

Poéticas ciberculturais: narrativas da informação e da reflexividade

Mariana Tavernari¹

Resumo: O artigo versa sobre a centralidade da cibercultura na contemporaneidade em suas formas narrativas nas mídias digitais, engendradas por determinadas articulações discursivas e processos de agenciamento que, em conjunto, configuram gêneros emergentes e funções poéticas definidas. Essa perspectiva teórica será evidenciada e trabalhada no sentido de investigar as particularidades das narrativas da informação, como a reflexividade, expressas em vídeos online, infográficos, documentários e outros enunciados nas mídias digitais.

Palavras-chave: narrativas digitais, cibercultura; audiovisual

Abstract: The article focuses on the centrality of cyberculture in contemporary in their narrative forms in digital media, engendered by certain discursive articulations and agency processes that together constitute emerging genres and specific poetic functions. This theoretical perspective will be highlighted and crafted to investigate the particularities of information narrative, such as sreflexivity, expressed in online videos, infographics, documentaries and other statements in digital media.

Palavras-chave: digital narratives, cyberculture; audiovisual.

Submissão realizada em: 30/08/2013

Aceito em: 19/11/2013

¹ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Mestre em Ciências da Comunicação (2009) pela Universidade de São Paulo e graduada em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (2007). E-mail: mariana.tavernari@gmail.com

Poéticas ciberculturais

Este trabalho está destinado a trabalhar como a centralidade da cibercultura na contemporaneidade (FELINTO, 2008; MACEK, 2005) abordando as diversas formas de expressões narrativas enunciadas nas mídias digitais, as chamadas narrativas digitais (RYAN, 2006). As narrativas digitais devem ser compreendidas, assim, no contexto de processos de interdependência semiótica passando, necessariamente, pelo estudo da construção do sentido e dos efeitos de verdade (CHARADEAU, 2007) e efeito de real (AUMONT, 2008) que modulam o fluxo narrativo nas redes do ciberespaço no contexto da convergência (JENKINS, 2008), projetando não a busca de uma verdade e de um real, mas de credibilidade e verossimilhança, permitindo a cristalização de imaginários e viabilizando processos de construção de campos discursivos marcados por certa coerência discursiva e estética.

Na junção entre as articulações discursivas, ou seja, os componentes que caracterizam as narrativas digitais e os processos de agenciamento, modos de subjetivação colocados pelos dispositivos maquínicos na contemporaneidade serão investigados os componentes estéticos e discursivos da cibercultura. Tal visão está em sintonia com a noção de gênero do discurso que determina uma série de protocolos que constituem conjuntos de expressões culturais. Assim como a pintura ao longo de sua história fez uso das diversas formas perspectivistas para a representação, como a televisão na telenovela um de seus gêneros mais apreciados, as mídias digitais também trabalham de forma a realizar coerções genéricas e determinar suas formas narrativas.

Trata-se, portanto, de verificar o processo de construção das poéticas das narrativas digitais, distinguindo suas funções, efeitos e usos culturais, aproximando-se da noção de poética histórica do cinema, de Bordwell: “Poética’ refere-se ao estudo de como os filmes são colocados em conjunto e como, em contextos determinados, eles provocam efeitos particulares” (BORDWELL, 1989: 372). Diferente de uma concepção e compreensão hermenêutica das narrativas em rede, o objetivo do trabalho em questão está na busca das particularidades e especificidades das narrativas digitais no contexto histórico, teórico e crítico contemporâneo. Não se trata apenas de investigar as materialidades textuais e empíricas dessas narrativas em seus textos, imagens e sons, mas de identificar os princípios de construção de efeitos poéticos.

As dimensões técnicas, éticas e estéticas das poéticas ciberculturais, moduladas a partir de diferentes articulações discursivas e processos de agenciamento promovem geometrias diferenciadas destas narrativas, evidenciando um *continuum* dos diversos modos de narratividade, dando mais ou menos espaço às criações e des-linearidades do interator.

Narrativas da Informação

Determinado tipo de relação entre as articulações discursivas e os processos de agenciamento caracteriza uma formação poética bastante disseminada na e pela cibercultura: as narrativas que chamaremos aqui de “narrativas da informação”, colocadas sob a premissa de que, tanto no universo diegético, quanto nas formas interativas (MURRAY, 2003), efeito de sujeito está oculto, gerando um efeito de sentido de objetividade bastante forte. Assim, trata-se de articulações discursivas que não admitem uma matriz enunciativa única (MACHADO, 2007), subjetivada, mas uma diversidade de vozes, impessoais e objetivadas. Fazem parte desse universo das narrativas digitais determinados filmes não interativos e digi-documentários.

