

Narrativas cíclicas do GIF Animado: A visibilidade do invisível

Animated GIF circular Narratives: The visibility of the invisible

ASSUNÇÃO GONÇALVES DUARTE

Universidade Nova de Lisboa, Faculdade
de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de Comunicação da NOVA — ICNOVA
assuncaoduarte@campus.fcsh.unl.pt

Resumo

Mais ágil do que uma fotografia, que capta o momento, e menos exigente do que um vídeo, que capta uma sequência de momentos, o GIF animado consegue isolar a dinâmica do momento, eternizando-a na repetição. Ao limitar o enquadramento temporal imediato de um instante, o GIF expõe o que é de natureza invisível e expande a sua interpretação a cada repetição cíclica. Este artigo é uma experiência visual que explora graficamente a forma como esta narrativa intensifica o processo de atribuição de significado. Sugere uma representação visual sobre o olhar que o GIF empresta à percepção e construção do mundo real dentro do mundo virtual, expondo a sua natureza de mediador, entre conteúdo e fruidor (utilizador), e a sua afinidade orgânica com o meio digital. O formato foi materializado no projeto HOMINIDAE, através da construção de mini narrativas cíclicas sobre grandes primatas. O propósito foi experimentar e observar o seu potencial para a criação de vínculos visuais e de empatia entre o fruidor humano e a sua família biológica do reino animal. A experiência integra o projeto de Doutoramento em Medias Digitais do autor, intitulado: “GIFs animados

Palavras-chave

no jornalismo digital: impacto nas narrativas visuais do jornalismo e na cultura participativa”.

GIF animado | narrativa digital | narrativa cíclica

Abstract

More agile than a photograph, that captures the moment, and less demanding than a video, which captures a sequence of moments, the animated GIF manages to isolate the moment dynamics and eternalise it through repetition. When limiting the time frame of an instant, the animated GIF shows the invisible and expands its interpretation with each *loop*. This article explores how GIF narratives intensify attribution of meaning. It is a visual suggestion for the look GIF format gives to the human perception and construction of the real world within the virtual world, exposing its nature as mediator — between content and enjoyer (user) — and its organic affinity with the digital medium. The format was used in the HOMINIDAE project to create mini circular narratives about great apes. The purpose was to experiment and observe its potential for creating visual and empathic bonds between the human user and his biological family in the animal kingdom. The experience is part of the author’s PhD project in Digital Media, entitled: “Animated GIFs in digital journalism: impact on journalism visual narratives and in participatory culture”.

Keywords

Animated GIF | digital narrative | circular narrative



HOMINIDAE

NOVAS NARRATIVAS VISUAIS emergiram do impacto da tecnologia na cultura da informação e comunicação. O GIF animado é uma delas. Vive do poder de síntese e popularizou-se como linguagem visual associada ao entretenimento. Absorve as artes tradicionais da representação do mundo — fotografia, vídeo, pintura — oferecendo-lhes um enquadramento genuinamente digital. O GIF animado é um símbolo da cultura *remix*, criada e popularizada pela internet, num modelo de comunicação sustentado pela permanente recontextualização de conteúdos.

Recorrendo a uma tecnologia de animação primitiva, o GIF não é demasiado exigente para o fruidor. Permite atingir o clímax narrativo em poucos segundos, é de fácil manipulação, já que exige poucos recursos de produção e partilha, e oferece a repetição imediata, em eterno *loop*, de uma experiência de visualização que se move entre a emoção sentida e o significado apreendido. O GIF animado satisfaz ainda um anseio recorrente do homem: a vontade de representar e manipular o tempo e o movimento, numa simulação degradada e hipnótica da realidade, capaz de transmitir a sua visão subjetiva sobre a mesma.

