



## REDES SOCIAIS DIGITAIS, CRIAÇÃO E FRUIÇÃO ESTÉTICAS: O NOVO ENTRETENIMENTO NO CIBERESPAÇO

*Ronaldo Bispo*

*Universidade Federal de Alagoas*

### **Resumo**

Memes, gifs animados, micro-vídeos, papéis de parede, tons de chamada, alertas, notificações, áudios, prints da tela, *instant buttons* sonoros, emojis, microcontos, vídeos de gameplay etc. Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter, WhatsApp, Pinterest, YouTube, Tumblr, Google+, PicsArt, DeviantArt, Soundcloud, Musical.ly, Vine, Dubsmash etc. Remediação, convergência, conectividade, automação, interatividade, aleatoriedade, multiplicidade, fragmentação, coautoria, deslizamentos, completudes gradativas, tempo real, permutação etc. O ciberespaço, a rede mundial de computadores ou a internet evolui a passos rápidos e rivaliza com os meios de comunicação de massa tradicionais na disputa por espetadores e audiência. Redes sociais digitais se multiplicam, diversificam-se e atraem um número cada vez maior de usuários. Smartphones com alta tecnologia embarcada tornam-se mais acessíveis e já são o suporte preferido para navegação virtual. Aplicativos e softwares intuitivos estimulam e facilitam a criatividade de internautas antes consumidores passivos. Nesse contexto, novos formatos e/ou gêneros artísticos, de entretenimento e diversão, novas possibilidades de participação, conexão e compartilhamento criativos também se multiplicam e conquistam a atenção e o tempo de um número crescente de atores culturais. A presente pesquisa busca identificar, classificar e analisar os principais formatos de postagem criativa em redes sociais digitais “tradicionais”, assim como as principais redes sociais digitais especificamente dedicadas ao compartilhamento de conteúdos estéticos, artísticos ou culturais, aqui denominadas de redes sócio-estéticas digitais. Trata-se de mapear as novas formas de entretenimento, diversão, criação e prazer estéticos inauguradas e viabilizadas pelas interações mediadas por computadores digitais em redes online.

### **Palavras-chave:**

Cibercultura. Arte e Tecnologia. Estéticas da Comunicação.

Memes, gifs animados, micro-vídeos, papéis de parede, tons de chamada, alertas, notificações, áudios, prints da tela, *instant buttons* sonoros, emojis, microcontos, vídeos de gameplay ...

Instagram, Snapchat, Facebook, Twitter, WhatsApp, Pinterest, YouTube, Tumblr, Google+, PicsArt, DeviantArt, Soundcloud, Musical.ly, Vine, Dubsmash ...

Remediação, convergência, conectividade, automação, interatividade, aleatoriedade, multiplicidade, fragmentação, coautoria, deslizamentos, completudes gradativas, tempo real, permutação ...

Interfaces interativas em dispositivos móveis conectados são ao mesmo tempo um enorme e variado parque de diversões e uma múltipla e complexa caixa de ferramentas criativas. O entretenimento está mudando e ele é participativo, convergente e multiplataformas. O objetivo avançado aqui visa a ativação de um radar ou o tecer de uma teia sócio-estético-cultural capaz de, identificar, discutir e conceituar 3 tipos de fenômenos, objetos, sensações, atitudes e/ou produtos em circulação no ciberespaço:

- 1 – novas formas, categorias, gêneros e/ou formatos de expressão criativa;
- 2 – redes sociais digitais dedicadas ao consumo e compartilhamento de conteúdo estético tradicional e/ou autoral, aqui denominadas redes sócio-estéticas digitais;
- 3 – princípios e modos de funcionamento na base do fascínio, interesse e atratividade exercidos pelas mídias digitais.

Tudo apontando para uma forte concorrência que a internet, particularmente as redes sociais digitais, passou a exercer junto às formas mais tradicionais de entretenimento ou de ocupação do tempo livre.

Ainda que possivelmente estejamos vivendo o auge da produção e do consumo de séries de TV, um formato “tradicional” de entretenimento, outros veículos, suportes, gêneros e formatos tradicionais como a TV aberta e também a fechada, o cinema, em salas apropriadas ou nas telinhas de computador, o teatro, a dança, a literatura, o rádio etc parecem perder cada vez mais espaço na briga pela atenção de consumidores culturais crescentemente ativos, criativos, curiosos e dispersos.

