

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

LARISSA ALMEIDA DE LA RUE

**IMAGENS DIALÉTICAS DO AUDIOVISUAL
COLABORATIVO NA HITRECORD**

SÃO LEOPOLDO

2017

Larissa Almeida de la Rue

**IMAGENS DIALÉTICAS DO AUDIOVISUAL
COLABORATIVO NA HITRECORD**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a
obtenção do título de Mestre(a), pelo Programa de Pós-
Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade
do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS
Área de concentração: Comunicação
Orientação: Sonia Estela Montañó La Cruz

São Leopoldo

2017

R918i Rue, Larissa Almeida de la.
Imagens dialéticas do audiovisual colaborativo na
hitRECORD / Larissa Almeida de la Rue. – 2017.
131 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio
dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Comunicação,
São Leopoldo, 2017.

“Orientação: Sonia Estela Montaña La Cruz.”

1. HitRECORD. 2. Colaborativo. 3. Audiovisual
colaborativo. 4. Tecnocultura. 5. Remix. I. Título.

CDU 659.3

Larissa Almeida de la Rue

**IMAGENS DIALÉTICAS DO AUDIOVISUAL
COLABORATIVO NA HITRECORD**

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

Aprovado em 27 de março de 2017

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Michael Abrantes Kerr - UCPel

Prof. Dr. Gustavo Daudt Fischer - UNISINOS

Prof.^a Dr.^a Sonia Estela Montañó La Cruz - UNISINOS

AGRADECIMENTOS

Esta dissertação não seria o que é hoje se não fosse minha orientadora, Sonia Montaña. Por isso, agradeço primeiramente a ela, sem a qual não conseguiria ter percorrido essa jornada com mais tranquilidade e paciência do que geralmente tenho.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Sem a sua estrutura de fomento acadêmico, não teria como poder realizar esse trabalho e entrar em contato com o universo da Pós-Graduação ao longo desses dois anos.

Devido a isso, também necessito agradecer a todos os professores e colegas com os quais entrei em contato ao longo do mestrado, os quais me ajudaram a conhecer mais sobre o universo científico e sobre minha própria pesquisa. Tanto nas salas de aula, quanto nas conversas de corredores e lanchonetes da UNISINOS.

Agradeço também aos professores que aceitaram o convite de fazer parte de minha jornada através da banca examinadora. Obrigada Prof. Michael Kerr e Prof. Gustavo Fischer, que puderam me ajudar nesse período.

Por último agradeço à minha família, especialmente meus pais, por ter me dado todo o apoio necessário nesse processo. Sem a sua confiança não teria como embarcar em uma jornada pessoal e profissional em uma nova cidade e uma nova instituição.

Principalmente à Natália e ao Israel, que me aguentaram durante dois anos de forma muito paciente, com conselhos, olhares de “calma e aguenta firme” e muito, muito carinho.

Are we recording?

Joseph Gordon-Levitt

RESUMO

A referente pesquisa estuda a atualização do audiovisual colaborativo na produtora aberta e colaborativa, hitRECORD. O audiovisual colaborativo é compreendido aqui a partir de Bergson (2005) e Deleuze (2004) como um misto de virtual e atual, isto é, ele se atualiza nas mídias e fora delas e fica em devir com possibilidades de inúmeras novas atualizações. No contexto da tecnocultura, o audiovisual colaborativo é pensado como um construto ou *ethicidade* (KILPP, 2010) construído técnica, estética e *eticamente*. Através da Metodologia das Molduras, o trabalho se volta para a dissecação das interfaces (imagens técnicas) do site da hitRECORD para encontrar as principais molduras, *eticidades* e imaginários. Como último passo, retornamos as imagens mais tensas, os sentidos mais contraditórios nas molduras e *eticidades*, elaborando uma constelação de imagens dialéticas (BENJAMIN, 2006). Para nos ajudar a entender melhor a forma de produção da hitRECORD que é tão calcada no remix, buscamos como principal aporte teórico Lev Manovich (2013) e seu conceito de remixabilidade profunda.

Palavras-chave: hitRECORD; colaborativo; tecnocultura; audiovisual colaborativo; remix.