A informação, tematizada como grande protagonista dessa narrativa cibercultural, emerge especialmente em documentários que colocam a internet como o centro das novas ordenações da contemporaneidade, colocadas sob o padrão digitalizado e interconectado. Os mecanismos de figurativização dessa narrativa remetem a uma série de aproximações metafóricas com a noção de inteligência coletiva, rede de informações, entre outros termos que caracterizam a interconexão generalizada de informações. Outra característica das “narrativas da informação”, sua natureza autoreflexiva (MATRIX, 2006) também será investigada e interpretada como herança do mesmo potencial da comunicação de massa. conforme Craig (1999: 120): Yet the introduction of a new technology always seems to provoke thoughtfulness, reflection, and self-examination in the culture seeking to absorb it.

Tais narrativas enfatizam o papel das redes de informação como protagonistas de uma nova forma de organização das informações a partir do grande fluxo gerado a partir da sua digitalização.

A história contada por essa narrativa cibercultural se inicia com a chegada da informática, que altera todo o fluxo produtivo de informação nos anos 70 e 80. A informação digitalizada pode ser processada automaticamente, com um grau de precisão quase absoluto, muito rapidamente e em grande escala quantitativa.

A informação, aqui, se sobrepõe à comunicação, em diversos níveis: como campo disciplinar, as Ciências da Comunicação são acopladas às Ciências da Informação em sua materialidade informática, a comunicação subordina-se à informação; no domínio do jornalismo como produção cultural, as informações de variadas fontes se mostram mais importantes e de maior poder de influência que um único meio de comunicação:

Nessa narrativa, a Internet revoluciona o cenário da comunicação. Permite a criação de textos em formatos diferentes, em tempo real, com maior interatividade, maior possibilidade de aproximação com os usuários, agrupamento de recursos multimídia como sons, imagens e textos. A Internet altera profundamente as carac-

terísticas do mercado de comunicação, por ser uma rede horizontal, multidirecional, descentralizada e interativa. A internet é, de fato,

um meio de comunicação com lógica e linguagem própria. Mas ela não se restringe a uma área particular de expressão cultural. Atravessa todas elas. Além disso, sua comunicação está, em geral, embutida na prática social, não isolada em algum tipo de mundo imaginário, o domínio da representação e das identidades falsas. É usada para a divulgação de mensagens políticas, para a comunicação por e-mail com as redes da vida, para a transmissão de ideias em busca de informação (COHN, 2000: 135).

A auto reflexividade como marca

Uma tendência bastante recente, concepção de “sociedade em rede” tem sido deslocada no sentido de abrigar uma tendência do chamado “Big Data”: conceito, no qual estão baseadas inovadoras soluções tecnológicas capazes de lidar com dados digitais em volume, variedade e velocidade, volume, veracidade e valor. Uma releitura do funcionalismo empírico operado pelos números:

O processo de trocas e deslocamento de posições culturais adotadas por determinados meios vem acompanhado de dois fenômenos: o primeiro trata-se do processo de interposição semiótica entre os meios, configurando empréstimos e transposições de formas de representação do conteúdo no espaço e no tempo, bem como de atualização da enunciação em enunciados. O segundo, decorrente do primeiro, o componente da auto reflexividade nas mídias digitais acrescentar a esse tipo de enunciado nas mídias digitais uma particularidade única.

Reflexivamente, Mark Dery foi apenas um dos primeiros a, relativamente à cibercultura, notar que o fenômeno tem a ver menos com a tecnologia do que com as histórias com que envolvemos seus meios e com os processos que, motivando-lhes a narração, colaboram em sua formatação para a sociedade. A exploração e cultivo do ciberespaço, foi visto logo, não são puro e simples efeito da pesquisa tecnológica de novos meios de expressão e comunicação. (RÜDIGER, 2003).