Este é um dos segredos da longevidade bem sucedida do *Graphics Interchange Format*, que há mais de 30 anos absorve, incorpora e dita tendências narrativas dentro de um modelo de comunicação digital em permanente transformação. Mas há mais. Este arquivo de compressão de imagens, criado em 1987 para oferecer grafismo a uma internet fraca em velocidade e recursos, resistiu bem ao aparecimento de formatos visuais mais sofisticados e que apresentam imagens de melhor qualidade. Essa perseverança parece estar intimamente relacionada com o seu uso colaborativo, muito distante do culto do autor. Esse uso constitui a sua forma muito própria de autoria (Eppink 2014) e em poucos anos transformou um formato meramente técnico, num recurso de linguagem verbal e gestual, capaz de proporcionar modelos de representação do mundo, de consciência e até de identidade. Esta linguagem híbrida garante que diferentes tipos de GIFs — humor, reação, *replay*, arte, ciência, educação, imersivo, *sticker* (*badges*, *emojis*) — tenham fronteiras maleáveis e difíceis de traçar, contribuindo ainda mais para o seu significado polissêmico.

As narrativas cíclicas do GIF animado continuam a conquistar novos “territórios”. Já garantiram um lugar no paradigma tecnológico da IoT (*Internet of Things*) onde chamaram a si o papel de mediador entre dispositivo electrónico e utilizador. São elas que solicitam a atenção do homem para a máquina, garantindo-lhe que esta está “viva” e a “comunicar”, enquanto executa um qualquer procedimento ou exige que o utilizador o faça. O GIF animado permanece em *replay* no interface do dispositivo até que esse procedimento seja concluído, pela máquina ou pelo humano, como testemunha o simples exemplo da animação em *loop* — três pontos em movimento — enquanto o utilizador escreve uma mensagem nas aplicações de conversação online (Mccarthy 2017, 116).



Mas ainda mais significativo para a continuidade do formato é o facto de muitas destas narrativas visuais cíclicas já não serem um ficheiro com a extensão .gif, mas um artefacto similar, em *autoplay*, em *loop* contínuo e em silêncio, que simula na perfeição o comportamento inconfundível de um GIF. Aparentemente o GIF animado criou tendências de visualização de conteúdo online que as narrativas digitais noutros formatos absorveram (por exemplo: os *reels* do Instagram ou os vídeos do TikTok), até fora do contexto do entretenimento (por exemplo: nas narrativas jornalísticas ou os conteúdos educativos). Aquilo que caracteriza tecnicamente o GIF

animado — um ficheiro que exhibe vários frames com um delay pré-determinado — é hoje muitas vezes um MP4, um WebM, um SVG ou outro formato técnico mais eficiente na atual infraestrutura digital, mas programado para continuar a oferecer uma gif like experience (Isaiah 2018).

A migração da comunicação humana para suportes técnicos mais evoluídos e específicos (linguagem oral, alfabeto, papel, computadores) afetou profundamente o mecanismo humano da percepção e é previsível que uma humanidade “sempre-online” esteja já a adaptar os seus mecanismos neurológicos ao uso intensivo da tecnologia digital. A popularização da cultura *Giftable* emana características deste *homo digitalis* em emergência, como a sua maior criatividade, adaptabilidade e rapidez na interação e comunicação, exercidas numa vivência mista, partilhada entre o mundo real e o mundo virtual. Dotado de um raciocínio mais paralelo do que linear, o novo *homo* afirma-se numa linguagem digital com a imagem, omnipresente, que estimula mais a sua capacidade de visualização do que de verbalização, com preceitos de funcionamento similares aos das culturas orais pré-escrita.

A “experiência GIF” materializa as ajudas cognitivas oferecidas pela imagem ao mecanismo de percepção humano: o poder mnemónico (torna fácil ao nosso cérebro lembrar detalhes fotograficamente); a capacidade para se tornar um ícone (ajudando-a a servir como exemplo para futuras aplicações e generalizações); o impacto estético (que nos liga com maior intensidade a cores e formas do que à escrita); e o poder afectivo (capaz de criar emoção e empatia lógica).