A sugestão mais “especulativa” que a reflexão aqui avançada deseja erigir é a de que estamos presenciando o surgimento, senão de novos gêneros artísticos, no mínimo de novos formatos criativos e de novos modos de entretenimento, diversão, prazer e experiência estética indissociavelmente ligados aos suportes, princípios e procedimentos computacionais, digitais que os viabilizam e caracterizam.

Tal como a arte fotográfica só se tornou possível, passando a existir e a ocupar um enorme espaço na cultura visual moderna graças a evolução do princípio da câmera escura e do daguerreótipo, ou a sétima arte que só se viabilizou com o advento do cinetoscópio e do cinematógrafo, de modo semelhante, o computador, os sistemas digitais, a linguagem binária, as interfaces gráficas voltadas para o usuário, a rede mundial de computadores, a banda larga, a web 2.0 etc estão dando lugar a novos gêneros artísticos ou formatos criativos que ainda temos dificuldade de reconhecer e nomear.

E não se refere aqui apenas às vertentes mais robustas e quase estabelecidas de arte tecnológica, computacional anualmente expostas em festivais de linguagem eletrônica. Coisas como projeções mapeadas, instalações interativas digitais, realidade virtual imersiva ou robótica. Tampouco ressalta-se outros formatos ou gêneros consolidados e em expansão, vale dizer videogames e canais de Youtube.

Ainda que representem dois dos mais fortes concorrentes das formas tradicionais de entretenimento e sejam bons exemplos de formas novas viabilizadas pela microeletrônica, pela informática e pelo ciberespaço, ambos constituem universos muito amplos, bifurcações distintas dos processos para os quais chama-se atenção aqui.

#### NOVOS FORMATOS CRIATIVOS

Ainda sem definir com muita precisão se se tratam de novos gêneros artísticos, tais como pintura, fotografia ou cinema, ou de manifestações mais simples e efêmeras que podemos nomear de postagens criativas, formatos estéticos, novas formas, categorias, gêneros e/ou formatos de expressão criativa, sugere-se e indica-se que formas originais, identificáveis e bem caracterizadas de intervenção online se multiplicam no ciberespaço, conquistando a atenção e o interesse de milhões de internautas.

Munidos das facilidades e das funcionalidades em permanente aperfeiçoamento das ferramentas digitais, inúmeras pessoas, particularmente os jovens, inventam de modo incessante novas e criativas maneiras de expressão na internet. As possibilidades de

captação, registro, edição, manipulação, interferência e remediação dos softwares e aplicativos com seus princípios de representação numérica, modularidade, automação, variabilidade e transcodificação cultural (MANOVICH, 2001) permitem quase todo tipo de hibridismo sígnico e diálogo intersemiótico.

Em um inventário rápido e absolutamente provisório podemos citar entre os tipos mais populares e recentes de postagem criativa: memes, gifs animados, micro-vídeos, *dubsmash*, prints da tela, *instant buttons* sonoros, emojis, microcontos, selfies e gameplays. Abaixo, uma rápida descrição de alguns deles.

### Memes

Provavelmente a mais popular e conhecida das formas de cultura participativa em prática na atualidade, os memes são um típico procedimento de apropriação criativa, de remediação de formas culturais tradicionais. Seja em seu formato estático, a partir de uma fotografia, ilustração ou fotograma de cinema, seja em sua expressão dinâmica, como um gif memético (INOCÊNCIO, 2015), memes quase sempre consistem de uma imagem descontextualizada ancorada por um título e uma legenda com objetivos humorísticos, irônicos ou sarcásticos.

Figura 1 - exemplo “clássico” de meme, em que uma imagem é retirada de seu contexto original e ressignificada pelo acréscimo de textos, em geral em duas fases, no topo e na base.

