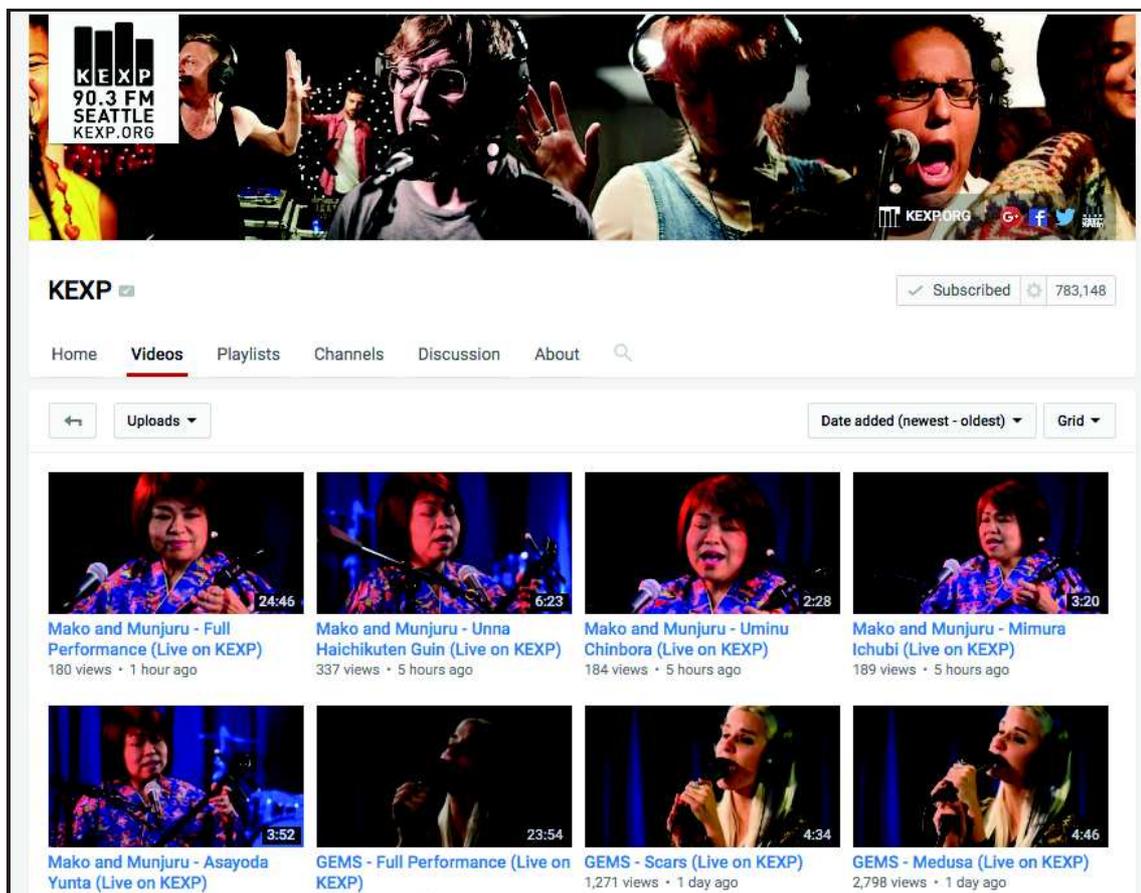
Figura 45 - Transmissão do canal da Rádio KEXP



Fonte: YouTube (2015).

Durante a observação dessa rádio percebi que ela não habilita a aba de *chat* do *site* e mantém, dessa forma, a configuração tradicional do YT para as captações ao vivo. Porém, ela permanece com os mesmos elementos no *player* para indicar o ao vivo, fortalecendo essa marca no título dos vídeos. Ao fim da transmissão a KEXP não disponibiliza somente as apresentações inteiras das bandas (figura 46). São editados pequenos videoclipes dessas apresentações e cada um ganha um destaque dentro da barra de sugestão de vídeos do canal no YouTube. Normalmente esse destaque é diretamente proporcional a sua data de captação, quanto mais novo, mais destaque.

Figura 46 - Biblioteca de vídeos da KEXP



Fonte: YouTube (2016)

A rádio também deixa os ícones na base da captação para navegação para fora do YouTube, fazendo *link* direto com as redes sociais da rádio e do *website*.

Diferente de outras rádios do mesmo seguimento, a KEXP investe somente

em *shows*. Não faz nenhum tipo de chamada para os programas da grade, não promove eventos, não usa vídeos de publicidades. Ela se dedica apenas para as apresentações das bandas. Normalmente, essas apresentações acontecem dentro de programas de seguimentos musicais relacionados ao que a banda toca. Quando o material ao vivo passa como vídeo gravado, para o YT, ele não recebe o nome do programa, mas sim o nome do artista e a música referente ao vídeo (figura 47).

Figura 47 - Transmissão do canal da Rádio KEXP



Fonte: YouTube (2016)

Mesmo com um tipo de luz bem direta sobre os músicos e um estúdio em comum para todos os programas, com um grande logo da rádio ao fundo, os produtores dessas apresentações tentam fazer mudanças conceituais nessas apresentações para diferenciar um pouco cada artista. Às vezes, um *DJ*, sozinho no palco (figura 49), ganha uma iluminação diferente, às vezes uma banda experimental ganha uma luz de projeções em cima dos integrantes para um efeito diferente (figura 48).

Aqui claramente a câmera deixa de ter o lugar imóvel e preponderante dos

outros audiovisuais, não é a cena recortada pela câmera e sim a câmera que se adapta àquela cena com suas lógicas de enquadramentos, lentes que aproximam e afastam, primeiros planos, planos médios e de conjunto.

Figura 48 - KEXP fazendo projeções de luzes nos músicos durante a transmissão



Fonte: YouTube (2016)

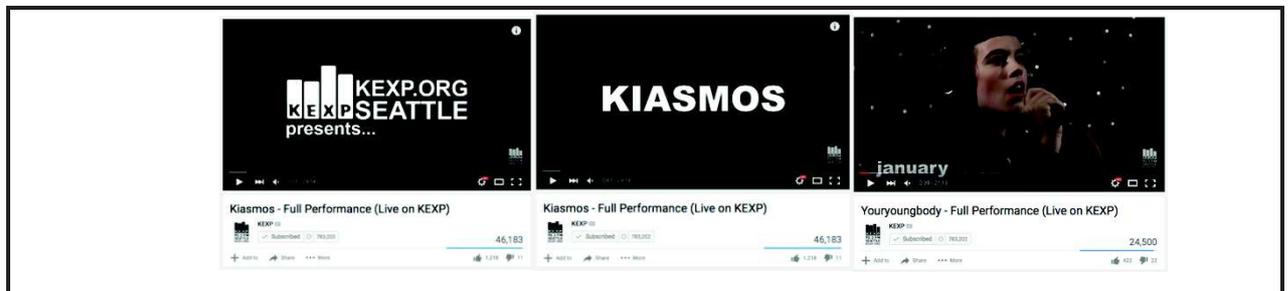
Figura 49 - Dj se apresentando ao vivo na KEXP



Fonte: YouTube (2016)

Além das apresentações, a rádio conta com um grupo de âncoras especializados em cada um dos estilos tratados. Dessa forma, no início, no meio e no final da apresentação, esses âncoras entram no ar para introduzir, entrevistar e fechar a apresentação de cada uma dessas bandas. Dessa forma, os ouvintes da rádio podem se situar na ambientação da apresentação. Com um selo da rádio, todos os materiais têm a mesma formatação, inicia com um fundo preto, entra em *fade* o logo da rádio, a voz do âncora em “*off*” e o início da apresentação. Toda apresentação inicia, também, com um *lettering* com o nome da banda e o nome da música no canto inferior direito (figura 50).

Figura 50 - Sequencia de frames da KEXP com vinheta e lettering



Fonte: YouTube (2016)

Essa apresentação de *letterings* iniciais parece ser um caminho intermediário entre as vinhetas de programas de televisão e os *letterings* iniciais de um filme cinematográfico, com apenas uma tela preta e um logo. Uma tela preta e um texto em branco. Como os créditos iniciais de um filme ou finais de um programa de televisão. Porém, tão elementares quanto o texto inicial de *Le Voyage dans la lune*, de Georges Méliès, em 1902 (figura 51). Como foi apontado na descrição da rádio, a KEXP é hoje um espaço experimental para o departamento de tecnologia e comunicação da universidade de Washington, e isso pode ser um terreno fértil para diferentes linguagens dentro do YouTube.

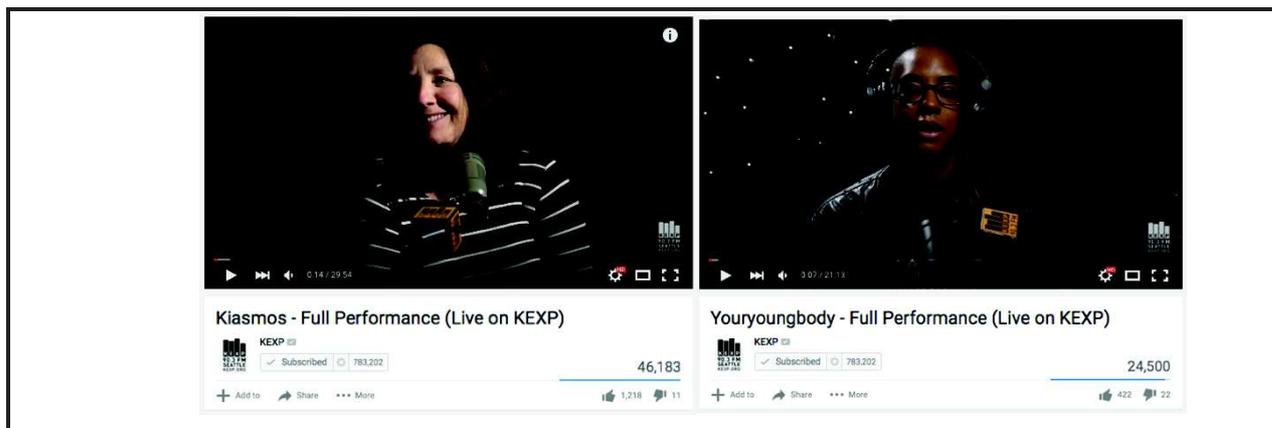
Figura 51 - Lettering inicial do filme "A Trip to the Moon" de Méliès



Fonte: YouTube (2016)

Além dessas características audiovisuais, analisando diversos materiais do canal, percebi que o âncora não tem uma regra para se dirigir aos espectadores e ouvintes. Alguns olham diretamente para a câmera enquanto mediam a entrevista e conduzem as apresentações, outros, acusam aquele mesmo olhar perpendicular do cinema, evidenciando uma montagem muito característica de filmes (figura 52). Esse audiovisual não permite o *chat* durante as transmissões.