As teorias da psicologia e da psicanálise apontam a repetição como um processo essencial para que o homem possa viver e reviver experiências, ensaiando novas respostas em segurança, processo que se revelou essencial para a sua sobrevivência enquanto espécie. O GIF animado reforça o efeito cognitivo ao acrescentar o conforto e o prazer hipnótico que a repetição proporciona à mente humana. A apropriação das diferenças que o olhar deteta a cada novo *loop*, tornando-as progressivamente familiares, trabalha claramente ao nível da criação de ligações emocionais, algo que os nossos cérebros parecem estar pré-destinados a procurar. Quanto às emoções que promove, a sobrevivência do Gif animado no meio digital aponta para uma selecção natural que tornou popular o uso e partilha de GIFs que despertam emoções consideradas positivas, como a alegria, empatia ou admiração (ex: os GIFs de entretenimento e prazer, com conteúdos humorísticos e/ou sexuais), e reduziu a criação e partilha de GIFs que podem despertar emoções consideradas negativas como o horror, a irritação, a ansiedade ou o aborrecimento (GIFs com conteúdo chocante, violento ou opticamente desconfortável são pouco populares). Ainda que o GIF em contexto “negativo” possa sobreviver em nichos da comunicação digital (artístico ou cultura *underground*) onde a sua utilização pode explorar propositadamente os chamados “sentimentos feios”, como Sianne Ngai os identifica no seu livro *Ugly Feelings* (2005), o seu ADN é muito mais

partilhado com o mundo do entretenimento “positivo”, e prolifera por isso mesmo como escape, quer para o fruidor fugir da realidade mais ou menos adversa do seu dia-a-dia quer para abordar temáticas-trauma, suavizando-as através do humor. Essa seleção foi igualmente incentivada pelas grandes plataformas agregadoras de GIFs animados que limitam a publicação dos conteúdos agressivos ou violentos (Giphy, Tumblr e outras).

Se para o *homo digitalis* a ligação emocional com o conteúdo digital poderá estar cada vez mais acessível, a ligação racional tende a ser cada vez mais árdua de con-

seguir, dificultada pela permanente saturação de estímulos do mundo digital e pela ausência do “contraditório”, fruto das bolhas de conteúdo em que vive. A repetição das narrativas GIF habita o fugaz e precário instante de conexão entre a emoção imediata, que cria o momento de atenção, e a produção de significado lógico que pode permanecer no fruidor. E, tal como na música em que a repetição constante de uma melodia dá a ilusão ao ouvinte de fazer parte da mesma, a repetição visual transforma um observador passivo num observador participativo.

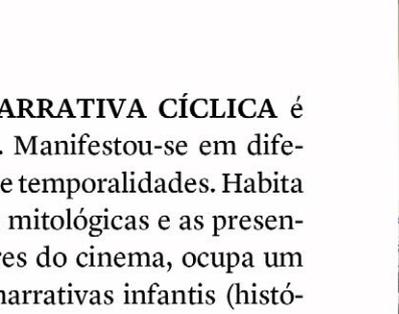
A repetição é transformadora para quem a vê.



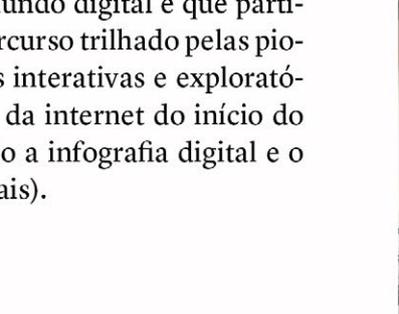
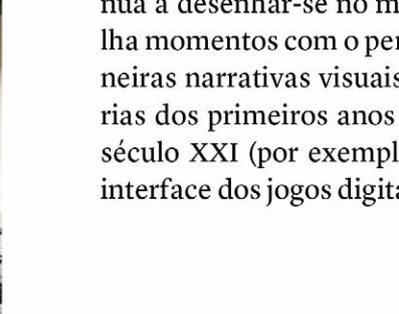
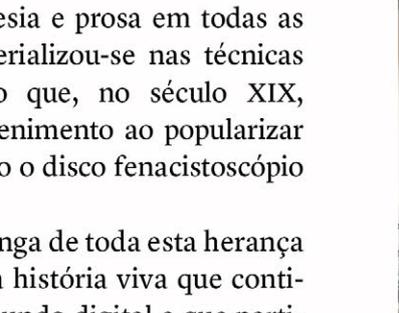
A CADA NOVO CICLO DE REPETIÇÃO, o momento e o movimento vão ficando mais claros e definidos. A cada nova passagem, o foco pode centrar-se num novo pormenor. A cada nova visualização, um movimento invisível, comum e mediano, transforma-se em algo muito diferente. A percepção das imagens e a ligação emocional criada com essas imagens e tudo que vive no seu movimento perpétuo, constroem e reconstróem o seu significado.