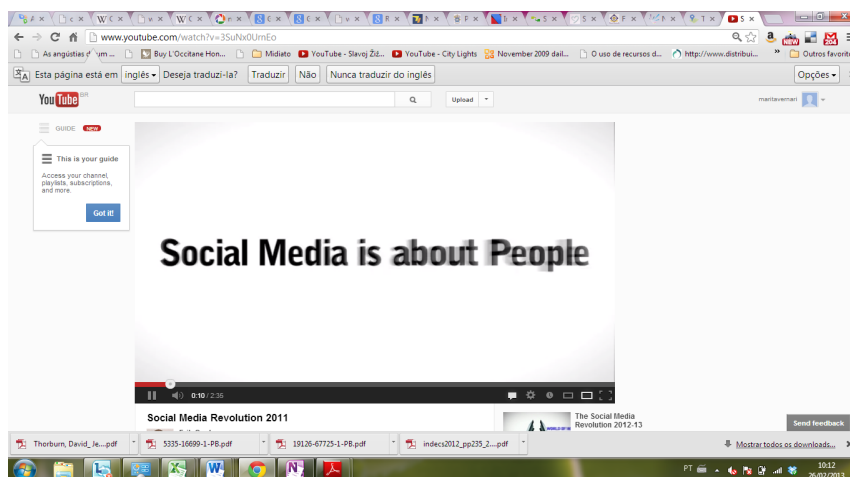
O caráter reflexivo das narrativas ciberculturais pode ser interpretado como herança do mesmo potencial da Comunicação de Massa. Para Craig (1999: 120):

As várias tradições da teoria da comunicação oferecem maneiras distintas de conceituar e discutir os problemas e as práticas de comunicação. Estas formas derivam de e apontam para certas crenças comuns sobre a comunicação enquanto problematizam outras crenças. É neste diálogo entre essas tradições que a teoria da comunicação pode envolver totalmente com o discurso prático em curso (ou metadiscurso) sobre a comunicação na sociedade

As narrativas que falam sobre si mesmas: exemplos da reflexividade nas narrativas ciberculturais

O vídeo “Social Media Revolution” incorpora ambos os fenômenos de forma exemplar:

Vídeo 1: Social Media Revolution



O vídeo em questão não pode ser analisado de forma deslocada de sua origem como produção cibercultural popular: idealizado por Erik Qualkman, autor do livro *Socialnomics* publicado em 2011 no Brasil (que trata das principais características das redes sociais na internet e desenvolve métodos para utilização de redes sociais nas corporações), o livro é um exemplo típico das retroalimentações das narrativas ciberculturais.

Ao apresentar dados e informações a respeito da penetração das mídias sociais no mundo, a incorporação de uma narrativa que segue algumas conformações genéricas do discurso didático: a forma de organização desse conteúdo, como a sequência ordenada de texto facilitando a compreensão do conteúdo, dentre outros aspectos, conferem algumas particularidades desse gênero deslocadas para um vídeo alocado em um suporte hipertextual.

Se, no entanto, não herda desse gênero uma organização didática e que se daria por meio de unidades temáticas e blocos de conteúdos de ensino, vídeos no *YouTube* não devem ser interpretados como enunciados isolados e que não sofrem relações intertextuais. Tal organização didática, no caso de um aluno que quisesse “aprender” a respeito do advento das mídias sociais no mundo, incluindo dados qualitativos e quantitativos, poderia ser configurada de forma ativa (e indutiva) pelo interator. Na interface, ao lado do *frame* em que o vídeo é atualizado, uma série de pequenos *frames* expõem novos vídeos de temas relacionados que podem ser acessados espontaneamente pelo interator.

Nesse caso, trata-se, hipoteticamente, de um interator detetive em busca de uma

narrativa de caráter didático, em situação de aprendizagem indutiva, por meio da qual um hábito de estabelece:

como esse manuseio deve ser coordenado com a miríade de estímulos sensoriais que surgem na tela e que devem ser semioticamente entendidos, devidamente acompanhados por inferências mentais e acionados por meio do mouse, conclui-se que o aprendizado da navegação mistura os processos mentais do aprendizado de uma língua com os de um aprendizado de uma habilidade propriamente motora. (SANTAELLA, 2004: 109)

Para a construção de uma narrativa de caráter didático e instrutivo em rede, pressupõe-se um interator orientado por uma conectividade autodirigida, “a capacidade de qualquer pessoa encontrar o seu próprio destino na rede, e se não o encontrar, para criar e publicar a sua própria informação, suscitando assim a criação de uma nova rede” (CASTELLS, 2004: 76). A narrativa didática construída por meio da navegação do interator por meio de uma leitura indutiva, partindo de dados teóricos a serem corroborados por meio de fatos concretos (exemplificados ao longo da própria enunciação do vídeo).