Figura 52 - Âncoras olhando para diferentes direções

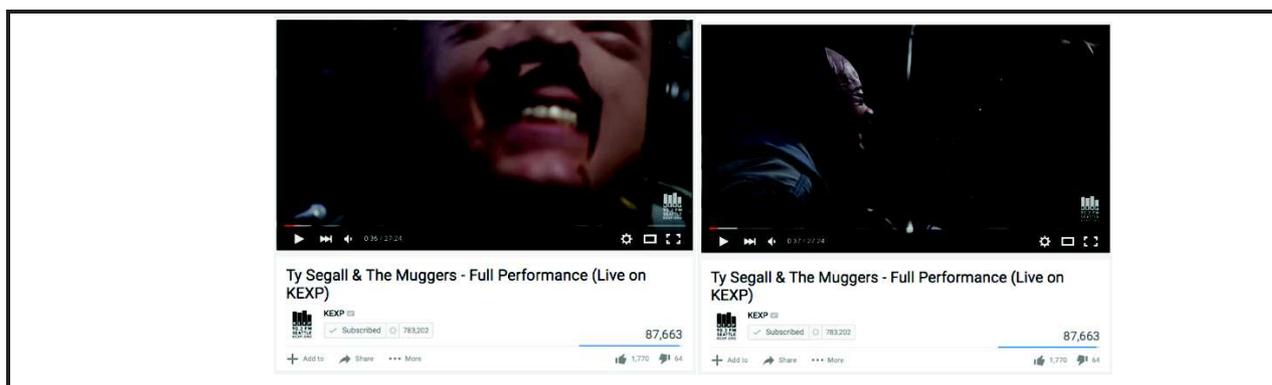


Fonte: YouTube (2016)

Normalmente, o fato de apresentador olhar para a câmera e falar “diretamente” com quem está assistindo a transmissão ao vivo, acentua sentidos produzidos do ao vivo televisivo. O cinema, com o olhar oblíquo próprio da ficção, conforme já comentado, entende muitas vezes o olhar direto ao espectador com uma anomalia já que em um primeiro momento ele causa um estranhamento pela quebra na narrativa. Nesses casos, o espectador é surpreendido quando o olhar do ator para câmera o coloca na cena, fazendo com o ele deixe de ser um simples *voyeur* e passe a fazer parte da cena.

Em um dos materiais analisados, encontrei artistas que saem do local de captação programado e invadem o *backstage* do estúdio da rádio, revelando as câmeras e os aparatos de som. Como na figura 53, o vocalista da banda, por não respeitar os limites de captação das câmeras, se movimenta pelo estúdio revelando toda cena e o aparato de captação.

Figura 53 - Música invadindo espaço e contra-plano revela câmera



Fonte: YouTube (2016)

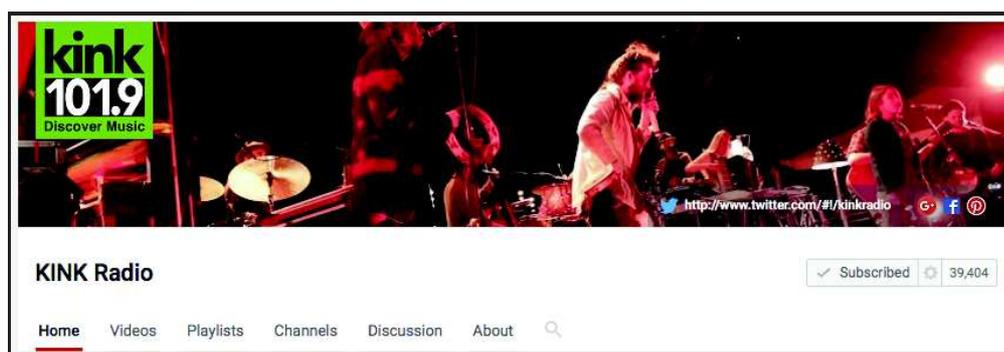
Acredito que, diferente das outras experiências que vimos até agora, o fato da janela de *chat* estar desabilitada, esse tipo de audiovisual constrói outro tipo de relação com o usuário. Não a direta, como vimos nas anteriores, mas essa janela criada pelas câmeras para dentro do estúdio, se evidencia quase como a experiência de estar em um *show* da banda que está se apresentando. O usuário do YouTube tem um certo ineditismo por ter acesso ao mesmo ambiente onde os artistas estão, mas como em um *show*, seu acesso até a banda é restrito. Logo, como esses materiais são armazenados separadamente no YT depois que o vivo acaba, a construção da narrativa do usuário está bem mais relacionada a sequencia criada por esses vídeos, do que o próprio vivo em si.

4.1.2.6 KINK FM

Outro audiovisual cartografado foi o da Kink FM (figura 54). É uma rádio comercial americana localizada em Portland, no estado de Oregon. A estação começou suas transmissões no Natal de 1968. Na grade de programação da Kink toca uma grande variedade de música, incluindo rock alternativo, pop, blues e new age. A rádio também possui muitos programas especiais, alguns dos quais estão em vigor há muitos anos. Como por exemplo o programa “*Lights Out*”, uma produção que ocorre a noite, apenas de música instrumental que começou em 1973.

Nos últimos anos, a Kink expandiu suas apresentações musicais ao vivo. O *Kink Live Performance* reúne artistas e ouvintes no estúdio da rádio e transforma o local em uma sala de concertos. Estas sessões são transmitidas ao vivo pela rádio, assim como no seu canal no YT e no seu *website*.

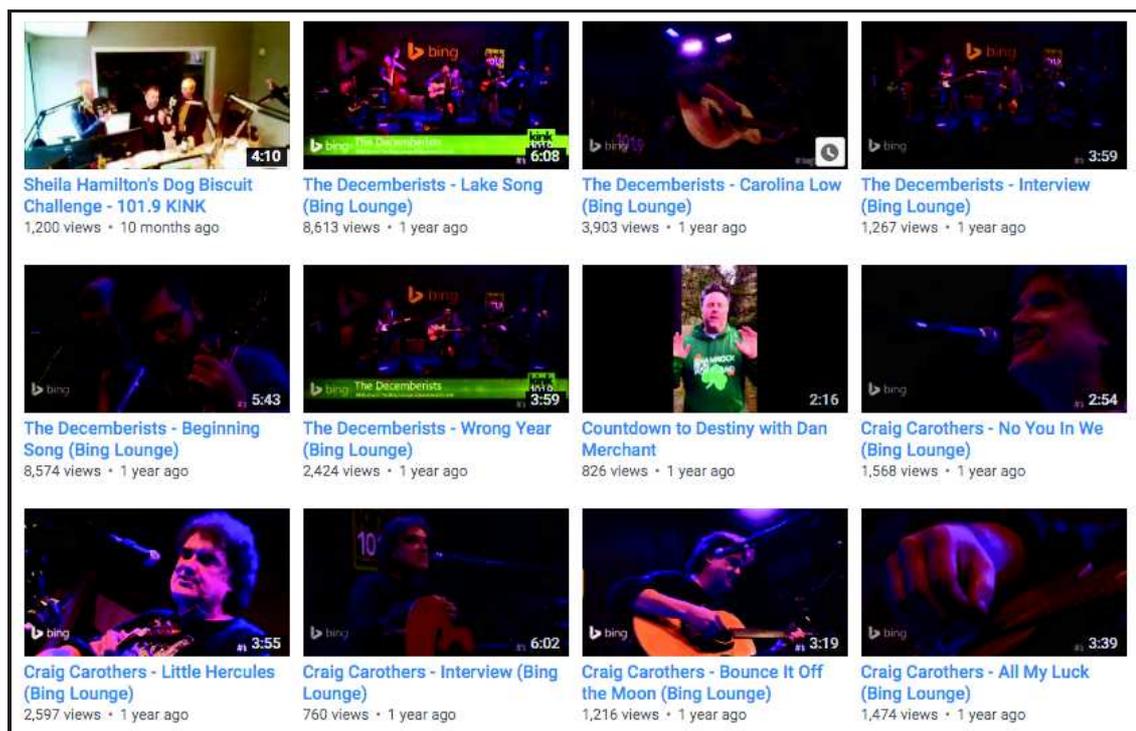
Figura 54 - Capa do canal do YouTube Kink Radio



Fonte: YouTube (2016)

A rádio tem como seu produto principal no canal do YT as apresentações ao vivo do projeto *Kink Live Performance*. Além desses materiais, ainda existem vídeos de chamadas de programas e algumas entrevistas que foram gravadas dentro do estúdio (figura 55).

Figura 55 - Biblioteca de vídeos do canal da rádio



Fonte: YouTube (2016)

O canal começou a ser construído em 2007. Os primeiros vídeos estão datados de maio desse mesmo ano, porém, é impossível precisar o ano em que as transmissões ao vivo começaram a acontecer, já que o YouTube não guarda essa informação na descrição dos materiais. Hoje, o canal transmite em HD e tem uma alta qualidade de áudio para uma transmissão ao vivo, porém, nas primeiras gravações, tudo tinha um aspecto extremamente amador (figura 56). O material era tremido, as entrevistas aconteciam na sala de espera da rádio, às vezes dentro do estúdio também. Não existia uma unidade visual entre os vídeos e o acabamento era extremamente precário.