A ATRAÇÃO PELA NARRATIVA CÍCLICA é anterior ao meio digital. Manifestou-se em diferentes culturas, religiões e temporalidades. Habita as longínquas narrativas mitológicas e as presentes narrativas não lineares do cinema, ocupa um lugar fundamental nas narrativas infantis (histórias e canções) e na poesia e prosa em todas as épocas e culturas. Materializou-se nas técnicas primárias de animação que, no século XIX, uniram ciência e entretenimento ao popularizar brinquedos ópticos como o disco fenacistoscópio ou o disco taumatrópio.



O GIF animado comunga de toda esta herança e soma conteúdo a uma história viva que continua a desenhar-se no mundo digital e que partilha momentos com o percurso trilhado pelas pioneiras narrativas visuais interativas e exploratórias dos primeiros anos da internet do início do século XXI (por exemplo a infografia digital e o interface dos jogos digitais).

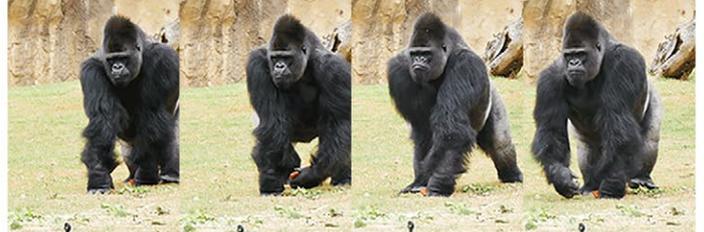




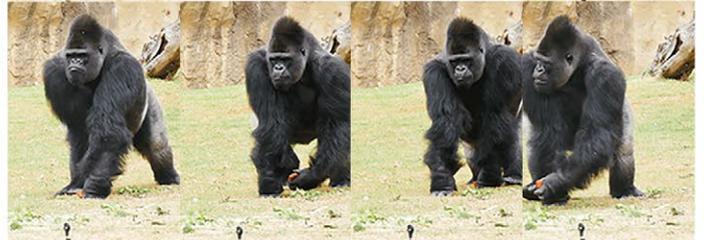
POR MOMENTOS, o GIF animado partilha com a ciência a capacidade de isolar, gravar, reproduzir e dar visibilidade a fenômenos invisíveis do real. A sequência de movimento, quando extraída do seu contexto natural, expõe a natureza do próprio movimento. Os primeiros estudos de Eadweard J. Muybridge, em 1878, com fotografias sequenciais do galope de um cavalo visionadas em fluxo permanente, são o primeiro testemunho desta circunstância. O GIF animado habita os princípios básicos da percepção humana (as leis da Gestalt e teorias da forma). O nosso olho detecta com maior facilidade as diferenças entre duas imagens quase idênticas, se as observar através do movimento repetido da sua sobreposição e não de forma estática, lado a lado. É no *loop* constante que vive o que não se vê ao primeiro olhar.