ABSTRACT

This thesis addresses the update of the collaborative audiovisual in hitRECORD, an open and collaborative production company. The collaborative audiovisual is understood here from the perspective of Bergson (2005) and Deleuze (2004) as a mix of virtual and current. It is an updated in the media and out of it and it has possibilities of numerous new updates. In the context of technoculture, the collaborative audiovisual is thought of as a construct or *ethicidade* (KILPP, 2010) constructed technically, aesthetically and *ethically*. Through the *Metodologia das Molduras* this work turns to the dissection of interfaces (technical images) of hitRECORD's website to find the main *molduras*, *eticidades* and imaginaries. As a last step, we return to the tensest images, the most contradictory meanings in the *molduras* and *eticidades*, elaborating a constellation of dialectical images (BENJAMIN, 2006). To help us better understand the way of production of hitRECORD, that is based on remix, we searched in Lev Manovich (2013) and his concept of deep remixability for the main theoretical contribution.

Key-words: hitRECORD; collaborative; technoculture; collaborative audiovisual; remix.

Figura 1 – Bill Gates, Joseph Gordon-Levitt e Richard Stallman.....	50
Figura 2 – HITRECORD ON TOUR	69
Figura 3 – Moldura TV	73
Figura 4 – Moldura Cinema.....	73
Figura 5 – Joseph Gordon-Levitt como ator.....	73
Figura 6 – <i>Are You There Democracy? It's me, the Internet.</i>	75
Figura 7 – Termos de Serviço e de Privacidade	77
Figura 8 – hitrecord.org	77
Figura 9 - Gurus.....	79
Figura 10 – hitRECORD, 2015	81
Figura 11 – Walt Disney.....	81
Figura 12 – <i>Check Signing Time</i>	82
Figura 13 – <i>At the edit bay</i>	84
Figura 14 – <i>Profits Proposals</i>	85
Figura 15 – <i>Payment</i>	86
Figura 16 – <i>Community-Sourced</i>	87
Figura 17 – Interesses	91
Figura 18 – Desafios aceitos.....	91
Figura 19 – Estética	92
Figura 20 – Remix tradicional	94
Figura 21 – <i>Download</i>	97
Figura 22 – Barra de Navegações.....	99
Figura 23 – <i>Upload</i> de um arquivo.....	99
Figura 24 – Remix	100
Figura 25 – <i>The Encyclopydia of Lydia</i>	102
Figura 26 – Remix na tela.....	103
Figura 27 - Projeto.....	104
Figura 28 - Desafio	105
Figura 29 – Tabela de Desenvolvimento de Projetos	105
Figura 30 – Perfil.....	108
Figura 31 – Perfil no Facebook	108
Figura 32 – <i>Ethicidades</i> /Molduras do Audiovisual Colaborativo.....	112

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Sobre a pesquisadora	11
1.2 Sobre a pesquisa.....	12
1.3 Sobre a dissertação.....	16
2 APONTAMENTOS METODOLÓGICOS.....	17
2.1 O <i>flâneur</i> nas redes e a construção de imagens dialéticas	17
2.2 A Metodologia das Molduras	22
3 O COLABORATIVO COMO EXPRESSÃO DA TECNOCULTURA AUDIOVISUAL	25
3.1 Um olhar arqueológico sobre o colaborativo.....	33
3.2 O colaborativo na tecnocultura	42
3.3 O audiovisual como tendência da tecnocultura colaborativa.....	56
3.4 O colaborativo como audiovisualidade.....	61
4 SENTIDOS DE COLABORATIVO NA HITRECORD.....	65
4.1 TV e cinema como molduras da hitRECORD: uma colaboração de mídias	68
4.2 De Joseph Gordon-Levitt a Joe.....	73
4.3 A construção da empresa ponto.com e os sentidos <i>ethicos</i> do lucro: colaboração entre empresa e mercado.....	82
4.4 A comunidade: a colaboração entre pessoas e dados.....	87
4.5 Remixabilidade: a colaboração entre as imagens e técnicas.....	92
4.6 Artistas: o colaborativo entre usuários e softwares	104
5 IMAGENS DIALÉTICAS DO AUDIOVISUAL COLABORATIVO: CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	109
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	117
APÊNDICE	121

1 INTRODUÇÃO

1.1 Sobre a pesquisadora

Essa pesquisa dá continuidade a muitas inquietações que tive durante meu processo de graduação (ou que sempre tive). Isto é, como a tecnologia vem nos afetando, o que isso influencia no audiovisual, como estudar esses dois aspectos em conjunto, como o audiovisual vem afetando e sendo afetado pelas novas maneiras de enxergá-lo e pelas novas maneiras de construí-lo. Aos poucos, fui me aproximando de alguns audiovisuais e buscando entender como eles funcionavam, quais eram as suas lógicas. Nesse processo me deparei com a hitRECORD, uma empresa que se apresenta como uma comunidade online que busca desenvolver conteúdo de modo colaborativo. Em um primeiro momento não entendi o que ela era nem como funcionava, mas me deixou intrigada a ponto de buscar entender o que era de tão diferente que eu via ali (ou de quão tradicional que ela era).