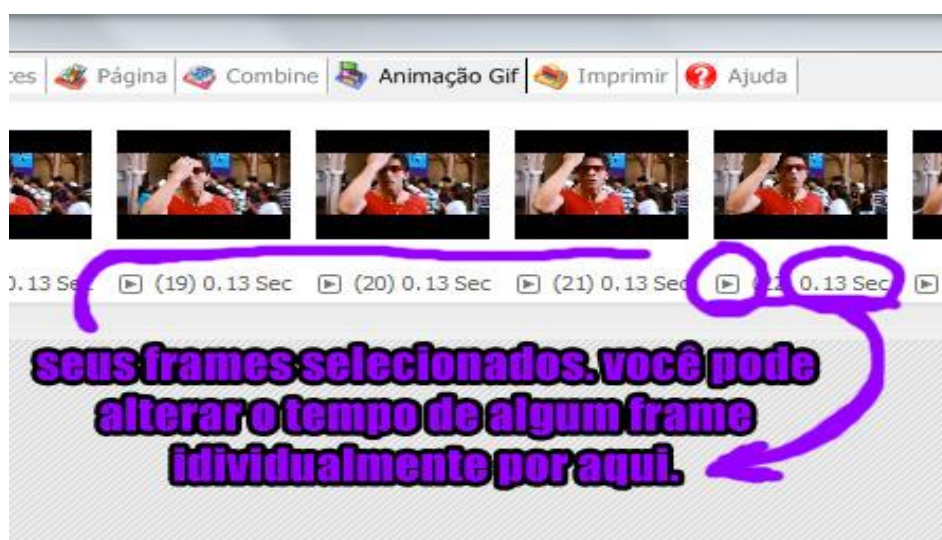


Fonte: < <http://www.obaoba.com.br/comportamento/noticia/10-comportamentos-que-so-uma-falsiane-tem> >

## GIFs animados

Gifs animados constituem uma espécie de animação formada por várias imagens no formato GIF compactadas em uma só que se repetem do início ao fim e de volta novamente, compondo um loop interminável. Em geral resultam de edições não tão simples de realizar que captam uma situação singular e exemplar, também com efeitos cômicos e humorísticos.

Figura 2 – Exemplo de tutorial para a criação de gifs animados



Fonte: <<http://tabbykink.blogspot.com.br/2012/05/tutorial-para-gifs-animados.html>>

## MICRO-VÍDEOS

Vídeos muito curtos, de até 15 segundos no máximo. Muito populares e fáceis de realizar com as câmeras dos smartphones, em alguns casos consistem em uma única tomada, em outras contam com uma edição frenética com vários takes. Comuns em redes sócio-estéticas digitais como o Vine, o Snapchat e recentemente no Instagram.

### WALLPAPERS (PAPÉIS DE PAREDE DIGITAIS)

Em geral derivados de pinturas, ilustrações ou fotografias, os papéis de parede são um excelente recurso para customizar interfaces digitais, dando uma “cara” nova para um dispositivo antigo. Gratuitos ou a baixo custo, inúmeros aplicativos dedicam-se a oferta continuada de pacotes de papéis de parede digitais, entre estes o “Pimpe o seu Ecrã”, algo como “decore ou enfeite sua tela”

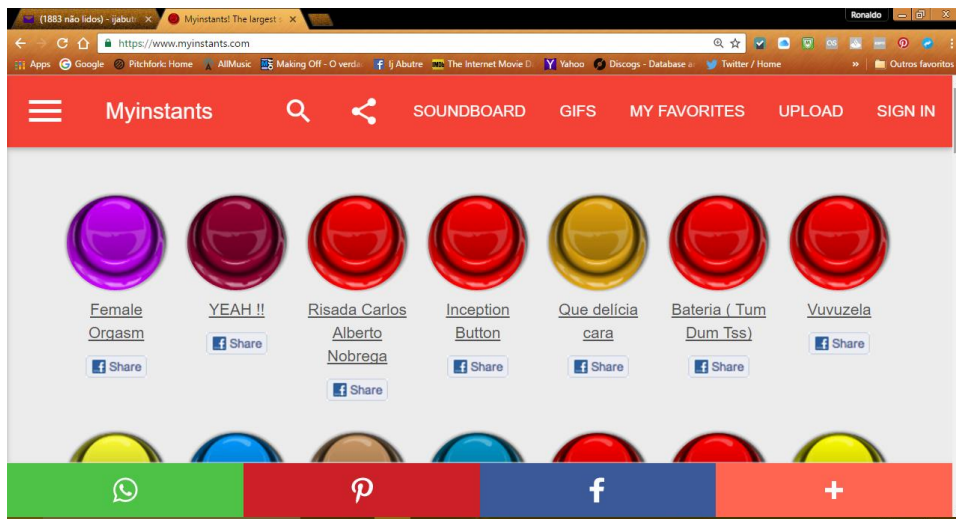
### TONS DE CHAMADA, ALERTAS, NOTIFICAÇÕES

Algumas vezes perturbadores, irritantes e inconvenientes, uma dimensão importante da estesia digital reside na multiplicidade de sons que envolvem o uso dos dispositivos computacionais. Assim como no caso dos papéis de parede, a customização aqui é um dos grandes atrativos. Do tom de chamada das ligações tradicionais, cada vez mais raras, aos alertas e notificações do WhatsApp ou do Instagram, praticamente toda e qualquer ocorrência pode ser sonorizada nas ambiências digitais. Trechos de música, sons naturais, reproduções sonoras de qualquer objeto conhecido, novos e diversificados valores afetivos povoam nosso cotidiano auditivo.