Figura 56 - Primeiras transmissões do canal Kink *Radio*

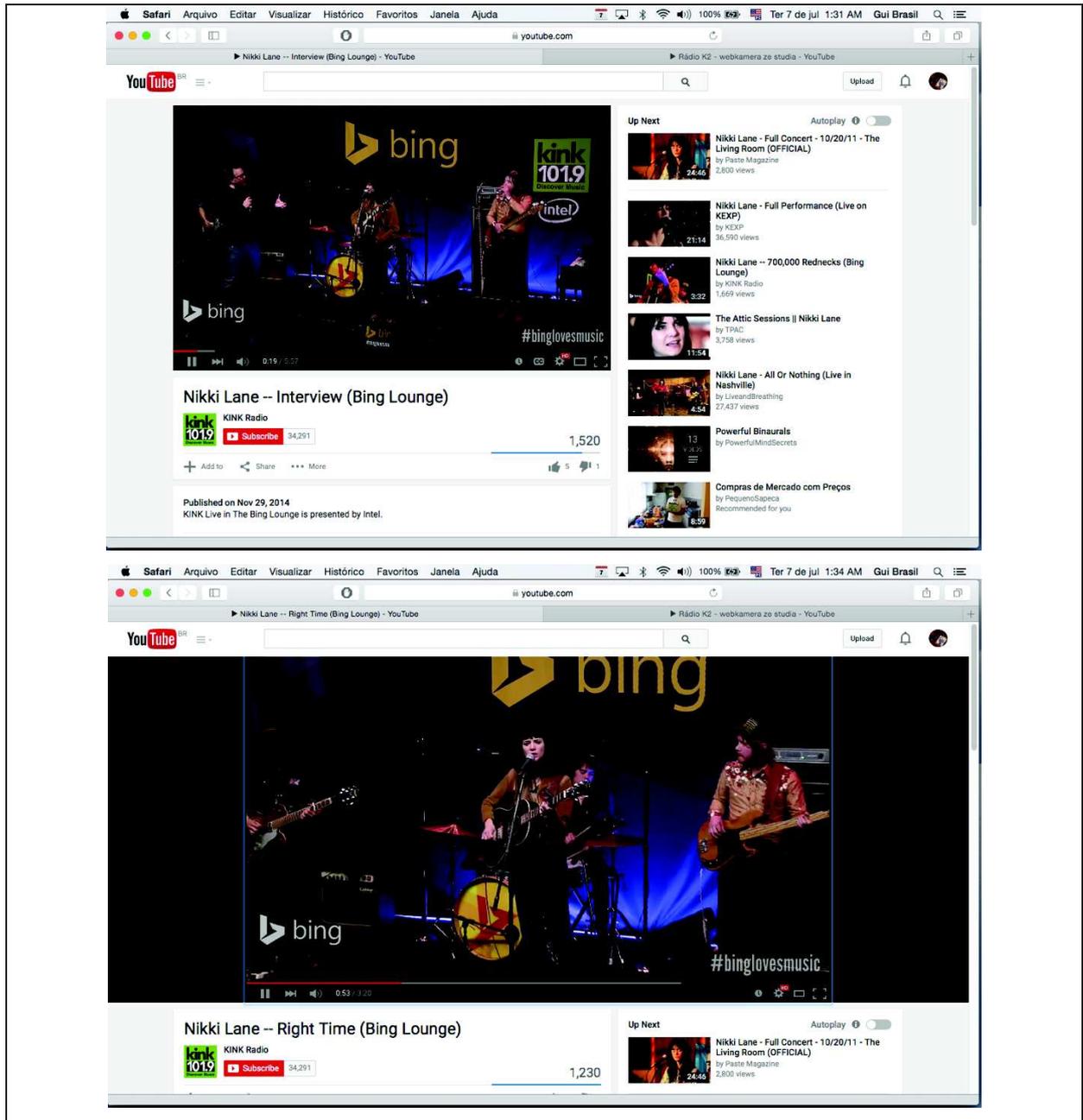
Fonte: YouTube (2016)

Também com características muito semelhantes, o radiovisual da Kink *Radio* apresenta uma novidade dentre todos os outros até vistos. A Kink faz a transmissão do programa de rádio de cima de um palco, com público, evocando, de alguma forma, os inícios do rádio e da TV: ao vivo e com artistas e público no estúdio, gêneros que, principalmente na TV perduram até hoje em alguns formatos específicos.

O palco é um espaço que enuncia um acontecimento fictício, um certo espetáculo. Uma peça de teatro, um *show* musical ou uma palestra. No caso, esse radiovisual, assim como o do Pretinho TV, carrega marcas e publicidades ao fundo. A rádio Kink anuncia o local dos *shows* como “Bing Lounge”, o “salão” da Bing¹⁷ (Figura 57), mesmo sendo apenas um anexo do estúdio de transmissão. Essa marca está em destaque em todos os *shows* transmitidos, não só na imagem do *player*, como também nas descrições dos vídeos.

¹⁷ Bing é um motor de pesquisa na web propriedade e operado pela Microsoft. O serviço tem suas origens em motores anteriores de busca da Microsoft: MSN Search , Windows Live Search e mais tarde Live Search. (bing.com)

Figura 57 - Transmissão da Rádio Kink



Fonte: YouTube (2015).

Esse radiovisual é transmitido ao vivo no YT concomitantemente a transmissão da rádio. O Programa é transmitido e gravado a cada quinze dias, porém, essas transmissões no YT não têm periodicidade definida. Da mesma forma como foi constatado no radiovisual anterior, essas transmissões ao vivo não abrem a possibilidade de o usuário interagir pelo *chat*. Analisando os vídeos do *player*, é perceptível inúmeras marcas naturais do fluxo audiovisual televisivo, como vinhetas, créditos e *letterings* de informação. A Kink se utiliza da vinheta como forma de

marcar seus materiais exclusivos e inclui *letterings* de destaque para o nome da banda e das músicas (figura 58).

Figura 58 - Frame da vinheta dos materiais de vídeos do canal



Fonte: YouTube (2016)

Figura 59 - Crédito de música e banda do canal Kink Radio

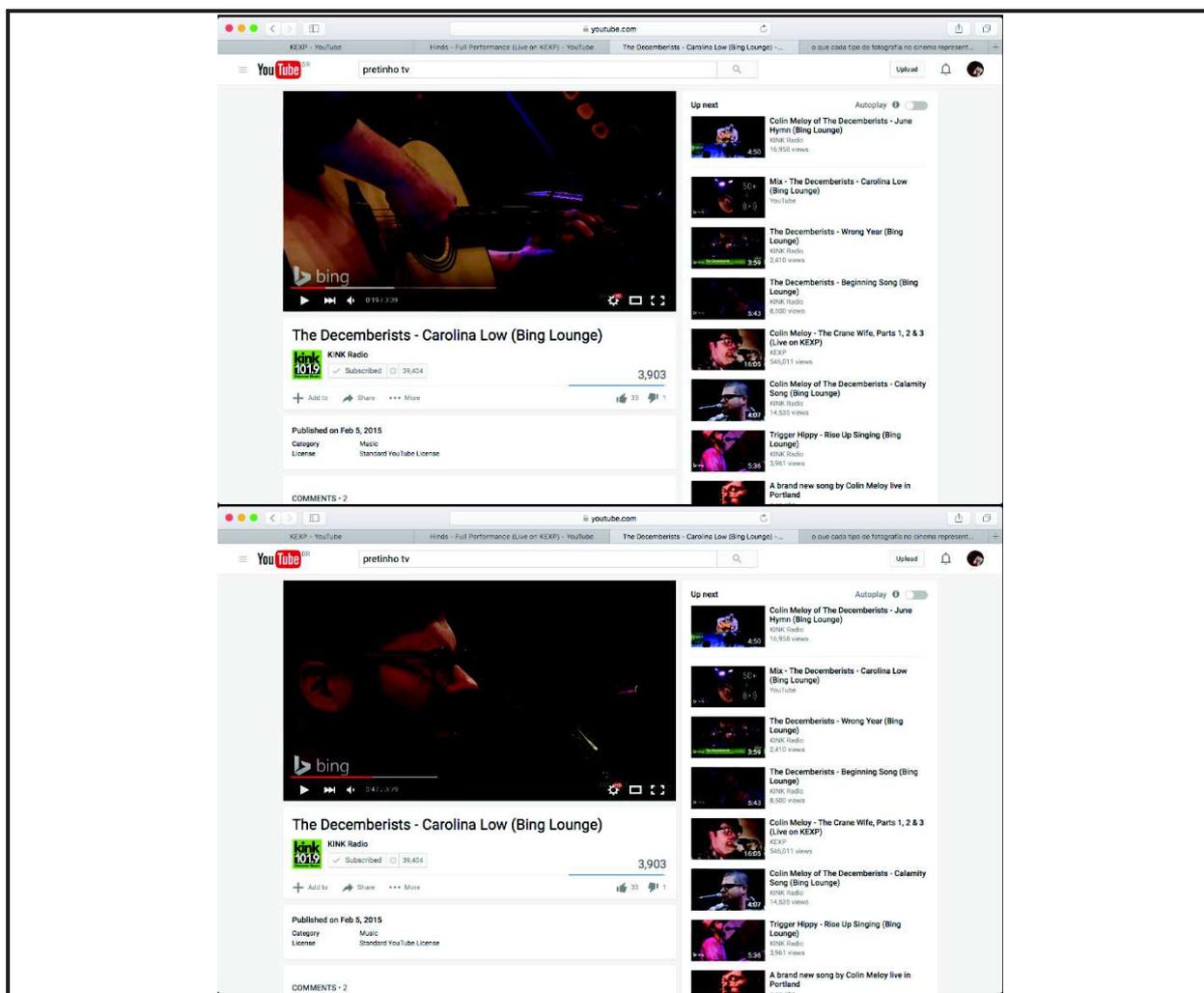


Fonte: YouTube (2016)

Na grande maioria dos materiais registrados em vídeos, a fotografia fica variando entre o azul e o vermelho. Normalmente, o vermelho é usado no cinema para cenas de ação, tensão ou para “aproximar” o espectador em uma cena de paixão. Quando usada essa cor no tratamento de cena, os produtores do programa usam basicamente planos médios, fechados e *close-ups*. Raramente um plano aberto é utilizado. O *plano detalhe* é explorado, principalmente, porque ocupa

praticamente toda a tela de composição do *player* (figura 60). A diferença básica entre o plano detalhe e o *close-up* é que o “detalhe” revela apenas uma mão, um olho, uma parte do corpo ou parte de um instrumento, enquanto o *close-up* consegue compor com mais elementos. Não é tão próximo do ponto focal como o plano detalhe.