Desde pequena eu sempre me interessei tanto por cinema, quanto por televisão, vídeo, audiovisual, clipes, universos fantásticos. A hitRECORD despertou em mim a maior curiosidade de entender como é que podiam unir o audiovisual junto com o colaborativo. O ato de colaborador, que pode ser pensado rapidamente (e simplisticamente) como a ajuda aos outros, é algo que me fascina desde pequena. Por que podemos ser mais solícitos em uma sociedade que prima pelo individualismo? Ver uma produtora que tentava unir essas duas coisas que me eram tão caras foi o que despertou, em muito, a vontade de estudar o audiovisual colaborativo da hitRECORD. Obviamente ao longo da pesquisa pude ir percebendo incongruências entre o que eu pensava inicialmente e o que ia construindo em termos de conhecimento sobre a hitRECORD.

Com isso, minha inserção em um Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social com enfoque em Processos Midiáticos foi essencial, visto que o enfoque em processos midiáticos permite que se possa analisar os produtos criados pela hitRECORD. A linha de pesquisa, Mídias e Processos Audiovisuais, na qual estou inscrita possibilita pensar que, através de passeios e uma dissecação de interfaces, podemos encontrar elementos audiovisuais (fora do *player* de vídeo) na estrutura do site e na forma como a hitRECORD se apresenta.

Ainda, por fazer parte do Grupo de Pesquisa “Audiovisualidades e Tecnocultura: comunicação, memória e design” (TCAv), parto de uma de suas propostas que é entender o que é audiovisual em todo o conteúdo analisado. Ademais, também me utilizo da proposta de entender como a cultura e as tecnologias se afetam, ou seja, o conceito de tecnocultura

apresentado no TCAv. Busquei compreender como a criação de um meio, no qual a hitRECORD está inserida, afeta o que ela nos apresenta por audiovisual colaborativo e a própria criação da empresa.

Termos como colaboração, audiovisual e remix foram frequentes em minha jornada no mestrado, fazendo com que, por isso, sejam também os principais conceitos aqui inseridos. Para entender a hitRECORD, uma empresa que se afirma como uma produtora aberta e colaborativa, se fez necessária uma imersão no objeto, no site e nos caminhos que ele proporcionou. Por isso, foi interessante abrir o site e, sim, realizar um cadastro no mesmo para poder ver o que ela mostra a todos os visitantes que por ali passam (e também porque, particularmente, torna a nossa jornada com o leitor mais frutífera).

Todas as páginas em que irei apresentar meu objeto empírico, meus objetivos e problema de pesquisa, o marco teórico, a análise e as considerações finais são fruto de dois anos de trabalho intenso em cima de um texto que foi e voltou entre *e-mails* e páginas impressas com a minha orientadora. Foi um processo que me exigiu muito mais calma e tranquilidade do que eu achei que tinha, claro que tive que desenvolver mais paciência comigo mesma e com o próprio objeto do que achei que conseguiria. Foram dois anos em que não só academicamente posso dizer que fui modificada, mas também pessoalmente. Os resultados aqui apresentados não conseguem se igualar com os que eles de fato operaram em mim. Considerando que a calma e paciência acadêmica também tiveram que ser adquiridas em um nível pessoal de conduta.

Para entender a hitRECORD tive que modificar todo um ganho teórico que tive ao longo de minha graduação, adicionar elementos, subtrair outros e multiplicar o conhecimento e entendimento sobre o campo da comunicação, especialmente o audiovisual. Tudo isso resultou não só em minha dissertação que tem acertos e erros, mas também em um ganho pessoal de entendimento crítico sobre o campo e seus arredores.