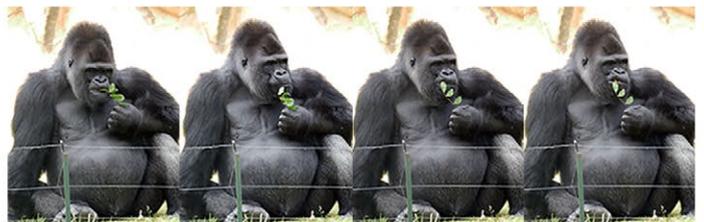
a repetição
não anula
a expectativa



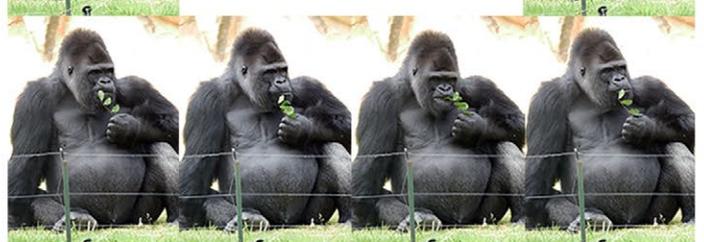
a repetição
revela e elabora
o conteúdo



o estranho
dá lugar
ao familiar



o familiar
dá lugar
ao conforto



um estímulo
visual difícil
de verbalizar



um instante
impresso
na memória



NAS DUAS PRIMEIRAS DÉCADAS do século XXI, o interface digital lógico e linear, herdado da comunicação em papel, foi paulatinamente substituído por um interface intuitivo, não linear, que fez a navegação perder menus e botões. A palavra interatividade, que atraía os primeiros entusiastas da internet, cedeu popularidade à palavra imersão, que funde meio e utilizador no contínuo de uma experiência sensorial (visual, sonora, tátil), que transporta o fruidor para uma localização e para um momento que não é o seu, mas onde ele passa a ser a peça fundamental. Os dispositivos de realidade virtual (RV) são o expoente máximo da chamada economia da imersão do meio digital. Fazem já parte do mundo dos jogos e do entretenimento e é expectável que possam vir a ter diversas utilizações, inclusive medicinais (Banakou et al. 2018). Mas estamos apenas a viver os primórdios da RV, que é ainda encarada com algumas reservas, fruto dos efeitos negativos detectados sobre a saúde física e mental dos utilizadores, dos custos excessivos para a sua

criação e uso. Os encontros digitais com um GIF animado, muito menos exigente que um formato de RV, mas imersivo o quanto baste para absorver a total atenção do fruidor, garantem uma tímida, mas consistente entrada nesta nova economia da imersão. Funcionam igualmente como um mecanismo de compensação para o síndrome de ansiedade provocado pelo estímulo constante e incontrolável, proveniente do mundo digital — o FOMO (*fear of missing out*) (Hodge 2020, 70). A imersão nas micro narrativas do GIF proporciona o conforto e a segurança de saber o que vai acontecer no *replay*. Esta interação tecnicamente descomplicada, que não requer aprendizagem digital e permite parar quando se quiser, sem perder nada do que supostamente existe para se ver, constitui para o fruidor um lugar de alívio, para onde pode fugir da pressão permanente do mundo virtual e real.