No jogo das tensões centrífugas e centrípetas, o interator denominado “detetive” por Santaella (2004), cria uma narrativa centrada:

O detetive é aquele que não pode se distrair do alvo de sua busca. Sua palavra de ordem é: Onde estou e para onde quero ir? Por isso mesmo, o internauta detetive caracteriza-se como um detetive informático em busca do sentido. É aquele que faz experimentações tendo em vista a coerência organizativa de sua busca (SANTAELLA, 2004: 111).

O percurso realizado pelo interator pode até ser recuperado pelo sistema de cadastro da ferramenta *YouTube*, que armazena os dados de navegação do interator em uma forma de lista organizada temporalmente, elencando os vídeos acessados em determinado período de tempo. Esse histórico armazenado reconta o percurso realizado pelo interator ao longo de sua navegação no sistema, evidenciando um esboço de estrutura narrativa, composta não apenas pela imediação de um vídeo, mas por uma série deles, organizados temporalmente.

Apesar de remeter a uma trama que nada tem de ficcional, institui-se um efeito de sentido que coloca as mídias sociais como protagonistas da revolução a acontecer, em função do advento das mídias sociais. De uma história já contada, um mundo diegético audiovisual já arquitetado em forma de sons (trilha sonora) e imagens em movimento, o percurso desenvolvido pelo interator promove uma espécie de costura entre esse e outros mundos diegéticos. A narrativa se dá, portanto, em dois planos diferenciados: o primeiro, relativo à diegese do vídeo “Social Media Revolution” e o segundo plano, relativo aos outros vídeos, enunciados em latência para atualização. Trata-se de um movimento de remediação, no qual o primeiro vídeo mimetiza – até

por meio de seu plano do conteúdo metalinguístico – de forma imediata, os modos de representação do vídeo e da televisão. No entanto, ao evidenciar a possibilidade de uma costura com outros vídeos do mesmo gênero, ratifica-se uma estratégia hipermediada, que tende a expor os meios de representação pelos quais os enunciados são materializados.

Nesse jogo de imediação e hipermediação, delineia-se a necessidade de pensar os enunciados atualizados nas mídias digitais como enunciados em processo de inter-relação constante, mediante a possibilidade de atualização perante o interator. As narrativas nas mídias digitais estão acopladas a esse componente da interatividade, ou seja, é imprescindível pensar que interatividade não inviabiliza a narrativa. Pelo contrário, viabiliza novas formas narrativas, conforme descreve Ryan (2004) em seu artigo “*Will New Media Produce New Narratives?*”.

O componente audiovisual do vídeo, em processo de tensão com a forma textualizada e verbalizada que predomina, cria uma espécie de ruptura poética, uma vez que o pacto fiduciário que se estabelece por meio das representações audiovisuais geralmente condiciona uma narrativa pouco apoiada no texto verbal, mas mais em componentes semióticos que passam pela imagem pictural, pelo som da voz (no caso, no vídeo em questão, temos apenas uma trilha sonora desconectada dos efeitos de sentido criados pelo componente imagético) que corrobora para esse choque poético entre plano da expressão e plano do conteúdo.

O componente sonoro pouco em sintonia com o significado colocado pelo plano do conteúdo pode ser explicado, em parte pela centralidade da visualidade na cibercultura. A perceptiva geométrica, espacial e fundamentada no ponto de vista, herança dos meios analógicos, persiste, portanto, ao longo dos processos de remediação operados pelos meios digitais, embora os processos de *sampling* e outras experiências sensoriais auditivas tenham persistido nas mídias digitais: a virtualidade, marca registrada da Realidade Virtual, não é uma experiência visual simplesmente, mas multisensória, passando pela audição, pelo tato e pela visualidade.

No que condiz ao fenômeno das vozes enunciativas no vídeo tratado, em seu plano diegético, podemos afirmar que é o próprio componente verbal que fornece as pistas da narração. No plano autoral, o publicador do vídeo, Erick Qualkman, encarna a noção de “autor”, no sentido literário. No entanto, ao reconhecermos que o vídeo em questão faz parte de uma das séries sobre mídias sociais mais assistidas nas mesmas mídias sociais, e também baseadas no Best-seller *Socialnomics* do mesmo autor, vislumbramos uma voz objetivada, destinada a fornecer informações quantitativas que transmitem um ideal de credibilidade e cientificidade, em consonância com as conformações genéricas do didatismo e da ciência.