Além disso, o resultado final desse trabalho também sofreu mudanças significativas desde o período da qualificação de mestrado. Após esse processo foi necessária a realização de um exercício muito maior de observação e análise de meu objeto empírico, mas também uma imersão maior nos conceitos propostos pelos teóricos que aqui trago.

1.2 Sobre a pesquisa

Nossa pesquisa, portanto, não busca uma definição prévia do colaborativo para verificar se ele acontece ou não no site estudado, embora fazemos uma revisão acadêmica dos estudos sobre o termos e suas palavras afins: interação, participação, compartilhamento. Reconhecemos aqui que há um modo específico da plataforma construir o colaborativo que passa pelas suas práticas, pelos modos como constrói seus processos audiovisuais e pelo modo como os enuncia e enuncia os sujeitos que participam desse processo¹ nas suas imagens técnicas.

Para Henri Bergson (2005) os problemas que advém de um objeto de pesquisa podem ser compreendidos como verdadeiros ou falsos. Por isso é a ele que recorremos para poder formular os verdadeiros problemas de pesquisa ao olharmos para o site da hitRECORD. Nesse sentido, o autor elaborou três regras que buscam delimitar os verdadeiros problemas e eliminar os falsos, nos deixando um método elaborado por Deleuze, o método da intuição.

A primeira regra do método “concerne à posição e à criação de problemas; a segunda, à descoberta de verdadeiras diferenças de natureza; a terceira, à apreensão do tempo real” (DELEUZE, 2004, p. 8). Devemos colocar os verdadeiros problemas de maneira acertada para que não se unam arbitrariamente elementos de natureza diferente. A segunda regra se refere aos problemas de grau e de natureza, a partir da intuição é possível encontrar as diferenças de grau e de natureza. Esse é um método de divisão, de diferença. Por fim, a terceira regra se refere ao saber colocar os problemas “mais em função de tempo do que do espaço” (DELEUZE, 2004, p. 22). Isto é, o tempo se relaciona com o virtual, enquanto o atual está ligado ao espaço, e os problemas de pesquisa devem estar relacionados com o virtual, com a duração, com aquilo que dura na hitRECORD.

Nesse aspecto, ao longo do processo de composição dessa pesquisa, passamos por diversos momentos de construção e observação do objeto. Com isso, formulamos diferentes problemas de pesquisa que, ao serem melhor analisados, se mostravam como falsos. Dessa maneira, *Como se dá a construção da plataforma hitRECORD que gera, remedia e exporta conteúdo em um ambiente cibercultural e participativo* foi nosso primeiro problema de pesquisa, composto para a entrada no Programa de Pós-Graduação. Podemos ver que ele gera um questionamento que pode ser respondido com um simples adjetivo: forma complexa ou simples, por exemplo. Ele também coloca a hitRECORD em uma escala de espaço, relacionando-se somente com o empírico, com o atual, não com a sua duração.

Em outro momento, desenvolvemos a seguinte questão: *Como se configura o caráter colaborativo presente nas audiovisualidades da produtora hitRECORD*. Já este, apesar de estar

¹ Iremos abordar novamente.

mais relacionado com o estágio atual de pesquisa, também pode ser considerado um falso problema. Isto é, é um problema mal colocado, o misto (atual e virtual) está mal disposto. Ao procurar o colaborativo, que é o virtual, em uma audiovisualidade², que também é uma virtualidade, estamos colocando um misto com dois virtuais, caindo no erro da primeira regra do método.

Dessa forma, para formular o problema desta pesquisa recorremos a Deleuze (2004) e a Bergson (2005) com o conceito de duração. Esse conceito vai possibilitar que possamos entender melhor como definir nosso objeto de pesquisa e como, conseqüentemente, o iremos ver. Sendo assim, “duração é o que difere ou o que muda de natureza, a qualidade, a heterogeneidade, o que difere de si mesmo” (DELEUZE, 2004, p. 130), ou seja, há algo que dura, que nos instiga a compreender o que é que compõe o objeto. Nesse aspecto, podemos tentar ver o que é isso que difere de si mesmo, o que dura no objeto e que se apresenta em outros exemplos.