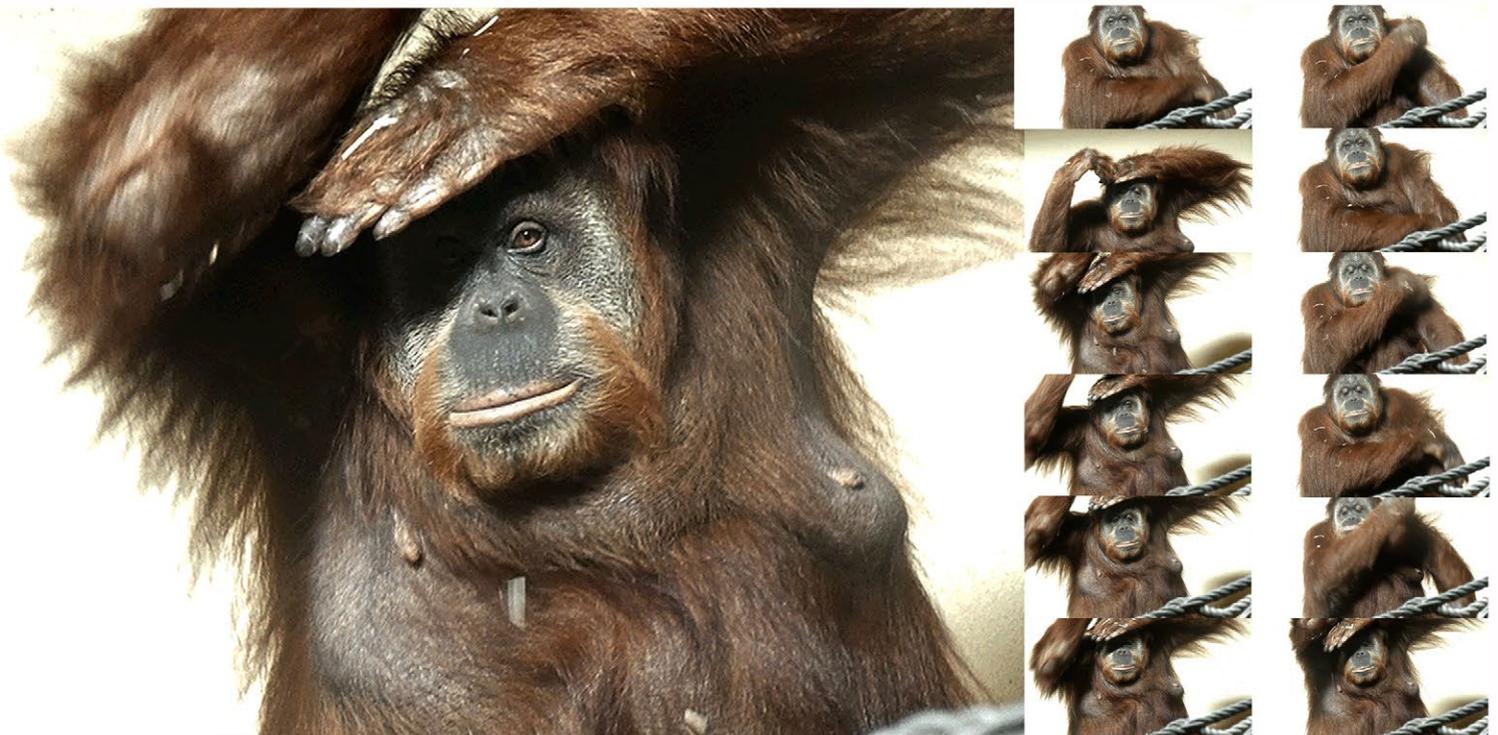
imersão

a sensação de estar lá

a credibilidade de ver

a emoção de sentir

a intenção de partilhar



Visualizar um GIF animado imersivo proporciona um estado de inconsciência visual para o real que nos envolve — o real torna-se invisível dentro do real. Paradoxalmente, esta fuga à realidade propicia-nos um estado de maior consciência visual para aspectos específicos desse real — o real torna-se visível dentro do virtual.

OS BRINQUEDOS ÓPTICOS do século XIX garantiam um envolvimento corporal com o movimento mecânico das imagens em *loop*. No GIF animado, a herança dessa relação corporal parece continuar latente na dinâmica permanente entre um *play* e um *stop* invisíveis, que atribuem à narrativa um enquadramento de videogame (Hodge 2020, 72). O “controlo físico” sobre o jogo GIF desdobra-se em duas vertentes. A primeira traduz-se na certeza que o “jogador” tem de conseguir repetir por defeito e sem esforço a visualização que lhe agradou e de poder abandonar o jogo a qualquer momento, logo que fique cansado, incomodado ou desinteressado. Só a impressão lenticular 3D — capaz de transportar os *frames* do GIF animado para o mundo analógico — devolveria o controle da experiência GIF ao corpo humano, tal como os antigos brinquedos ópticos faziam, gerando novas dinâmicas de usufruto para as narrativas cíclicas na atual economia da imersão. A segunda vertente do controlo físico sobre o GIF passa pela sua apropriação e recontextualização. Ela pode ser feita através da simples partilha, noutra contexto, ou através da sua transformação, acrescentando ou retirando porções do seu conteúdo (imagens, texto ou dinâmicas de visualização). É no carácter polissémico do GIF animado que reside a sua maior riqueza, mas também o maior risco quando utilizado como veículo de conteúdos ou mensagens direcionadas a um contexto ou público específicos. Uma vez criado, o GIF animado ganha vida própria no uso a que é submetido. Por exemplo, o elo emocional de ligação estabelecido por qualquer um dos GIFs do projeto Hominidae poderá ter desdobramentos imprevisíveis numa vivência conquistada online. Os laços criados pela sua visualização, tanto podem contribuir para uma reconciliação entre espécie humana e espécies não humanas, como para uma ludificação (*gamification*) das espécies focadas em contextos menos lisonjeiros. Outro risco está relacionado com o despoletar de emoções de baixa intensidade afectiva que podem conduzir ao “entorpecimento”. Se por um lado o GIF hominidae pode desenvolver empatia originada na curiosidade ou mesmo estupefação pelo momento exposto, ambos aliados da atenção, ele pode também contribuir para criar entorpecimento e tédio, emoções que marcam a pós-modernidade das sociedades ocidentais (Ngai 2005, 268).