### ÁUDIOS E *INSTANT BUTTONS* SONOROS

Distintos dos descritos no tópico anterior, esse formato de postagem criativa consiste na captação ou produção e compartilhamento de falas jocosas, reações verbais exaltadas, manipulações de trechos musicais e vocalizações. Muito utilizados em conversas de WhatsApp, a intenção é mais uma vez cômica e irônica. Um único site na internet chega a disponibilizar mais de 50 mil *instant buttons*, nome atribuído pela empresa a esses áudios criativos

Figura 3 – Reprodução da página inicial do site *Myinstants* que disponibiliza áudios criativos



Fonte: < <https://www.myinstants.com/> >

#### PRINTS DA TELA

Outro modo prático, simples e rápido de obter uma composição criativa é através do recurso de captura, registro ou congelamento do que se mostra visível na tela do smartphone, tablet ou notebook. Alertas, notificações, papéis de parede, ligações telefônicas, hora do dia, toda uma multitude de signos se superpõem em um determinado instante na tela do dispositivo que pode ser “eternizado” com um simples toque simultâneo em duas teclas ou botões. Uma espécie de colagem ou palimpsesto não intencional, rapidamente avaliado como interessante pelo usuário, pode ser registrado e posteriormente compartilhado.

#### SMILEYS, EMOTICONS, EMOJIS E FIGURINHAS

Talvez o mais antigo exemplo de uso criativo da comunicação digital, emoticons – ícones que representam emoções – são quase tão ou mais utilizados quanto os próprios caracteres que compõem palavras e frases. Já estamos em plena era da comunicação híbrida composta de palavras, emoticons, figurinhas e gifs. Mais do que nunca uma imagem vale mais que mil palavras.

## MICROCONTOS

Gênero pouco conhecido, mas com adeptos apaixonados, o microconto, denominação questionável, é uma tentativa de narrativa instantânea compartilhada principalmente pelo Twitter. Também conhecidos por minicontos, contos de celular, nanoconto, minificção e microtexto, essas iniciativas poéticas em até 140 caracteres se apoiam na conhecida ideia de que se arte não salva o mundo, pelo menos ilumina o instante.

## VÍDEOS DE GAMEPLAY

Para concluir essa breve e incompleta lista de novos formatos criativos, importante citar o expressivo crescimento do público que acompanha o registro em vídeo da performance de jogadores de games. Disponíveis sobretudo em canais do YouTube, os vídeos de gameplay consistem em geral na captação do que ocorre na tela durante o desenrolar de um jogo eletrônico. Durante as etapas e fases que vão sendo superadas, o áudio do jogo é diminuído e o *gamer* comenta seu próprio desempenho e as estratégias para ir avançando.

## REDES SÓCIO-ESTÉTICAS DIGITAIS

Para além das redes sociais digitais mais conhecidas e utilizadas – Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram e Twitter – recheadas de postagens criativas, desses novos formatos estéticos citados acima, uma outra categoria de rede social tem ganhado espaço e atenção crescente. Dedicadas exclusivamente a conteúdos criativos, estéticos ou artísticos, elas acabam por se constituírem em um misto de ateliê, laboratório, showroom e museus digitais, com todas as funcionalidades que só as interfaces numéricas podem oferecer.

Estamos falando de plataformas como Snapchat, Pinterest, Tumblr, Google+, PicsArt, DeviantArt, Soundcloud, Musical.ly, Vine, Dubsmash, entre outras. Dado o caráter predominantemente estético, artístico ou criativo/autoral, sugerimos denomina-las de redes sócio-estéticas digitais, distinguindo-as das redes sociais digitais tradicionais.



Para o escopo desse trabalho vamos destacar apenas 3 delas, particularmente representativas do entretenimento alternativo contemporâneo que vimos sugerindo.