Nesse aspecto, Bergson (2005) aponta que todas as coisas possuem dois modos de si, o seu modo de ser e o modo de agir, que compõe o que ele chama de misto. O modo de ser é o virtual, a duração. E o modo de agir, é o atual, a matéria. Esses dois modos estão sempre em movimento, compondo o misto de virtual e atual, aquilo que dura e aquilo em que a duração se atualiza, os materiais. Através disso, tentaremos aqui construir o que vemos como o misto da pesquisa e o problema verdadeiro. Sendo então, o virtual como o audiovisual colaborativo que é atualizado na hitRECORD – ou seja, o audiovisual colaborativo apresentado pela empresa como nosso atual da pesquisa. Buscamos ver na hitRECORD, o que ela constrói como audiovisual colaborativo, através de uma dissecação das imagens técnicas ali presentes.

Após a composição do misto, partimos para o problema de pesquisa. A partir da processualidade proposta no método intuitivo bergsoniano, eliminamos falsos problemas e formulamos o verdadeiro. Por fim, chegamos ao que acreditamos ser um verdadeiro problema de pesquisa: **como o audiovisual colaborativo se atualiza na plataforma hitRECORD e o que ele dá a ver sobre o meio?**

Desse modo, após a composição do misto e do problema de pesquisa, elaboramos os objetivos. Temos como objetivo geral **perceber a atualização do audiovisual colaborativo nas imagens técnicas da hitRECORD**. E de modo a complementar, temos como objetivos específicos: 1) compreender o ambiente tecnocultural em que a hitRECORD se insere; 2) cartografar as principais molduras e moldurações que dão sentido ao audiovisual colaborativo;

² O termo será abordado novamente mais à frente.

3) dissecar estas *ethicidades* e molduras que apresentam o colaborativo na hitRECORD; 4) organizar as principais molduras do audiovisual colaborativo na hitRECORD em uma constelação de imagens dialéticas que deem a ver suas heterocronias e heterotopias, ou seja, suas diversas temporalidades e espacialidades.

Desse modo, cada pesquisa tem a sua própria forma de se realizar, cada objeto demanda metodologias específicas. As técnicas de análise servem para compreender e se acercar do objeto, o tornar familiar para depois o tornar estrangeiro e conseguir observar as particularidades que somente um forasteiro enxerga. E, a partir disso, toda pesquisa tem uma proposta metodológica única. Os procedimentos metodológicos aqui propostos, e que iremos explicar mais profundamente no Capítulo 2, são: a cartografia benjaminiana e o movimento do *flâneur* e a Metodologia das Molduras (KILPP, 2003).

Nosso objeto empírico é o site da hitRECORD, empresa fundada pelo ator estadunidense Joseph Gordon-Levitt e seu irmão Dan em 2005. Ela é uma produtora aberta e colaborativa que se encontra alocada na internet, ou assim se enuncia em seu site. Ela é uma produtora que opera através de uma comunidade de artistas operada e comandada por Joseph Gordon-Levitt para produzir conteúdo de mídia e artístico por meio de uma série de elementos que permitem o seu fluxo produtivo colaborativo (projetos, desafios, produções, entre outros). Sua sede física se encontra na cidade de Los Angeles nos Estados Unidos, mas ela depende de vários colaboradores (membros do que ela vai chamar de comunidade³) que se situam em diferentes localidades. No site, os colaboradores irão encontrar onde produzir e remixar conteúdos, realizar o *download* e *upload*, interagir com outras pessoas e com os funcionários da empresa (Joseph e outros funcionários).

Outro ponto que desejamos tocar aqui na introdução desse trabalho é a escolha da grafia aqui adotada para o nome da empresa: hitRECORD, com partes em fonte minúscula e partes em fonte maiúscula. A primeira vista pode parecer como um erro de digitação ou de ortografia, porém, decidimos adotar essa maneira sendo que é a forma mais recorrente no site.

Ao longo dos dois anos de acompanhamento quase que diário da interface, essa maneira de escrever foi modificada várias vezes: HitRECORD, HITRECORD, hitrecord. Até o momento em que decidimos que a forma como conhecemos a hitRECORD se deu através desse destaque a escrita do REC, que é muito caro a empresa. Ela ainda usa as outras grafias em diferentes momentos, mas, no site, hitRECORD é a forma mais usual. Além disso, o nome hitRECORD vem da ideia de: aperte o botão de gravar e comece a produzir arquivos. Esse entendimento do

³ Será abordado novamente.

convite feito a todos aqueles que se aproximam da produtora é importante na medida em que estamos vendo o processo de produção colaborativa.