É possível, no entanto, no momento da sua construção, pré-programar algumas das prováveis vivências que o GIF animado poderá vir a ter, potenciando ou desacelerando determinadas reações emocionais e criando estados de receptividade adequados ao tema veiculado. Isso é evidente no caso dos Gifs que consideramos imersivos ou por exemplo, na escolha do tipo de imagens a utilizar em temáticas sobre sustentabilidade e conservação como as focadas no projeto Hominidae (Climatevisuals 2021). GIFs com imagens violentas ou negativas envolvendo estas espécies, chamam menos a atenção e mais facilmente “morrem” no uso colaborativo, uma vez que,

para o instante focado, ativam o processo de defesa pelo esquecimento, despoletado sempre que a mente é confrontada com experiências que provocam traumas ou emoções negativas. Outra estratégia de pré-programação do percurso de usabilidade do GIF, é a aplicação das quatro grandes fases do arco dramático à sua micro narrativa: a exposição, a crise-complicação, o clímax e a resolução. Esta é uma estrutura universal de storytelling, identificada como a que mais facilmente cativa a atenção do cérebro humano (Zak 2013). Quanto mais esta aplicação à micro narrativa é bem sucedida, maior será o envolvimento do visualizador com o GIF, garantindo que, no processo de partilha e de recontextualização, ele irá preservar em maior grau a originalidade do conteúdo que mais o comoveu e com o qual desenvolveu maior empatia. A própria definição da dinâmica e do tempo de transição entre frames é um requisito importante para uso dessa narrativa. Por exemplo, um GIF animado com cores demasiado cintilantes e intermitentes, ou imagens com padrões repetitivos de alto contraste e apresentadas com demasiada rapidez, pode ter efeitos físicos negativos e mesmo nocivos, por exemplo junto de visualizadores com epilepsia fotossensível (Mozilla 2021).



O PROJECTO HOMINIDAE — hominidae.pt

Os animais fotografados para o projeto Hominidae vivem sob cuidado humano no Jardim Zoológico de Lisboa.

Através do GIF animado, foram criadas micro narrativas visuais que convidam o visualizador a entrar no mundo dos homínidos ao observar mais de perto três dos quatro grandes primatas que constituem esta família no reino animal: o Orangotango (*Pongo abelii*), o Gorila (*Gorilla*) e o Chimpanzé (*Pan troglodytes*). O quarto membro é o homem (*Homo*).

Pequenos períodos temporais da vida destes animais foram transportados para o formato GIF, imortalizando e intensificando algumas das suas características físicas, comportamentos e hábitos. A manipulação do formato procura criar elos de ligação capazes de aproximar o Humano (*Homo sapiens*) dos seus familiares que compõem a família hominidae.