Podemos interpretar, em um contexto discursivo que coloca os enunciados em relação, também essa voz como a do protagonismo das próprias mídias sociais, corroborando suas qualidades e feitos no contexto midiático contemporâneo. Tal constata-

ção, portanto, conduz ao segundo componente característico desse tipo de narrativa nas mídias digitais: o da auto reflexividade. No contexto tratado aqui, a narrativa, de tom didático, traz também um componente auto reflexivo bastante forte:

A introdução de uma nova tecnologia sempre parece provocar reflexão, reflexão e auto exame na cultura que busca absorvê-la. As vezes, essa autoconsciência assume a forma de uma reavaliação das formas midiáticas estabelecidas, cujos elementos básicos podem agora alcançar uma nova visibilidade, podendo tornar-se uma fonte de pesquisa histórica e de especulação teórica (JENKINS AND THORBURN, 2003)

O vídeo nos lembra, o tempo todo, do potencial das mídias digitais para a multiplicidade e a conectividade entre pessoas, remetendo a um manancial interdiscursivo da colaboração e das redes como metáfora de uma nova forma de viver em comunidade, caráter evidenciado pelo enunciado do vídeo mais enfático: *Social Media is about people*.

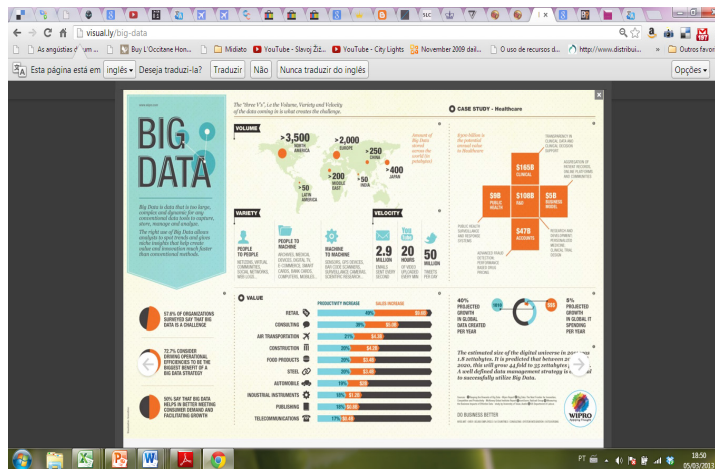
Ao remeter ao potencial das mídias sociais, o vídeo comete um equívoco ao colocar as mídias sociais como meios efetivamente, acontecimento discursivo realizado não de forma explícita, mas implícita, colocando lado a lado os adventos tecnológicos do Ipad, por exemplo como sucessor das tradicionais lousas verdes que fizeram parte do cotidiano escolar até recente ou mesmo comparando, em uma ordem estritamente evolutiva, o e-mail às redes sociais na internet (*Generation Y na Z consider e-mail passé. Some universities have stopped distributing e-mail accounts*) ou colocando os livros eletrônicos como sucessores dos tradicionais livros em papel (*E-readers have surpassed traditional book sales*). Esse efeito é proveniente de uma aproximação conceitual entre as mídias sociais (formadas, conceitualmente, pela apropriação das redes sociais na internet) e as mídias digitais

A retomada da temática das mídias sociais, não apenas no plano da forma (pois se trata de um vídeo suportado pelas regras do dispositivo *YouTube*), mas no plano do conteúdo, remete ao caráter auto reflexivo que insere as mídias sociais em uma posição não mais marginal frente aos meios ditos analógicos, bem como às mais tradicionais formas de interconexão e colaboração em comunidade, mas em posição de vanguarda midiática.

A narrativa das mídias sociais, contada por meio e utilizando os recursos das próprias mídias sociais, portanto, traz uma história de um percurso, deslocado da marginalidade ao protagonismo, na qual as mídias digitais teriam incorporado o desejo de interconexão planetária, um ideal de democracia e de multiplicidade de sentidos somente encontrada nas metáforas alephianas. O final do vídeo, no qual é anunciada a revolução das mídias sociais (*Welcome to the social media revolution*), demonstra de forma clara esse processo de ruptura operado simbolicamente pelas mídias sociais, em sua história contada.