1.3 Sobre a dissertação

Nesse sentido, nossa pesquisa é composta por níveis. Isto é, tentamos traduzir no sumário a forma como entramos em contato com as diferentes camadas pelas quais fomos passando e fomos construindo ao longo dos dois anos de pesquisa e análise. Fomos primeiramente pelo meio a que situamos nosso trabalho, para daí começar a desvendar as camadas mais profundas. Seguindo para o entendimento da própria empresa, sua construção, e a aplicação metodológica. Para daí encerrar a análise com uma exposição da construção de onde vemos esse audiovisual colaborativo realizado pela empresa através de uma dissecação das imagens técnicas (molduras e *ethicidades*⁴).

Com isso, o Capítulo 2 *Apontamentos Metodológicos* trata sobre a construção dos procedimentos metodológicos aplicados na execução desse trabalho. Isto é, apresentamos e clarificamos o que entendemos e como utilizamos a cartografia benjaminiana e a figura do *flâneur* em nossas passeadas pelo site através de Walter Benjamin (2006). Também apresentamos a Metodologia das Molduras proposta por Suzana Kilpp (2003; 2010), seus eixos de construção e como a utilizamos na dissecação das interfaces do site analisado.

Chegando daí ao Capítulo 3 *O Colaborativo como Expressão da Tecnocultura Audiovisual* em que apresentamos um novo meio tecnocultural que vemos que possibilita a existência de empresas como a hitRECORD. Ou seja, buscamos compreender os principais aportes teóricos da pesquisa: colaborativo, audiovisual, tecnocultura e audiovisualidade, e também como eles se relacionam com o universo de nosso objeto. Esse capítulo é composto por uma retomada de autores como Pierre Levy (1994), Clay Shirky (2008; 2011) e Henry Jenkins (2014) para entender como termos como colaborativo e seus termos similares vem aparecendo no cenário atual. Além disso, também recorremos a Lev Manovich (1999; 2001), Debra Shaw (2008), Wendy Chun (2005; 2011) e Marshall McLuhan (2007) para entender o conceito de tecnocultura e questões relacionadas a interação com computadores, softwares e interfaces. Mais adiante, para compreender a audiovisualização da cultura⁵ buscamos Suzana Kilpp (2015), Sonia Montañó (2012) e Gustavo Fischer (2012).

⁴ Iremos abordar novamente.

⁵ Iremos abordar novamente.

Já no Capítulo 4 *Sentidos de Colaborativo na hitRECORD* iremos aplicar a metodologia das molduras nas interfaces do site, buscando a partir disso ver as *ethicidades*, molduras e imaginários presentes. Sendo, talvez, o capítulo mais longo de nosso trabalho. Nele buscamos expor as nossas idas e vindas como um *flâneur* vagando pelos diferentes trajetos do objeto e como neles fomos descobrindo cada vez mais facetas da empresa e como ela as usa.

Por fim, o Capítulo 5 *Imagens Dialéticas do Colaborativo no Audiovisual da hitRECORD: considerações finais* apresentamos a última camada da pesquisa, nossa conclusão. Esse capítulo conta com a construção da constelação de imagens dialéticas⁶ encontradas no site da hitRECORD e como as entendemos. Essa composição foi feita como último estágio da construção da análise, como o ponto de chegada depois de uma longa jornada cheia de tropeços e acertos. Nele buscamos deixar claro ao leitor como entendemos o audiovisual colaborativo na hitRECORD.

2 APONTAMENTOS METODOLÓGICOS

2.1 O *flâneur* nas redes e a construção de imagens dialéticas

⁶ Será abordado novamente.

No movimento de se acercar ao objeto, é necessário que nos percamos no mesmo para poder apreender o que ele tem a dizer. Aqui, o colaborativo se apresenta de vários modos, tendo em vista que ele se atualiza em diferentes práticas. Com isso, ao buscar compreender o que dura de colaborativo na hitRECORD, devemos realizar o processo de tirar o objeto de seu movimento próprio. Isto é, ele se encontra em movimento e para podermos ver de modo mais detalhado e analítico o que ele nos mostra e o que não nos mostra, é necessário realizar paradas e cortes nesse fluxo. A partir disso terminamos por delimitar pontos de entrada e de saída em nosso objeto, fazendo com que, ao longo do processo de escrita, delimitemos um início e um fim para ele. E, devido a isso, sabemos que nossa pesquisa segue durando mesmo depois de colocar o ponto final no texto.