Figura 60 - Plano *close-up* na transmissão do audiovisual da *Kink Radio*



Fonte: YouTube (2016)

Mesmo o programa sendo transmitido simultaneamente para o rádio e para a internet, a âncora do programa se preocupa em olhar diretamente para câmera e fazer o que no telejornalismo é chamado de “cabeça”. Ao se posicionar, a apresentador diz: Você está assistindo a *Kink Live Performance* (figura 61).

Figura 61 - Âncora chamando internautas para assistir o programa



Fonte: YouTube (2016)

Logo, podemos entender que mesmo tendo diversas inscrições típicas dos vídeos televisivos, o radiovisual da Kink mescla inscrições forte do cinema, como a estética dos planos, da fotografia e da composição. Porém, a montagem desses audiovisuais do *player*, acabam se diferenciando dos outros que vimos até agora. Tanto na Kiss FM quanto no Pretinho TV, o corte das câmeras acabava construindo um contraponto do enquadramento anterior ou era guiado pela voz do locutor, respectivamente. Aqui, acredito que esteja mais voltado para o que Eisenstein (2002) chama de *montagem rítmica*, quando o movimento que ocorre dentro do quadro impulsiona e “chama” o recorte do quadro seguinte. Já que o corte, segue os locutores na apresentação das atrações pelo âncora, mas, quando a banda começa a tocar, essa montagem passa a ser construída em cima do ritmo da música. A montagem rítmica faz relação com a continuidade visual entre os planos. A

determinação métrica dos fragmentos passa a dar destaque ao seu conteúdo. O continuísmo baseado nas ações como entrar e sair de cena, atender e falar ao telefone, são bons exemplos desse rítmico entre os planos.

4.1.2.7 KCRW

O material que encontrei por último nesse processo cartográfico é o audiovisual da KCRW. Ao olhar a biblioteca de vídeos dessa rádio, percebi que a existe uma tentativa de audiovisualizar a rádio há anos. Pela observação da biblioteca de vídeos, ao longo dos anos, existe uma melhora constante nos materiais de vídeo. Tanto tecnológico quanto na construção da linguagem: enquadramentos, cortes, etc.

A KCRW (89,9 MHz FM) também é membro da *National Public Radio* (NPR). A estação de radiodifusão está localizada no campus da *Santa Monica College*, em Santa Monica. A programação da rádio é composta, basicamente de notícias e música. A KCRW faz parte de uma rede de repetidores e tradutores de transmissão, que replica a sinal da estação para outras cidades e que permite que ela seja ouvida na região metropolitana de Los Angeles e em outras comunidades do sul da Califórnia.

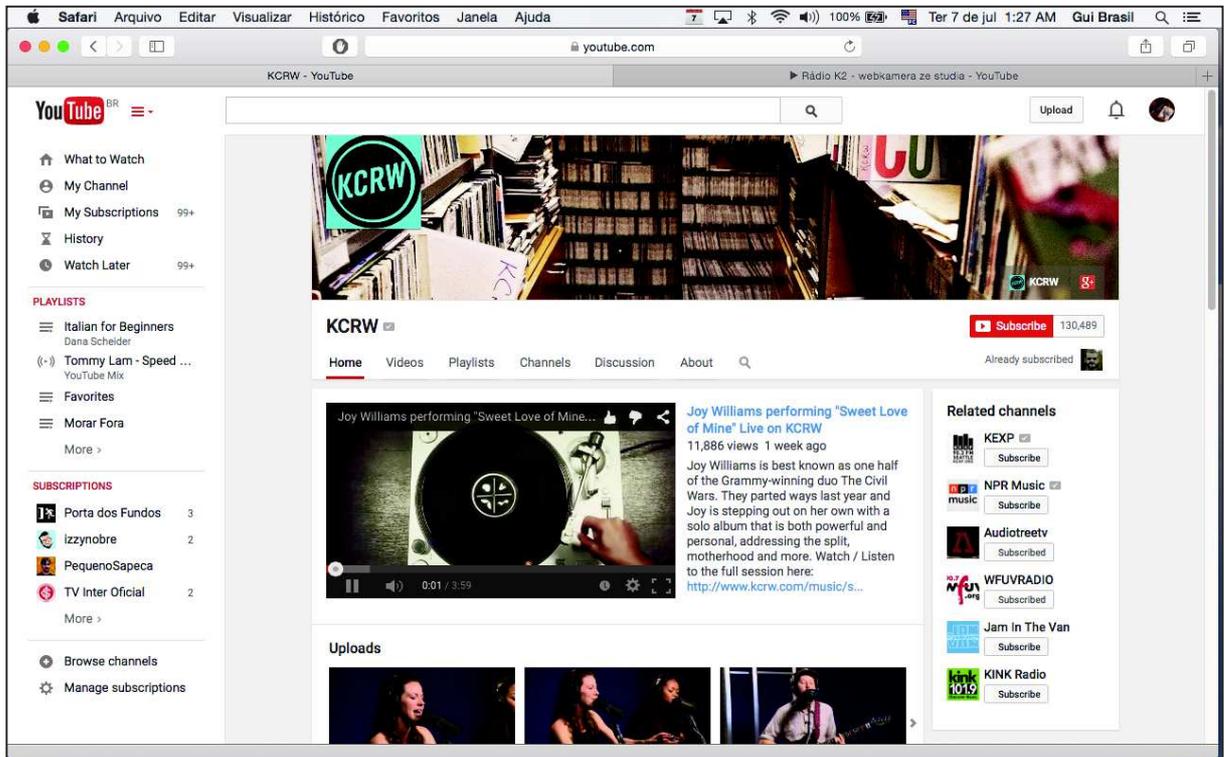
Segundo o *site* da rádio¹⁸, ela foi fundada em 1945 para treinar recrutas que retornavam da segunda guerra mundial na “nova” tecnologia de radiodifusão em FM, daí as suas letras de chamada, que representam *College Radio Workshop* (Oficina Universitária de Rádio). Sendo membro fundador da NPR em 1970, a Santa Monica College foi segunda faculdade da comunidade americana a possuir uma estação de rádio pública. A KCRW também transmite programas de organizações comunicacionais como a NPR, *Public Radio International* (PRI), *American Media Public*, e a BBC. Uma série de programas de música e performances ao vivo em estúdio são produzidos localmente, assim como os programas de notícias e cultura.

Na grade, os noticiários e os programas de informação (trânsito e tempo) dominam os primeiros horários da manhã. Durante o restante do dia, de segunda a sexta, a programação musical domina o restante dos horários. O principal programa de música e que também detém a assinatura da estação é o *Morning Becomes*

¹⁸ <http://www.kcrw.com/>

Eclectic. Sempre aos finais de semana, duas edições do programa são transmitidas ao vivo, pelo *dial* da rádio e pela internet, no canal do YouTube (figura 62).

Figura 62 - Capa do canal da Rádio KCRW

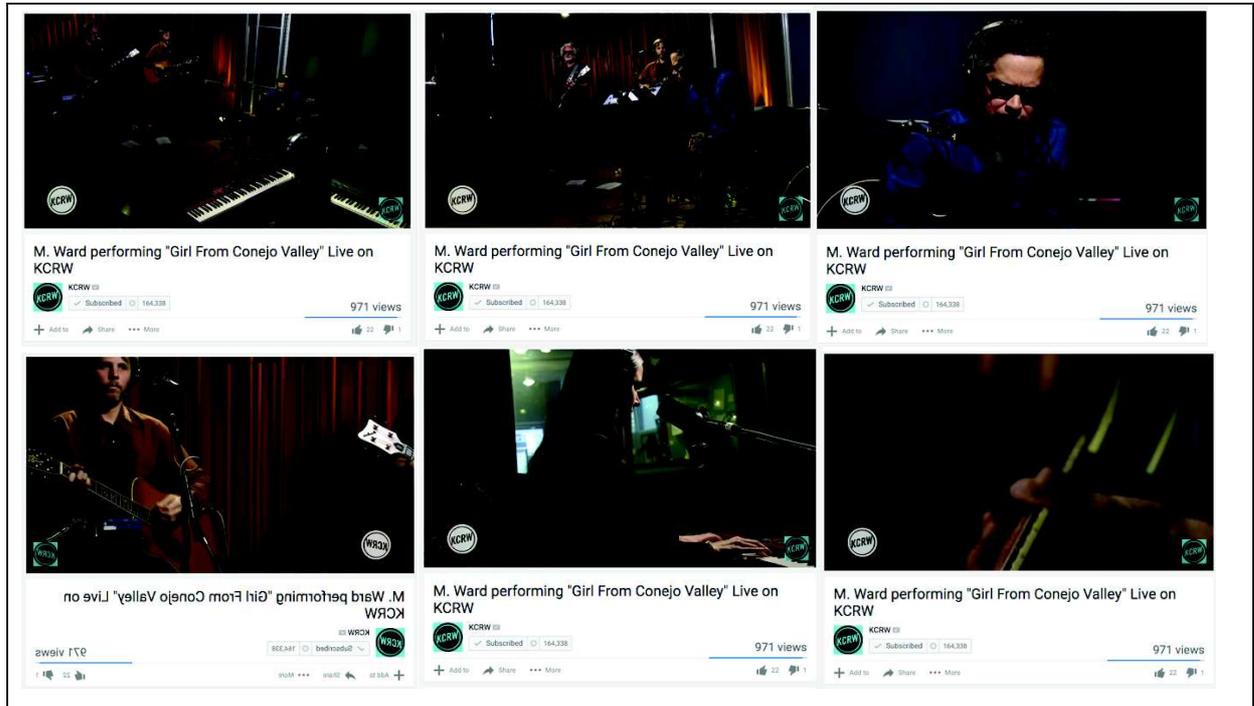


Fonte: YouTube (2015).

Hoje, a KCRW carrega uma característica forte de experimentação em seus materiais. Desde a transmissão do estúdio da rádio, como os vídeos mais sofisticados, com apresentação de bandas, até a gravação de um disco de vinil tocando para fazer o lançamento de um determinado artista. Em seus programas a rádio propõe na sua composição, não só a presença de um âncora ou um entrevistado, uma banda, mas também uma preocupação extrema com a qualidade da transmissão, com a quantidade de enquadramentos, com a composição dos elementos de cena, com a fotografia, etc. Outro elemento que me chamou a atenção nessa análise, foi o fato da rádio usar o logo aplicado duas vezes sobre o vídeo. Uma no canto inferior direito e outra no canto inferior esquerdo. Uma em preto e branco e outra em cores, respectivamente. Diferente da maioria dos radiovisuais abordados até agora, essas transmissões tem a maioria das câmeras móveis. Elas não ficam fixas em um tripé. Isso dá, não só a mobilidade para o operador, como

também cria múltiplas possibilidades de enquadramentos diferentes, fazendo com que a determinação do número de câmeras usadas na transmissão seja impossível de perceber por quem está de fora (figura 63).