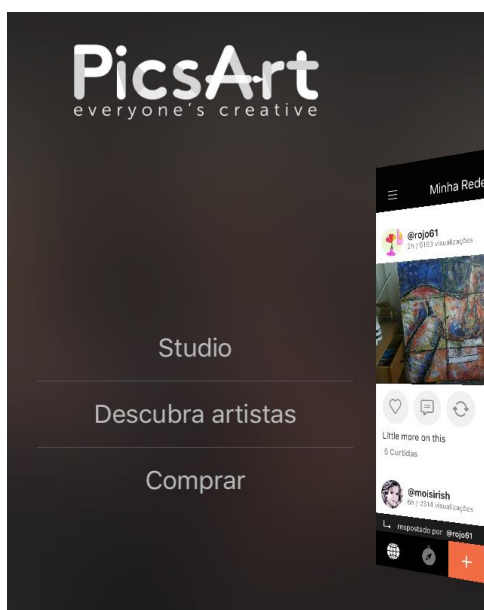
## DEVIANTART

Seu slogan já diz tudo. Precisamente dentro do espírito aqui apontado, a DeviantArt é uma rede sócio-estética digital que incita ao cultivo de nossa natureza criativa. Auto-proclamando-se como a maior comunidade social online para artistas e entusiastas por arte, permite que as pessoas se conectem através da criação e do compartilhamento de conteúdo artístico.

A maior parte do conteúdo encontrado nessa plataforma alinha-se com algum dos gêneros e formatos artísticos que podemos considerar tradicionais: pinturas, desenhos, ilustrações, fotografias etc. O aspecto “novo” nesse caso fica por conta do modo de disposição das imagens e o caráter interconectado de seu consumo.



## PICSART



“Todo mundo é criativo”. De modo semelhante, nesse interface o convite e a provocação é para criar, interferir, reconfigurar. Mais do que apenas uma rede social de compartilhamento de obras, o PicsArt é um editor de fotos e oferece inúmeras ferramentas para fazer edições de imagens, trabalhos artísticos, colagens de fotos, desenhar e pintar pela tela do telefone, e se comunicar com outros artistas que “aderiram à missão de embelezar o mundo”.

## PINTEREST

O Pinterest é uma ferramenta criativa online para colecionar e organizar coisas que as pessoas gostam. É possível compartilhar conteúdo visual que permite aos membros anexar ou prender com um alfinete digital (“pin”) imagens, vídeos e outros objetos como que em uma lousa também digital (pinboard).

O Pinterest inclui também ferramentas de uma rede social tradicional que permite que os usuários se conectem e sigam uns aos outros. Bastante cuidadoso na seleção das imagens compartilhadas, um dos recursos mais atraentes e viciantes da plataforma é o recurso de busca por imagens semelhantes. Uma vez reconhecido um padrão agradável ou interessante, basta deslocar uma espécie de cursor sobre ele para encontrar inúmeras outras imagens semelhantes.

## PRINCÍPIOS E MODOS DE FUNCIONAMENTO NA BASE DO FASCÍNIO, INTERESSE E ATRATIVIDADE EXERCIDOS PELAS MÍDIAS DIGITAIS

Simultaneamente, no polo da experiência sensível do fruidor cultural, a contemplação e o consumo de grandes narrativas (filmes e livros), de composições sonoras elaboradas (álbuns musicais), de representações visuais figurativas e abstratas (pinturas, esculturas e fotografias) começam a rivalizar com outros princípios,

propriedades e atitudes estéticas igualmente sedutoras e intensas: movimentos de transformação – apropriação, conversão, aplicação e utilização (FLUSSER, 1971); colaboração e compartilhamento; exploração do “potencial que os dispositivos tecnológicos apresentam para a criação de efeitos estéticos, quer dizer, efeitos capazes de acionar a rede de percepções sensíveis do receptor, regenerando e tornando mais sutil seu poder de apreensão das qualidades daquilo que se apresenta aos sentidos” (SANTAELLA, 2007, p. 255); tendência de proporcionar ao fruidor um campo de probabilidades capaz de estimular opções operativas ou interpretativas diferenciadas

a “atenção deverá deslocar-se da mensagem, enquanto sistema objetivo de informações possíveis, para a relação comunicativa entre mensagem e receptor: relação na qual a decisão interpretativa do receptor passa a constituir o valor efetivo da informação possível” (ECO, 1971, p.131 APUD PRAUDE 2016).