Sobre a retirada do objeto do fluxo, podemos resgatar os preceitos de Bergson (2005) sobre a estruturação do nosso pensamento como algo mecanicista. Sendo assim, o autor fala que podemos comparar nosso pensamento com o método cinematográfico, que tira instantâneos (ou capturas de tela, em nosso caso) do que está acontecendo e depois os projeta de modo a recriar o movimento. Nesse aspecto, nós nos colocamos fora das coisas para poder entender o seu movimento, a sua virtualidade de modo artificial. Essa operação é muito importante, visto que nós percorremos pelo objeto em um fluxo que não é o seu original (através das paradas, cortes, capturas de tela).

Durante e antes da execução dessa retirada do fluxo, nos valemos do procedimento metodológico que são as cartografias benjaminianas desenvolvidas através de leituras e interpretações do que Walter Benjamin fala em seu livro *Passagens*, traduzido para português em 2006. O livro termina por desenvolver, através de anotações sobre Paris do século XIX, um método através da montagem e da desorientação do autor pela cidade francesa. Esse livro é fruto das próprias passagens de Benjamin pelas ruas, pelas estações de trem, pelos diferentes bairros de Paris, o que resultou em um grande acervo de anotações que o autor mostra (teoricamente) o que ele vê como pontos em destaque sobre o século, o comportamento da época, o capitalismo, entre outros.

Em uma resenha, o pesquisador da Universidade Federal de Minas Gerais, George Otte vai definir o livro como:

As Passagens, na verdade, não eram nada mais e nada menos que um imenso fichário com citações, anotações e comentários sobre a Paris do século XIX, um fichário 'em obras', dividido e subdividido em arquivos temáticos, também provisórios, e interligados através de palavras chave, que desempenhavam ao mesmo tempo o papel de links, como diríamos hoje, estabelecendo ligações transversais entre os diversos arquivos. (OTTE, 2007, p. 225).

Essa forma fragmentada de construir o texto tem como propósito que o leitor “pule” de um lado ao outro durante sua leitura pelo material, o que se assemelha ao estilo cinematográfico de construção e montagem. Desse modo, tentamos incorporar a figura do *flâneur* para realizar esses “pulos” ao longo da construção da pesquisa, mas também para antes de tudo pode traçar um reconhecimento do local em que se encontra, em nosso caso tanto o cenário acadêmico quanto a própria hitRECORD. Ou seja, é um vagar de reconhecimento. Essa figura permite um movimento que nos ajuda a perpassar pelo objeto e seus arredores, tendo em vista que com ela podemos nos acercar ainda mais do empírico. Durante o percurso pelo objeto, a *flanêurie* (passagem por todos os trajetos do objeto) deve se tornar naturalizada ao longo da pesquisa, pois assim podemos nos habituar ao ambiente em que nos encontramos.

Essa figura do *flâneur* aparece em Edgar Allan Poe em seu conto *O Homem da Multidão*, quando ele descreve um narrador que conta sua observação das pessoas que caminhavam ao seu redor, dos jornais que liam, da movimentação da cafeteria na qual se encontrava. Benjamin (1989) afirma que para Poe o *flâneur* é alguém que não se sente seguro na sociedade e por isso busca o conforto na multidão.

De início, minha observação assumiu um aspecto abstrato e generalizante. Olhava os transeuntes em massa e os encarava sob o aspecto de suas relações gregárias. Logo, no entanto, desci aos pormenores e comecei a observar, com minucioso interesse, as inúmeras variedades de figura, traje, ar, porte, semblante e expressão fisionômica. (POE, s/d, s/p).

O narrador, através de uma observação minuciosa, vai descrevendo aquilo que vê e faz inferências (ou especulações, como ele diz) sobre os detalhes daquilo que observa. Como, por exemplo, o comportamento e as vestimentas dos transeuntes, dos jogadores e dos funcionários que via pela rua. Além disso, é interessante ressaltar como esse comportamento nos permite ver a figura do *flâneur*. Considerando que ele observa de longe, primeiramente, para daí realizar apontamentos sobre o que vê, e até mesmo chega a seguir um de seus observados para poder entendê-lo de modo mais profundo. Essas várias passadas pela mesma situação o torna um observador ativo da cidade em que se encontra. A forma como narra às situações permite que pensemos como se acercar de um observável, considerando que ele as narra de forma rica e detalhada, através de um primeiro contato e com primeiras suposições, para daí buscar compreender o que está vendo de uma forma lógica e, ao mesmo tempo, pessoal, até chegar aos traços mais irregulares do observado.