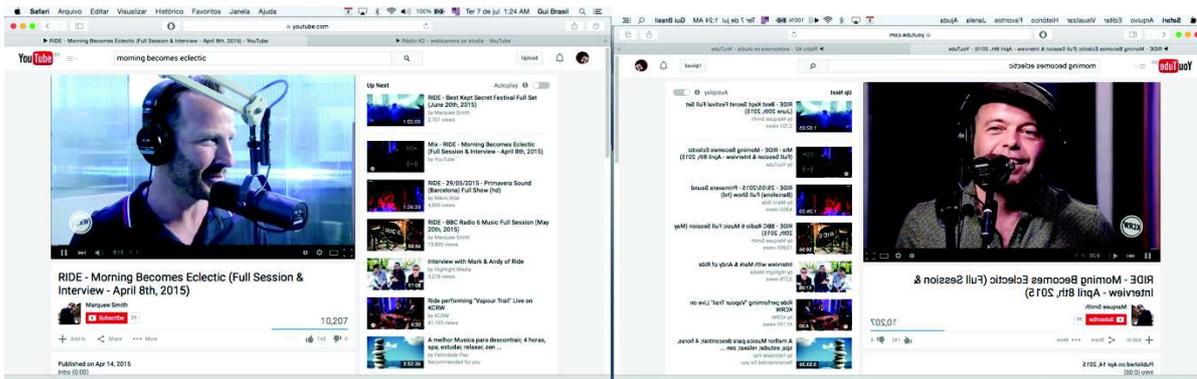
Figura 63 - Multiplicidade de enquadramentos do audiovisual da KCRW



Fonte: YouTube (2016).

O olhar do âncora e dos entrevistados nunca se dirige à câmera. Mesmo revelando os personagens frontalmente, acredito que ambos fiquem um de frente para o outro na disposição do estúdio, ou seja, nunca são enquadrados juntos. Somente quando usado o plano geral do estúdio. Dessa forma, ambos nunca olham para câmera, já que estão se dirigindo diretamente um para o outro. Novamente, o mesmo olhar oblíquo trabalhado no Pretinho TV, que nesse caso, passa a ser completado pelo enquadramento seguinte (figura 64).

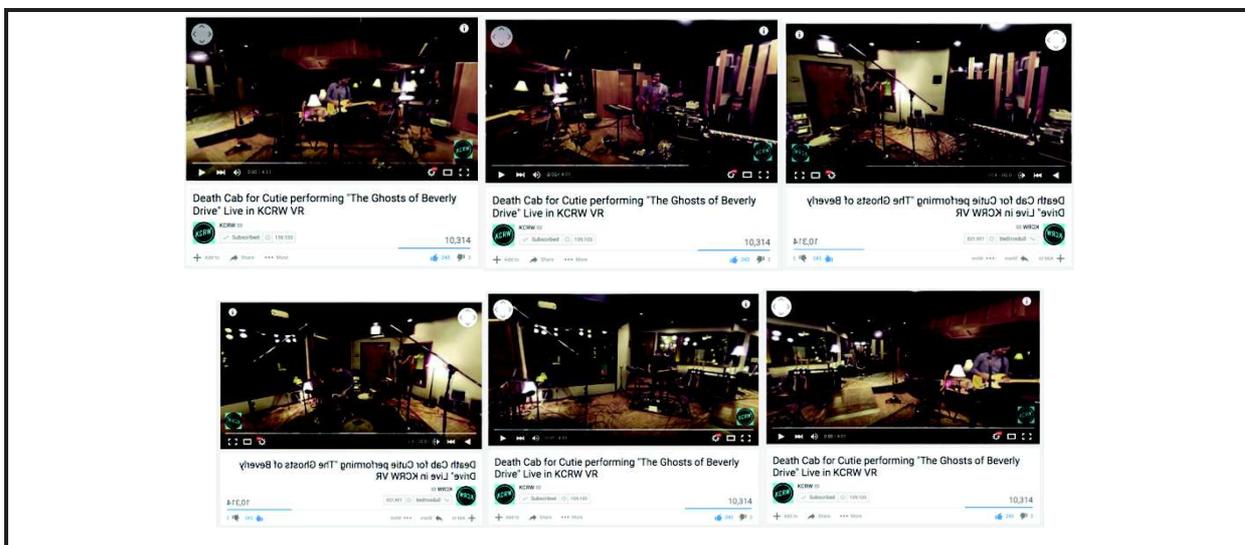
Figura 64 - Transmissão do programa Morning Becomes Eclectic



Fonte: YouTube (2015).

Atualmente, a rádio começou a fazer um experimento com suas transmissões ao vivo utilizando uma câmera 360° onde o espectador pode manipular o local do estúdio que gostaria de assistir (figura 65). Na verdade este é mais um recurso da plataforma YouTube disponibilizado aos usuários.

Figura 65 - Estúdio 360° da Rádio KCRW



Fonte: YouTube (2016).

Nesse caso, algumas características do *player* do YT também mudam. Além das mudanças convencionais das transmissões ao vivo, como abordamos antes, agora, quando a seta do mouse é passada sobre o *player* de vídeo ela se transforma em uma pequena mão. Essa mão que parece agarrar, puxar a imagem (*grab and pull*) é um dos recursos que geralmente vem junto com a escolha de um ângulo nas imagens gravadas em 360 graus. Além de incluir um pequeno direcional no canto

superior esquerdo da imagem. Caso o usuário não consiga ativar o sistema de *grab and pull*, esse direcional é capaz de movimentar a imagem da mesma forma.

A visão que permite atingir até 360° é uma das técnicas da fotografia panorâmica. Uma imagem panorâmica pode ser interpretada como qualquer imagem que mostra uma vista semelhante ou maior do que o campo natural de visão humana.

Figura 66 - Exemplo de como funciona a captação de uma foto panorâmica.



Fonte: Artigo “Imagem em Museus Virtuais: Recursos Interativos e Tecnológicos de Visualização”.

As tecnologias chamadas de realidade virtual (RV) compõem um conjunto diversificado de aplicativos e de sistemas que têm por característica a imersão do usuário. O que há em comum nas diversas definições que tentam explicar a realidade virtual é a identificação da centralidade da função comunicacional, seja como uma estratégia de interface usuário/computador ou como um ambiente de interação entre usuários.

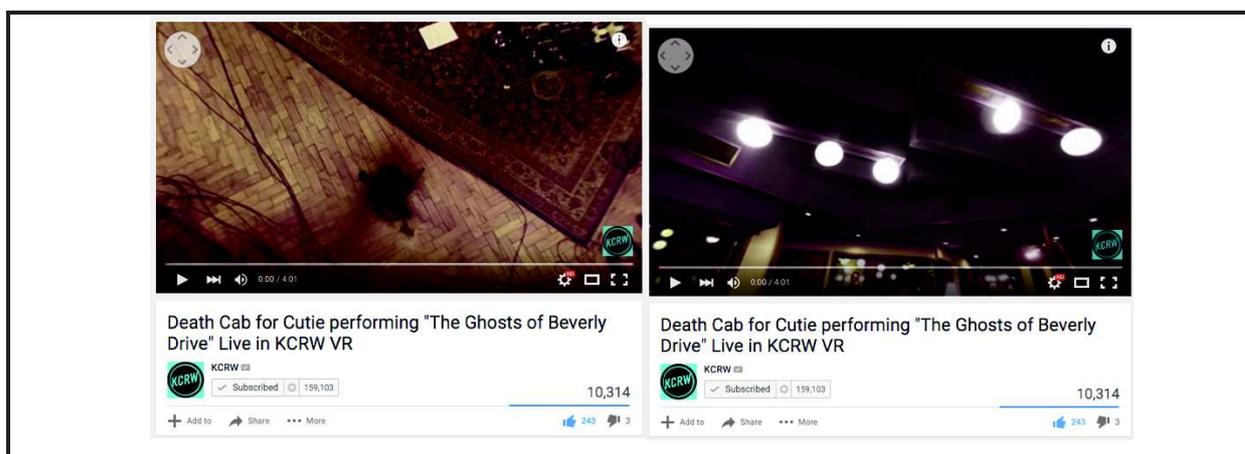
Têm-se, nas imagens panorâmicas, um único ponto de visão do qual se pode olhar para todas as direções. O contrário acontece com objetos

virtuais, quando você pode visualizar um único objeto de vários pontos ao redor dele. (...)Pode-se circular o objeto com a câmera ou manter a câmera e girar o objeto. As imagens podem ser capturadas de forma que mostrem uma parte ou o total do objeto na sua circunferência. Se capturadas dentro de um único plano, forma-se um objeto de linha cilíndrica e exibido com o QuickTime Player ou outro aplicativo (...) (ROPELLATO, GONÇALVES & TRISKA, 2015, pg. 99)

Basicamente, as imagens em 360° são criadas com uma serie de fotos a partir de um eixo central e rotacionando a lente em volta deste eixo. Esse tipo de técnica conta com um tripé se cabeça móvel e panorâmica. Essa técnica fotográfica, foi traduzida para vídeo nas primeiras experiências do MET (*The Metropolitan Museum of Art*), em Nova York. Para Ropellato, Gonçalves & Triska (2015), essa técnica foi usada primeiramente para “imortalizar” exposições temporárias ao museu. Com o sucesso da técnica, o museu passou a explorar essas visitas virtuais para complementar o passeio dentro do próprio museu, com explicações sobre as obras ou uma análise mais aproximada das peças.

Além disso, o controle sobre a imagem dá a possibilidade de perceber coisas do estúdio da rádio que não estariam diretamente no campo focal de um sistema de captação convencional (figura 67).

Figura 67 - Chão e teto de luzes do estúdio revelados na câmera 360°



Fonte: YouTube (2016).