Diferentemente das propriedades e características que nos atraem e comovem na contemplação e consumo de gêneros artísticos tradicionais, acreditamos poder afirmar com segurança que outros princípios estão em operação na base das experiências estéticas proporcionadas por interfaces digitais. Em um inventário igualmente provisório podemos citar: aleatoriedade (*random, shuffle*), não-linearidade, sucessão de intensidades, estado de abertura, sensação de estar no controle (em oposição ao que ocorre nas mídias massivas), consumo criativo, apropriação, interatividade, fascinação por abas e janelas, multiplicidade de estímulos, curiosidade etológica, o cérebro buscando novidade o tempo todo – estar motivado, estimulando o sistema de recompensa, fragmentação, o prazer da copresença, estética da partilha, inserção imersiva dos sentidos físicos, estou aqui e estou lá com todos, comoção e gratidão por toda disponibilidade e oferta, comunidades afetivas de base estética; self streaming: envio contínuo online em tempo real de informações sobre si mesmo etc

Constata-se o surgimento de novas práticas de consumo surgidas com o advento das mídias computacionais (ou digitais), novos modos de apreensão da cultura a partir de sua digitalização. Práticas como o compartilhamento, a interatividade, a folksonomia, os downloads, as customizações, o armazenamento, a convergência midiática.

Afirma-se o princípio de que o tempo dedicado à navegação no ciberespaço indica a ativação do sistema de recompensa dos interatores, gerando prazer, interesse, concentração e motivação, características de uma certa concepção de experiência estética.

Incluimos aqui uma ampla gama de fenômenos que engloba desde o acesso e fruição de manifestações artísticas tradicionais como música, cinema ou pintura, quanto o que podemos chamar de uma *flânerie* digital (PERISSÈ, 2008) presente na navegação do ciberespaço, no uso das redes sociais e no pular de galho em galho nos gadgets dos smartphones modernos, iphone e androids à frente.

Tanto as novas práticas de consumo culturais quanto os prazeres que elas proporcionam só se materializam graças a alguns princípios emersos do encontro das máquinas midiáticas (negativos, cds, livros) com as máquinas computacionais. Essas novas interfaces como que captaram, graças a esses princípios, alguma constante muito básica e primitiva de nossas motivações estéticas.

A velocidade de transmissão de dados, plataformas de compartilhamento p2p, redes sociais, entre outras são também fundamentais para entender os modos como nos divertimos e nos distraímos na atualidade. Mudam os modos de sentir e perceber. O consumir é substituído pelo acumular. Multiplicam-se os HDs externos e os bancos de dados. O prazer concentra-se mais no “operation has been completed” do que propriamente no fruir da obra acessada.

Simultaneidade, instantaneidade, diversidade, mutação, superficialidade, dispersão, compulsão, superabundância, acúmulo, prazer do armazenamento, da coleta, da coleção mais do que da fruição propriamente dita. A estética touch, o escorregar, o deslizar, o reagir ao toque sensível... Os atalhos, as teclas... A passagem do tempo, a percepção da passagem do tempo... Quando se salta de um estímulo para outro ininterruptamente o tempo é achatado... Não há tempos mortos... A estética do *shuffle*, a recepção aleatória de músicas, a subversão da concepção do artista... Os diálogos em balões nas mensagens de texto... O vibrar, as vibrações, um suave balanço entre as mãos... Os alertas.

## PARA JÁ

Ciente da incompletude e provisoriedade dos fatos e sugestões acima elencados, conclui-se essa reflexão apontando para uma dupla necessidade. Primeiro a de identificar novas formas de expressão criativa em constante mutação e emergência no ciberespaço, suas características e modos de atuação. Segundo a de reconhecer a relevância dessas manifestações, de uma cultura popular, participativa e democrática.

Além disso, evidencia-se o desafio de mapear culturas e sensibilidades mutantes que apontam para novas formas de entretenimento e de experiências estéticas que sem necessariamente comprometer o público ou a audiência das formas artísticas tradicionais, sugerem uma importante ampliação do universo sensível e cognitivo do consumidor cultural contemporâneo.

## Referências

FLUSSER, V. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

MANOVICH, Lev. The language of new media. London: The MIT Press, 2000.

PERISSÉ, A. P. A *flânerie* hipermoderna em uma *urbis* simulada: os novos vagabundos iluminados digitais. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, UERJ, Rio de Janeiro, ano 8, n. 2, p. 447-459, 1º semestre de 2008.

PRAUDE, Carlos C. Tecnologia Móvel, Arte e Estética da Comunicação. Disponível em: < <http://www.medialab.ufg.br/art/anais/textos/CarlosPraude.pdf> >. Acesso em 26/09/2016.

SANTAELLA, Lúcia. Cultura e Artes do Pós-Humano. São Paulo, Paulus, 2007.