Outra forma circunscrita dessas narrativas auto reflexivas pode ser observada em infográficos disseminados na internet, como o evidenciando na figura abaixo:

Figura 1: Infográfico Big Data



Nessa mesma tendência discursiva, o fenômeno denominado de Big Data guarda ecos de uma onda cibernética, que teve sua origem também na Teoria matemática da Informação de Shannon e Wiener. A Cibernética traduz o homem, a máquina e os processos comunicativos e o mundo à unidade da informação, passível de reconstrução maquínica: “Segundo Wiener, a sociedade pode ser vista como um conjunto de circuitos e canais, mantidos pelas redes técnicas de informação. Para ele, a comunicação constitui a base de todos os fenômenos, sejam naturais ou artificiais” (RÜDIGER, 2003: 110).

Conforme pode ser observado na figura acima, o modelo matemático de interpretação da Internet e das Novas Mídias. As articulações discursivas características dessa narrativa cibercultural protagonizada pela informação e pela matemática circunscrevem uma série de gêneros discursivos, que compartilham a não ficcionalidade como um atributo em comum, como: documentários, entrevistas, reportagens jornalísticas, vídeos animados no *YouTube*, infográficos, entre outros – convocando uma série de estratégias discursivas, preocupadas fundamentalmente com a garantia do efeito de verdade objetivado e informativo e, por consequência, da credibilidade de quem enuncia.

As narrativas que falam sobre si mesmas: um exemplo de retroalimentações das narrativas ciberculturais

Como em um jogo de espelhos, em processo de relações interdiscursivas, um segundo vídeo adiciona a essa dupla articulação de interposição semiótica e auto-reflexividade uma segunda narrativa, paralela ao material semântico disposto do primeiro vídeo. Trata-se da paródia do mesmo vídeo. Como afirma Thorburn e Jenkins (2003, tradução da autora): “Como implica o exemplo de Don Quixote, muitas vezes, as explorações mais poderosas dos recursos de um novo meio de comunicação recaem na comédia. Muitas formas de auto reflexividade são inerentemente céticas

orientadas ao escárnio próprio”. Uma das frases mais prementes do vídeo paródico em questão foi reproduzida abaixo:

Vídeo 2: Video Social Media is not about people



Embora no plano da expressão as estratégias de representação sejam similares às do primeiro vídeo, o plano do conteúdo expõe mecanismos narrativos e mesmo caminhos argumentativos diferenciados: enquanto o primeiro vídeo acentua a magnitude quantitativa das mídias sociais, sua versão paródica remete a essa grandeza como uma hipérbole, além de, explicitamente, conectar as mídias sociais a componentes da sociedade tidos como menos nobres, como pornografia, pirataria, falsificação. Em tom de denúncia, destaca, em números percentuais, a pouca utilidade das postagens de indivíduos nas redes sociais na internet, a falta de credibilidade do conteúdo publicado, a disseminação de “consultores e analistas de mídias sociais como a nova profissão do futuro”.

No entanto, embora se coloque como uma paródia que tende a negatizar os aspectos do primeiro vídeo, as circunscrições discursivas permanecem em ambos os vídeos. Ou seja, trata-se ainda do mesmo campo discursivo, relativo a uma perspectiva de herança funcionalista da “sociedade da informação”. A noção de tecnologia como um poder autônomo e mesmo determinista sobre a sociedade e da informação como uma unidade passível de vir a ser conhecimento perante a disseminação pelas redes tecnológicas da *World Wide Web* permeia uma infinidade de discursos da contemporaneidade fundamentados nas possibilidades evolucionistas incorporados pelas TICs.

Narrativas da contemporaneidade

O digi-documentário (documentário digital) “Rising Internet”, composto por entrevistas pode ser identificado como outro exemplo típico dessa narrativa cibercul-

tural, tanto pela sua temática e pelo universo diegético articulado, quanto pelas suas estratégias enunciativas e articulações discursivas.

Quanto ao universo temático, ao investigar as relações evolutivas entre a Internet e a consciência coletiva da humanidade, o documentário digital compreende um fluxo ininterrupto composto por *mashups* de entrevistas com personalidades formadoras de opinião no universo da Internet: de professores, acadêmicos, empresários, futuristas, pesquisadores, escritores, blogueiros, ativistas, educadores, cientistas, artistas – que opinam a respeito das transformações de ordem informacional, econômica, social, geográfica, política, e filosófica, fundamentadas em torno do poder transformador da tecnologia.