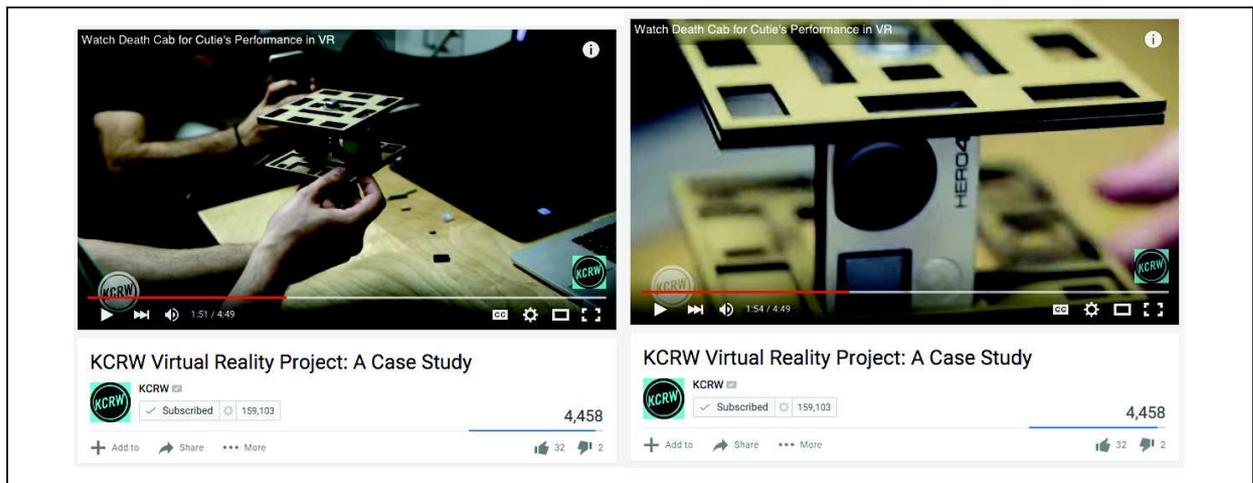
A KCRW parece ser uma rádio preocupada em aumentar o alcance do conteúdo construído por seus comunicadores. A rádio seria apenas uma forma de externar essa produção. Na descrição da rádio, no *site* oficial¹⁹, percebe-se como o

¹⁹ <http://www.kcrw.com/about>

investimento em tecnologia para transformar a apresentação desses materiais em uma experiência única. Esses materiais 360°, são uma experiência com os óculos de realidade aumentada para celulares. São aparelhos que, ao acoplar o smartphone, o usuário é capaz de movimentar essa câmera 360° apenas com o movimento do seu corpo, simulando a sua presença dentro do estúdio.

No vídeo de apresentação da KCRW, disponível no seu canal no YouTube²⁰, a presidente da rádio, Jeniffer Ferro, afirma que, “a necessidade de inovar incluía muita tecnologia e uma equipe transdisciplinar”. Cerca de 10 câmeras *GoPro Hero 4* foram modificadas e instaladas em uma mesma peça, unindo as câmeras em um mesmo tripé. O ângulo da lente une uma imagem com a outra, e assim, todas ligadas, construíam um espaço tridimensional (figura 68 - 69).

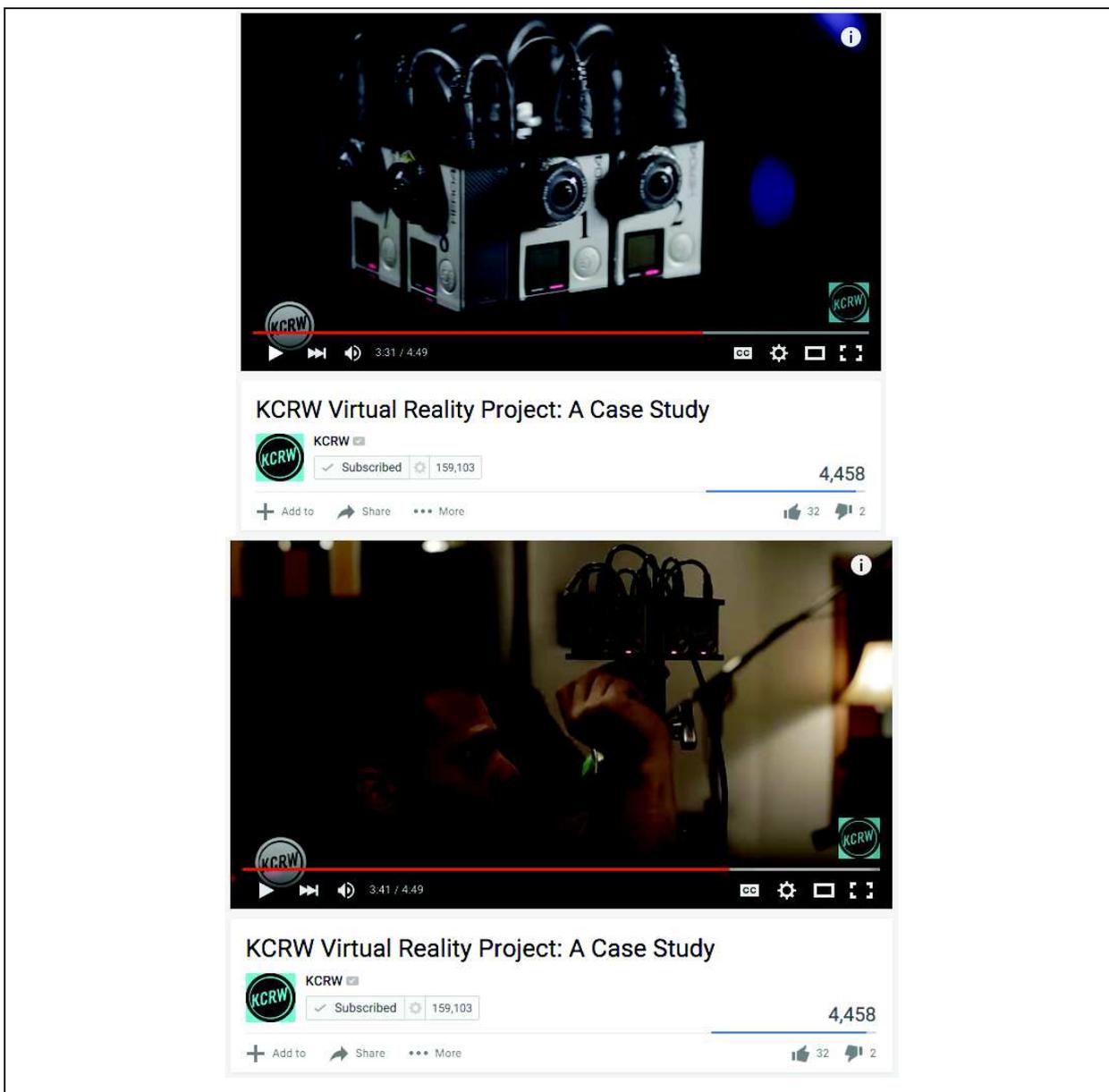
Figura 68 - Imagem dos testes com as câmeras 360° da Rádio KCRW 1



Fonte: YouTube (2016).

²⁰ <https://youtu.be/y9XhCmS9LfU?list=PLI0O645afJYZMnXIkLcvbQjZNDx-uAb4R>

Figura 69 - Imagem dos testes com as câmeras 360° da Rádio KCRW 2



Fonte: YouTube (2016)

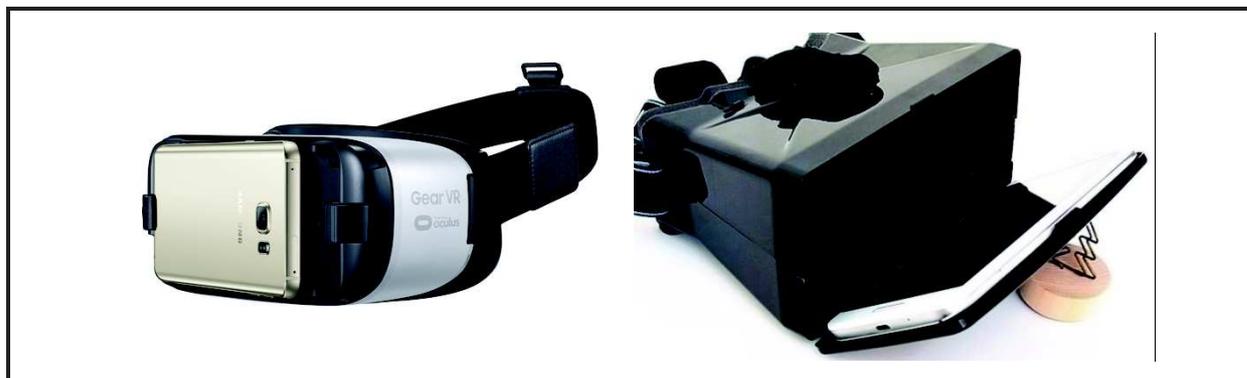
Quando acessado pelo *smartphone*, o aplicativo do YT reconhece automaticamente o material em 360° e o sensor de movimento do *player* funciona com o movimento do *smartphone*. Isso força o usuário a se movimentar de fato, fisicamente, para ter acesso a imagem do estúdio em 360°. Quando acoplado a base do visor do binóculo, o aparelho, envolto por uma capa preta, permite que o usuário comece a se movimentar para os lados “dentro” do espaço físico do estúdio, porém, preso ao ponto onde a câmera está fixada (figura 70).

Figura 70 - Óculos de realidade virtual para SmartPhones 1



Fonte: www.inovacaotecnologica.com.br/noticias/imagens

Figura 71 - Óculos de realidade virtual para SmartPhones 2



Fonte: www.inovacaotecnologica.com.br/noticias/imagens

Finalizar as análises com essa experiência do radiovisual da KCRW me parece pertinente, pois ela nos permite pensar na multiplicidade de possibilidades que a construção do usuário apresenta dentro do YouTube. O radiovisual representa um uso da plataforma de *stream* do YouTube e a transmissão em 360° do estúdio da rádio mais uma variação desse uso. Esse radiovisual explicita a primeira experiência do usuário, nessa cartografia, a explorar a sua própria montagem dentro do *player*. Direcionando a câmera (o seu próprio olhar) para o local do estúdio que mais tem interesse. O número elevado de particularidades e diferenças desses radiovisuais, abordados nesse capítulo, nos leva a pensar na quantidade de referências, audiovisuais ou conceituais, que o compõe e como essas particularidades podem explicitar um momento muito particular dos meios profissionais de comunicação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme dizíamos na introdução, o objetivo desta pesquisa era construir uma cartografia das experiências audiovisuais daquilo que estou chamando de audiovisual no YouTube. A nossa *flânerie* entre os materiais nos levou a selecionar alguns e a desenvolver uma descrição desses audiovisuais tentando compreender o que eles dizem sobre si próprios, sobre o audiovisual e sobre o YouTube.