* nome científico da espécie

Bibliografia

- Banakou, Domma, Sameer Kishore, and Mel Slater. 2018. "Virtually Being Einstein Results in an Improvement in Cognitive Task Performance and a Decrease in Age Bias." *Frontiers in Psychology* 9: 917. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00917>.
- Becker, Mark. 2012. "Negative emotional photographs are identified more slowly than positive photographs." *Attention, Perception & Psychophysics* 74: 1241-1251. <https://doi.org/10.3758/s13414-012-0308-x>.
- Climate visuals. 2021. "The seven climate visuals principles." Climate communication. <https://climatevisuals.org/evidence/>.
- Dean, Jonathan. 2019. "Sorted for Memes and Gifs: Visual Media and Everyday Digital Politics." *Political Studies Review* 17, no 3: 255-266. <http://eprints.whiterose.ac.uk/137096/>.
- Eppink, Jason. 2014. "A Brief History of GIFs." *Sage Journals*. Journal of visual culture 13, no 3: 298-306. <https://doi.org/10.1177/1470412914553365>.
- Gradinaru, Camelia. 2018. "GIFs as floating signifiers." *Sign Systems Studies* 46, no 2/3: 294-318. <https://doi.org/10.12697/SSS.2018.46.2-3.05>.
- Hodge, James J. 2020. "The Subject of Always-On Computing: Thomas Ogden's 'Autistic-Contiguous Position' and the Animated GIF." *Parallax* 26, no 1(September): 65-75. <https://doi.org/10.1080/13534645.2019.1685780>.
- Isaiah, Ayo. 2018. "Improve Animated GIF Performance With HTML5 Video." *Smashing Magazine*. Novembro 5, 2018. <https://www.smashingmagazine.com/2018/11/gif-to-video/>.
- Marmo, Lorenzo. 2016. "Looping, laughing and longing: the animated GIF in the contemporary online environment." *Comunicazioni sociali*, no 1: 78-86.
- Mccarthy, Anna. 2017. "Visual Pleasure and GIFs." In *Compact Cinematics: The Moving Image in the Age of Bit-Sized Mediam* edited by Pepita Hesselberth and Maria Poulaki, 113-122. *Bloomsbury*.
- Miltner, Kate M. and Tim Highfield. 2017. "Never Gonna GIF You Up: Analysing the Cultural Significance of the Animated GIF." *Sage Journals*. Social Media + Society 3, no 3. <https://doi.org/10.1177/2056305117725223>.
- Montag, Christian and Sarah Diefenbach. 2018. "Towards Homo Digitalis: Important Research Issues for Psychology and the Neurosciences at the Dawn of the Internet of Things and the Digital Society." *Sustainability* 10, no. 2: 415. <https://doi.org/10.3390/su10020415>.
- Mozilla. 2021. "Web accessibility for seizures and physical reactions". Mozilla MDN Web Docs. https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/Accessibility/Seizure_disorders.
- Ngai, Sianne. 2005. *Ugly feelings*. Harvard University Press.
- Ross, Andrew S., and Damian J. Rivers 2019. "Internet Memes, Media Frames, and the Conflicting Logics of Climate Change Discourse." *Environmental Communication* 13, no 7: 975-994. <https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1560347>.
- Shoreman-Ouimet, Eleanor, and Helen Kopnina. 2014. "Reconciling ecological and social justice to promote biodiversity conservation." *Biological Conservation* 184, (April): 320-326. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2015.01.030>.
- Zak, Paul. J. 2013. "How Stories Change the Brain." *Greater Good Magazin*. December 17, 2013. https://greatergood.berkeley.edu/article/item/how_stories_change_brain.
- "Everybody experiences far more than he understands. Yet it is experience, rather than understanding, that influences behaviour." Marshall McLuhan

Nota biográfica

A autora é designer e escritora de conteúdos freelancer e está a fazer o doutoramento em Medias Digitais na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. O seu projeto de investigação está associado ao ICNOVA/ INOVA Media Lab e é sobre o tema “GIFs animados no jornalismo online: impacto nas narrativas visuais do jornalismo e na cultura participativa”.

ORCID iD

[0000-0002-8231-3945](https://orcid.org/0000-0002-8231-3945)

Morada institucional

Avenida de Berna, 26-C / 1069-061 Lisboa, Portugal.

Recebido Received: 2021-05-15

Aceite Accepted: 2021-11-04

DOI <https://doi.org/10.34619/qb6m-alhl>