O tipo de instância enunciativa “caracteriza-se pela origem do sujeito falante e seu grau de implicação” (CHARAUDEAU, 2007: 206), de origem em uma série de vozes, tanto pertencentes à cultura popular quando ao domínio da ciência, que materializam enunciados cujo conteúdo temático é, especialmente, a internet e seu poder transformador.

O contrato fiduciário estabelecido por esse tipo de narrativa cibercultural se fundamenta nos efeitos de verdade que são estabelecidos no contexto de comunicação. A entrevista jornalística, como subgênero do gênero discursivo jornalístico, quando materializada verbalmente, por meio do jornal impresso, especialmente, está apoiada na força da palavra, que ancora a credibilidade enunciativa da fonte, como instância apta a “dizer o verdadeiro” por meio do seu ato de enunciação, determinando uma posição de verdade: “O que está em causa aqui não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de ‘credibilidade’, isto é, aquilo que determina o ‘direito à palavra’ dos seres que comunicam, e as condições de validade da palavra emitida” (CHARAUDEAU, 2004: 49).

Já no caso de uma entrevista em vídeo, veiculada pela televisão, a presença de uma imagem que condiz com a credibilidade buscada, de um corpo mediado que condiz com o efeito de verdade a ser produzido, contribui para acentuar ainda mais esse efeito. A credibilidade surge, portanto, como estratégia do “dizer” que coaduna com o “dito”. Esse efeito objetivado, que coloca o dito acima da subjetividade do enunciador, marca, portanto, tais narrativas da cibercultura: um modo de enunciação como foco na credibilidade da informação.

No entanto, o gênero dos documentários digitais acentua ainda mais a consonância entre suas articulações discursivas – o modo de enunciação, as estratégias narrativas e os efeitos de sentido decorrentes – e os processos de agenciamento operados. Apesar de remeter aos documentários tradicionais, realizados por meio de ferramentas digitais – “Com a possibilidade da transferência para película, toda uma geração que começou com o vídeo passa agora ao longa-metragem com o ‘cinema digital’ e entra no circuito dos filmes e festivais de cinema (BENTES, 2003) --, a deno-

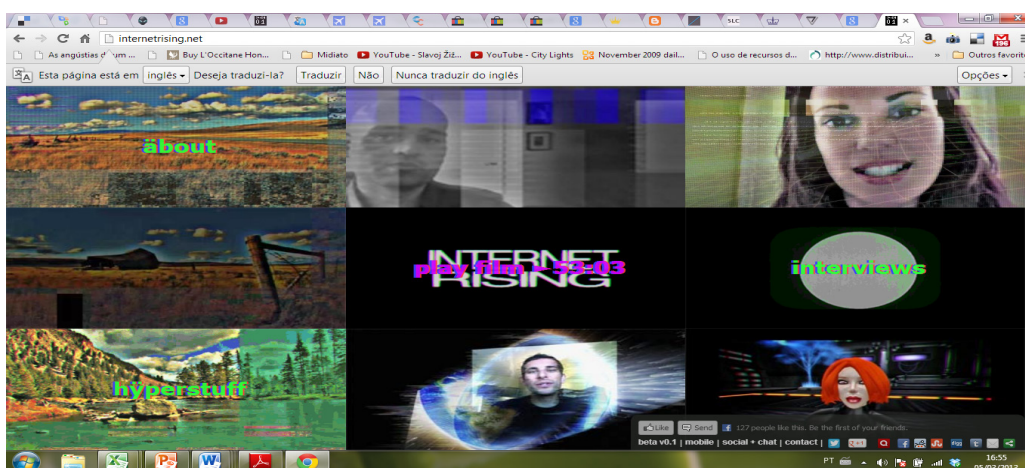
minação *documentário digital*, no caso analisado, remete ao digital como plataforma de disponibilização dos conteúdos. Enquanto filmes e vídeos tinham a capacidade de coletar, registrar, narrar e argumentar sobre o mundo histórico, o documentário digital no contexto dos “documentaristas expandidos”, utilizam as plataformas de mídias digitais com a finalidade de envolver o público, participantes e usuários na produção, arquivamento e mapeamento da real. Trabalhos interativos e multimídia como esses implicam em espectadores também autores da produção de informações e argumentos sobre o mundo, destacando a natureza pública da construção do conhecimento.