Para atingir estes objetivos, no capítulo 2 fizemos uma revisão teórica da plataforma YouTube e aquilo que a caracteriza, sua interface e o modo como ela recicla as diversas mídias, inclusive o rádio e a televisão, trazendo deles algumas referências, principalmente seu tempo ao vivo. A dinâmica de audiovisualização do YouTube faz com que nele os conteúdos televisivos, ou as experiências produzidas em um estúdio de rádio, se tornem audiovisual da *web*. A plataforma audiovisualiza e midiática formas não audiovisuais e formas audiovisuais não midiáticas ou oriundas de outras mídias de um jeito muito próprio.

No capítulo 3 tentamos abrir um diálogo com as audiovisualidades, questão que interessa a este trabalho por estar inserido na linha de pesquisa Mídia e Processos Audiovisuais. Ali pensamos o audiovisual principalmente a partir de suas montagens, fazendo uma revisão teórica de autores que pensam sobre a montagem no cinema e no audiovisual, mas também refletindo sobre a montagem na *web* que passa essencialmente por três formas: montagem espacial, temporal e do usuário. Ainda nesse capítulo olhamos para as câmeras tentando compreender como elas olham e como desenham o olhar do espectador.

No capítulo 4, explicamos um pouco mais a metodologia adotada e construímos uma cartografia do Audiovisual no YouTube. A cartografia como metodologia nos permitiu dar conta do objetivo geral que era encontrar e entender estas experiências que se reiteravam no YouTube e transmitiam ao vivo programas de rádio desde seus estúdios. Compreender que tipo de experiência era essa e que sentidos ela dava à plataforma, ao audiovisual da *web* e principalmente a ela própria: o audiovisual.

Algumas afirmações, embora não conclusivas, podemos fazer sobre o Audiovisual no YouTube neste momento final da dissertação.

Em primeiro lugar, podemos afirmar que o audiovisual e o próprio YouTube **emergem de uma programação**. A plataforma do YouTube é uma interface

programada por um software (MANOVICH, 2013) que introduz nessa interface e por essa programação o usuário produtor e outros usuários em torno de vídeos. Com barras de navegação, filtros, ferramentas de busca, vídeos relacionados, a plataforma propõe um percurso específico e leva o usuário a seguir os caminhos resultantes dessa programação. É nesse sentido que o YouTube constitui o que foi considerado aqui como audiovisual da *web*: a dinâmica entre vídeos, interface, usuários e ambientes. Os vídeos e os usuários estão, assim, na *web*, interfaceados, em relações de interação constante numa dinâmica de audiovisualização própria da plataforma. A partir da forma programada em que as plataformas de vídeo em geral e o YouTube em particular passam a construir o audiovisual, percebe-se um processo de audiovisualização da cultura que se alimenta da multiplicidade de câmeras usadas por múltiplos usuários e em diferentes áreas da cultura midiáticas e não midiáticas. A plataforma, de algum modo, recicla esses vídeos produzidos em diversas áreas da cultura e os audiovisualiza. O rádio, mídia que se caracteriza historicamente pela sua oralidade e pela falta de acesso visual ao estúdio, encontra, no radiovisual um espaço de audiovisualização, mostrando os apresentadores trabalhando, os operadores de som, os entrevistados, músicos, âncoras, etc. O sentido fundamental que esta experiência dá a si própria é o da visibilidade de todas as coisas, inclusive, o estúdio de rádio do qual só tínhamos o som e imaginávamos as imagens.

Aquele espaço invisibilizado no rádio é amplamente visibilizado no radiovisual. As câmeras nos mostram, em algumas experiências, inclusive, o estúdio organizado e silencioso a espera de ser habitado e depois ele desorganizado e desabitado com um enunciado de dever cumprido e de que o usuário, como um *voyeur*, entra em cumplicidade com as câmeras que veem tudo no estúdio. Há ali uma ressignificação pela presença da câmera que permite ao usuário estar “escondido” junto com a câmera, geralmente, em um plano mais alto que os observados, vendo sem ser visto.

Uma das questões decisivas que constituem o radiovisual é **a reinvenção do tempo ao vivo**. Esse tempo ao vivo não é mais o do rádio ou da TV: é o tempo vivo da interface. Há uma diferença com a transmissão em tempo real abordada por Machado (2001) como principal novidade introduzida pela televisão dentro do campo das imagens técnicas que dava sentidos de imprevisto à estética televisiva combinada com a asepsia do gravado. Aqui o ao vivo acontece na interface. Não

mais um ao vivo que é transmitido em única direção: de dentro do estúdio ou de um espaço específico para o ouvinte ou espectador, mas, um ao vivo que desenha o player da transmissão junto ao bate-papo em que o usuário participa. Inúmeras vezes há um diálogo entre esses dois elementos da interface, quando os usuários enviam uma pergunta ao apresentador ou pedem para ele enviar uma saudação ou se aproximar da câmera, ou dançar. O tempo ao vivo, tempo da incompletude, parece adquirir especial importância em uma plataforma em que o amador, a imperfeição, o erro, aquilo que foi cortado e descartado pela TV ou outras mídias é muito valorizado e adquire uma força de circulação memética. Por isso, aquilo que Machado (2001) assinalava como tempo morto na TV, resulta de especial aproveitamento para o audiovisual e para a plataforma em geral. É no momento em que o rádio vai para o intervalo musical que o estúdio se converte em bastidor e que os usuários mais interagem com o apresentador como no caso do audiovisual da Kiss FM. Ou seja, é o tempo pensado como “morto” na TV e no rádio o que mais anima o audiovisual em sua interface.

O percurso realizado até aqui nos autoriza a pensar no audiovisual como um modo de olhar a partir de um olho/câmera que se parece menos às diversas câmeras móveis da TV e do cinema e mais às câmeras automatizadas como as de vigilância e as *webcams*. Os olhares destas câmeras parecem enunciar um regime de visibilidade imediato e instantâneo. Traduzida imediatamente em informação, a imagem é esvaziada de toda virtualidade, aquilo que nela há de invisível, inaudito e inapreensível se torna aparentemente apreendido pelo olhar, como se toda e qualquer situação, inclusive o programa de rádio, se tornasse um grande *reality* show. E como se nossos olhares fossem enunciados como *voyeurs* que necessariamente se interessam nessa visibilidade total.

O mapa criado de materiais diversos presentes no YouTube, nos levou a perceber algumas questões comuns e algumas particularidades nos materiais audiovisuais. No audiovisual do Pretinho TV a questão dos tempos mortos e da interação pelo *chat* foi observada pela primeira vez, assim como as primeiras observações das mudanças da interface no ao vivo do YT e no *player* quando este se deixa de apresentar os botões de adiantar ou retroceder deixando só os de “*play*” e “*pause*”, reforçando um tempo ao vivo no qual o usuário é inserido no fluxo de um “tempo real”. Também percebemos que os programas eram transmitidos com quatro câmeras e uma variação constante entre os planos médio e geral e enquadramentos

onde a câmera está acima dos participantes do programa e em ocasiões se aproxima muito perto deles. O *voyeur* no Pretinho TV é enunciado como alguém que alterna um olhar de cima, com a visibilidade do estúdio inteiro e também aquele que consegue se aproximar tanto da câmera que desenquadra e reenquadra alguns dos participantes com uma certa capacidade de recompor as imagens que constantemente ficam fora do quadro. Nesse audiovisual há um tensionamento entre o nome da emissora e nome do canal. O canal no YouTube (o audiovisual) leva o nome que, na emissora, corresponde só a um programa. Entretanto, na tela do audiovisual, ainda é preservado o logo da emissora, uma prática televisiva que assinala uma certa autoria das imagens. Estas inversões e tensionamentos indicam, no mínimo, que a plataforma YouTube tem algumas liberdades em relação a ressignificação identitária das empresas de comunicação.

Na etapa seguinte, o audiovisual da Kiss intensificou essa observação dos tempos mortos. Foi quando percebemos pela primeira vez a importância daquele bastidor e de como a participação do usuário criava essa ressignificação do vivo. Também foi perceptível a maneira como o tempo morto abordado por Machado, ganhava um significado diferente na construção da montagem do audiovisual, já que ele não configurava, necessariamente, uma quebra na sequência temporal do vídeo, como na TV. Nesse audiovisual também foi observado um enquadramento localizado no alto do estúdio, porém, diferente do plano geral utilizado no audiovisual do Pretinho, já que esse ainda revelava partes do teto e da parede lateral dando um certo sentido de olho escondido. É o olho da câmera, mas é como se o usuário também estivesse escondido no canto da sala observado aquela ação. Algo que reforça ainda mais esse sentido provocado por esse enquadramento, é que ele só é acionado nos momentos de menos interação do programa. Nos intervalos comerciais, antes do programa começar, depois do programa terminar.

A rádio MAD, uma rádio jovem grega mostra quanto o processo de se audiovisualizar povoou a construção do seu canal com o passar do tempo. Depois de várias tentativas diferentes de enquadramentos e tipos de câmera, ela se estabilizou do jeito mais simples possível: uma câmera alta e um quadro geral do estúdio. Ela é transmitida 24 horas por dia e mostra o estúdio habitado e desabitado. Há enunciações aqui de um audiovisual cuja transmissão interrompida é mais importante que o conteúdo daquilo que ela transmite, como se toda e qualquer realidade que acontece naquele espaço (a imagem técnica do estúdio) merecesse

ser visibilizada. Talvez este seja o audiovisual que mais dá protagonismo a esse estúdio já não mais ligado diretamente aos momentos de transmissão radiofônica. Nessa mesma linha, incluímos na cartografia a Rádio *Armenia*. Esse audiovisual se mostrou bastante plural nas suas construções de enquadramentos, câmeras e transmissões. Ele foi o primeiro que, durante as transmissões, mostrou um repórter na rua fazendo parte das discussões de dentro do estúdio. Até então, todos os enquadramentos discutidos eram internos e do estúdio. Além disso, este audiovisual tem algumas construções de montagem espacial dentro da montagem temporal, dividindo a tela e organizando-a quase como a disposição dos participantes na mesa do estúdio.

No fechamento da construção cartográfica, nos deparamos com três audiovisuais diferentes dos que então olhamos até essa etapa. As rádios americanas KEXP, KINK e KCRW enunciam sentidos ao audiovisual mais complexos em relação à sua complexidade de edição. Com um número incontável de câmeras, esses audiovisuais se mostraram potentes para problematizar a sua montagem temporal já que o sequenciamento de enquadramentos eram uma tentativa constante de aproximar o usuário à apresentação de um determinado artista se apresentando ao vivo. Nenhuma delas abre a janela de *chat* durante as transmissões. O vivo passa a se aproximar do vivo mais comum da TV. Assim como das inscrições basilares próprias desse meio; vinhetas, créditos, apresentadores falando diretamente com a câmera.

A última experiência de transmissão dessa dissertação, apresentada pela KCRW, ressignifica o estúdio e o usuário. Foi a única transmissão 360° das cartografadas para esta dissertação. Nesse audiovisual o usuário interage com a posição da câmera através da alteração do *player* do YouTube, e é capaz de interferir diretamente na montagem temporal do audiovisual. Nesse formato, o usuário consegue optar sobre o ponto focal que mais o interessa durante a transmissão.

Dessa forma o audiovisual se mostra como um tipo de uso específico do YouTube que pode ser pensado como um gênero emergente na plataforma, já que diversas emissoras o praticam. Assim como o tutorial, o *vlog*, o *playgame*, a transmissão ao vivo passa a ser um gênero da plataforma. Dentro deste último está

o audiovisual que ressignifica alguns territórios já apropriados pelo rádio e a TV e, se apropria deles a partir das dinâmicas audiovisualizadoras da plataforma.

6. BIBLIOGRAFIA

ABDALLA, C. **As novas possibilidades do rádio na Era da comunicação digital**. 2005. Disponível em: <

http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_05/contemporanea_n05_03_clarisse.pdf>
Acesso em 20/06/2015.

AUMONT, Jacques **À quoi pensent les films**. Paris: Séguier, 1996.

_____. **O olho interminável: cinema e pintura**. Cosac Naify Edições, 2004.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico do cinema**. Campinas: Papirus Editora, 2 ed., 2006.

BAITELLO, Norval Júnior. **Vilém Flusser e a Terceira Catástrofe do Homem ou as Dores do Espaço, a Fotografia e o Vento**. Disponível em: <

(<http://www.flusserstudies.net/sites/www.flusserstudies.net/files/media/attachments/terceira-catastrofe-homem.pdf>). Acesso em 20/08/2015.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In: - - -. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. Trad.

_____. **Passagens**. Trad. de Irene Aron. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2006.

BERGSON, Henri. **Duração e simultaneidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

_____. **Matéria e Memória**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BOLTER, Jay Davis & GRUSIN, Richard. **Remediation: Understanding New Media**. Cambridge: The MIT Press, 1998.

BRAGA, José Luiz. **A prática da pesquisa em comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões**. E-compós, Brasília, v. 14, n.1, 2011.

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

CAMARGO, Isaac. **Imagem, movimento e som: apreensão e instantaneidade na mídia**, 2005, 11p. Artigo acadêmico. Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2005.

CANELAS, Carlos. **Os Fundamentos Históricos e Teóricos da Montagem Cinematográfica: os contributos da escola norte-americana e da escola soviética** (2014). Disponível em: <<http://bocc.ufp.pt/pag/bocc-canelas-cinema.pdf>>. Acesso em 13/11/2015.

CAPANEMA, Letícia. **A televisão expandida: das especificidades às hibridizações**. Revista Estudos Comun., Curitiba, v. 9, n. 20, p. 193-202, 2008. Disponível em <

<http://www.fapsp.com.br/kairos/wp-content/uploads/2013/08/Leticia-Capanema.pdf> >. Acesso em fevereiro de 2015.

CUNHA, Claudio. **A Fabulosa Máquina de Assistir**: A interface web e as novas formas de fruição do audiovisual. Dissertação (Mestrado). PUC-SP, 2009

DELEUZE, Gilles. **Bergsonismo**. São Paulo: Editora 34, 2004.

_____. **O atual e o virtual**. In: E. Alliez. Deleuze filosofia virtual. (p. 47- 56). Rio de Janeiro: Ed. 34, 1996.

EINSENSTEIN, Sergei. **O sentido do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990

_____. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

FISCHER, Gustavo. **As trajetórias e características do Youtube e Globo Media Center / Globo Videos**: Um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas de *websites* de vídeos para compreender a constituição do caráter midiático da *web*. Tese (Doutorado), São Leopoldo: Unisinos, 2008.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

_____. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: CosacNaify, 2007.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Ed. Aleph, 2008

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface**: Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: JZ.E, 2001.

KILPP, Suzana. In KILPP, S.; FISCHER, G. D. (Orgs.). **Para entender as imagens**: como ver o que nos olha? P. 41 – 54. Porto Alegre: Entremeios, 2013.

KILPP, Suzana. **Ethicidades televisivas**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

KILPP, Suzana; FISCHER, Gustavo. **Janelas de Flusser e Magritte**: o que é, afinal, um webvídeo? In *Texto* (UFRGS. Online), v. 2, p. 36-49, 2010.

KISCHINHEVISKY, Marcelo. Rádio Social: mapeando novas práticas interacionais sonoras. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, n.2, 2012. Disponível em: <

<http://www.http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12323/8262>>. Acesso em 10/07/2015.

LOPES, Tiago. **Aura e vestígio do audiovisual em experiências estéticas com mídias locativas**: Performances algorítmicas do corpo no espaço urbano. Tese (Doutorado), Unisinos, 2014

LOPES, Tiago RC; MONTAÑO, Sonia; KILPP, Suzana. **Montagem espacial e potencialidades do audiovisual locativo no cenário urbano**. *Revista ECO-Pós* Disponível em:

https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1468/pdf_36. Acesso em:

15/10/2015.

MAYER, William. **O YouTube e a memória: Que audiovisual emerge do banco de dados?** 2013. Xf. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Programa de Pós Graduação em Mídias e Processos Audiovisuais, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), 2013.

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

_____. **Software Takes Command: extendind the language of new media**. New York: Bloomsbury Academic, 2013

MANOVICH, Lev. **A prática da vida**. 2008. Disponível em: <http://www.manovich.net/DOCS/manovich_social_media.doc> Acesso em: 13/08/2014.

_____. **Avant-garde as software**. 1999. Disponível em: http://manovich.net/DOCS/avantgarde_as_software.doc. Acesso em: 10/03/2015

_____. **Cinema as a cultural interface**. 1997. Disponível em:: <http://manovich.net/TEXT/cinema-cultural.html>. Acesso em: 05/05/2015

_____. **Não existe mídia digital**. Softcult Review Journal. Juiz de Fora: UFJF (2011) Disponível em: <http://www.ufjf.br/sws/2011/05/05/softcult-so-existe-o-software/> Acesso em: 05/05/2015

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós cinemas**. Campinas: Papyrus Editora, 1997.

_____. **Televisão levada a sério**. Vila Velha: Senac, 2001.

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

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem** (understanting media). São Paulo. Cultrix, 1964.

MONTAÑO, Sonia. **Plataformas de vídeo: apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade**. Tese (Doutorado), Unisinos, 2012.

OLIVEIRA, Edilene. **A divulgação científica radiofônica em tempos de internet: Um estudo das adaptações do Rádio com Ciência ao ambiente web**. Dissertação (Mestrado), Manaus 2011.

PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. 2008. 395 f. Tese (Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Estudos Lingüísticos) Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2008. Disponível em: http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/AIRR-7DDJD8/1/nair_prata_tese.pdf. Acesso em 10/07/2015.

PONSO, Leonardo Cao. **Diálogo e hibridismo nas FMs: uma análise dos programas Pretinho básico e Cafezinho**. 2009. 63f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Jornalismo) – Curso de Jornalismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2009.

PRETINHO TV. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/pretinhotv>>. Acesso em: 15/07/2015.

RADIO AURORA ARMENIA. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/RadioAurora1006>>. Acesso em: 15/07/2015.

RADIO KCRW. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/kcrw>>. Acesso em: 15/07/2015.

RADIO KEXP. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/kexpradio>>. Acesso em: 15/07/2015.

RADIO KINK. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/kinkradio>>. Acesso em: 15/07/2015.

RADIO KISS. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/RadioKissFMoficial>>. Acesso em: 15/07/2015.

RADIO MAD RADIO. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/1062madradio>>. Acesso em: 15/07/2015.

RADIO WFUV. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/WFUVRADIO>>. Acesso em: 15/07/2015.

RIBEIRO, Claudio. **A fabulosa máquina de assistir: a interface web e as novas formas de fruição do audiovisual**. São Paulo, 2009.

ROSÁRIO, Nísia Martins. **Mitos e cartografias: novos olhares metodológicos na comunicação**. 2008. Disponível em: <http://corporalidades.com.br/site/wp-content/uploads/downloads/2013/12/2008_4.pdf>. Acesso em: 10/09/2015.

ROPELATTO, Luciane; **GONÇALVES**, Berenice Santos; **TRISKA**, Ricardo. **Imagem em Museus Virtuais: Recursos Interativos e Tecnológicos de Visualização**. 2015. Disponível em: <<http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/article/view/512>>. Acesso em 22/11.2015.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e Artes do Pós-humano : Da Cultura das Mídias à Cibercultura**. São Paulo, Paulus, 2003.

_____. **Linguagem líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

TABOADA, Arlete. **Radioweb: outra rádio, diferentes processos de produção, roteirização e edição**. Dissertação (Mestrado), PUC-SP, 2012

TOGNOLLI, Claudio Julio. **Rosental e o novo modelo midiático**. 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/1984-6924.2012v9n1p4/22283>. Acesso em 12/09/2015.

WIKIMEDIA COMMONS. Disponível em: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Theatreoptique.jpg>. Acesso em: 20/07/2015.