Entre as articulações discursivas engendradas, é possível afirmar que os documentários digitais, como representantes das narrativas ciberculturais da “Sociedade em rede”, ecos de um funcionalismo empírico norte-americano fundamentado na *Mass Communication Research*, repercutem estratégias do domínio alephiano, utilizando a metáfora de Ryan. No entanto, embora ainda enraizado no modelo cibernético, é possível observar, nessa mesma formação discursiva que permeia essa narrativa cibercultural cibernética, um deslocamento do enfoque na informação como unidade ao conceito de rede como:

uma espécie de chave mestra ideológica, por que recobre três níveis misturados de significações: em seu ser, ela é uma estrutura composta de elementos em interação; em sua dinâmica, ela é uma estrutura de interconexão instável e transitória; e em sua relação com um sistema complexo, ela é uma estrutura escondida, cuja dinâmica supõe-se explicar o funcionamento do sistema (MUSSO, 2004: 32).

Para demonstrar os efeitos e impactos da Internet na sociedade e na cultura contemporâneas, o documentário em questão emprega estratégias hipermediadas, conforme pode ser observada pela figura a seguir, que expõe a interface da página na internet oficial do digi-documentário em questão:

Vídeo 3: Digi-documentário *Internet Rising*



A presença de molduras e quadrantes encerrando uma série de imagens corrobora o aspecto hipermediado que percorre a roteirização do documentário, na qual os procedimentos de organização da semiologia visual são marcados por estratégias heterogêneas e extremamente dialógicas, além de caracterizados por rupturas e montagens que intercalam as vozes e imagens de personagens. Trata-se, portanto, de um regime de exibição semelhante aos procedimentos empregados em *mash-ups*, vídeos baseados na combinação de uma série de fontes que normalmente não têm qualquer relação entre si, mas que frequentemente utilizam estratégias satíricas.

Referências

- AUMONT, J. **A imagem**. Campinas, SP : Papirus, 2008.
- BORDWELL, D.: Historical Poetics of Cinema. In: Palmer, R. Barton (ed.): **The Cinematic Text: Methods and Approaches**. New York: AMS Press, 1989. pp. 369–398.
- CASTELLS, M. **A Galáxia Internet**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- CHARAUDEAU, P. MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.
- COHN, G. **A forma da sociedade da informação**. Desafios da comunicação/Ladislau Dowbor – Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- CRAIG, R. T. **Communication theory as a field**. *Communication Theory* 9 (2): 119-161, 1999.
- _____. **Theorizing communication. Readings across traditions**. London: SAGE, 2007.
- FELINTO, E. **Think different: estilos de vida digitais e a cibercultura como expressão cultural**. *Revista FAMECOS*, v. 37, p. 13-19, 2008.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- MACHADO, A. **O sujeito na tela – modos de enunciação no cinema e no ciberespaço**. São Paulo: Paulus, 2007.
- MACEK, J. “Defining Cyberculture”, 2005. Disponível em: http://macek.czechian.net/defining_cyberculture.htm.
- MATRIX, S.E. **Cyberpop: digital lifestyles and commodity culture**. New York: Routledge, 2006.

MURRAY, J. **Hamlet no Holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

MUSSO, P. **A filosofia da rede**. In PARENTE, A. (org). *Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

RYAN, M-L. *Avatars of Story*, University of Minnesota Press, Minneapolis/London, 2006.

_____. **Narrative across Media**: The Languages of Storytelling. Lincoln, London: University of Nebraska Press, 2004.

RÜDIGER, F. **Introdução às teorias da cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

Thorburn G. and Jenkins, H. ed., **Rethinking Media Change**: The Aesthetics of Transition (Cambridge, MA, 2003).

SANTAELLA, L. **Navegar no ciberespaço**: perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

Vídeos e Infográficos

MARTIN, A.K., EISEN, M., and EISEN, A.. **Internet Rising (digi-documentary)** Disponível em <http://internetrising.net/>. Acesso em: 26/12/2013

QUALMAN E. & KUTSKO, E., **Social Media Revolution 2011** (vídeo). Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=3SuNx0UrnEo> . Acesso em: 26/12/2013

QUALMAN E. & KUTSKO, E., **Social Media Revolution Parody** (vídeo). Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=fT-eXw7Xsjo>. Acesso em: 26/12/2013

CHANDRASHEKAR, N. **The right data management strategy**. Disponível em <http://www.wipro.com/blog/The-right-data-management-strategy>. Acesso em: 26/12/2013