Benjamin também reconhece no autor francês, Charles Baudelaire, a figura do *flâneur*. Ele vai ver essa figura enquanto o poeta usava a rua para encontrar material (ou inspiração) para

seu trabalho e para entender as mudanças pelas quais a França passava na época. A boemia do momento fomentava que artistas como Baudelaire se aventurassem em *flanêuries* noturnas e se perdesse na multidão. Benjamin (1989, p.35) vai dizer que “a rua se torna moradia para o *flâneur* que, entre as fachadas dos prédios, sente-se em casa tanto quanto o burguês entre suas quatro paredes”. A casa do *flâneur* são as ruas, as galerias, as passagens pelas quais transita vagorosamente e sempre dando voltas e mais voltas por onde já passou. Como, por exemplo, o narrador de Poe, que segue um homem na multidão e passa mais de uma vez pelos mesmos lugares, observando coisas diferentes toda vez. Ele se entrega a multidão a qual observa e na qual se mistura entre os outros.

O *flâneur* irá coletar informações, dados, fragmentos, suposições ao longo de suas passadas pela cidade. Nesse caminhar pela cidade ele vai coletando materiais, coletando os elementos que são importantes. Esse exercício é uma montagem. Benjamin (2006, p. 463) fala que para o *flâneur* a cidade é como uma paisagem ao seu redor, ele pode ser um passeador filosófico ou também aquele que vaga irrequietamente por uma “selva social”, segundo o autor ao fazer referência ao conto de Poe. Ainda, ele vai falar que na *flanêurie* se encontra uma imagem dialética, isto é, para ele, de um lado se encontra alguém que se sente olhado por tudo e por todos e de outro, aquele que provavelmente não será visto ou encontrado por outros, ele atua como um escondido (ou seja, o narrador do *O Homem da Multidão*).

Pois não foram os forasteiros, mas eles, os próprios parisienses, que fizeram de Paris a terra prometida do flâneur, a ‘paisagem construída de pura vida’, como Hofmannsthal certa vez a chamou. Paisagem – é nisto que a cidade de fato se transforma para o flâneur. Ou mais precisamente: para ele, a cidade cinde-se em seus polos dialéticos. Abre-se para ele como uma paisagem e fecha-se em torno dele como quarto. (BENJAMIN, 2006, p. 462).

Desse modo, ao reunir os fragmentos, o *flâneur* realiza um mapa, uma guia de orientação por onde transita. Ele se perde no objeto, sai de sua zona de conforto, considerando que aquilo que é familiar não dá espaço à experimentação. Por isso, ao escrevermos o método, estamos também realizando essa guia de orientação em relação ao objeto de pesquisa, sendo que nele colhemos fragmentos que se tornam os pontos de referência desse mapa. Ou seja, construímos uma cartografia. A cartografia é uma metodologia de pesquisa que pode ser pensada como a atividade de assinalar topos de um terreno e construir um mapa. Também podemos deixar o mapa aberto para futuros desdobramentos.

Nesse sentido, é no ato de colecionar que o autor alemão vai dizer que as coisas vão em direção ao colecionador, que “como ele as persegue e as encontra, e que tipo de modificação é

provocado no conjunto das peças por uma nova peça que se acrescenta, tudo isto lhe mostra suas coisas em um fluxo contínuo” (BENJAMIN, 2006, p. 240). Por isso que ao colecionar também estamos vendo as coisas em nosso espaço, mas também nos transportamos para dentro delas e elas para dentro de nós. Existe aí uma capacidade de ver traços nesses elementos coletados que sem essas ligações – passado-futuro – não seria possível.

Além disso, a união entre os elementos escolhidos se dá a partir das afinidades eletivas, ou seja, buscamos os unir a partir do que eles têm em comum. Essa união cria o que chamamos de constelações, uma reunião de fragmentos a partir do que eles têm em comum. Benjamin faz uso do termo constelação a partir de seu uso na astronomia, em que um grupo de estrelas próximas umas as outras formam padrões, figuras, através de linhas imaginárias que as unem. Também podem ser definidas como um conjunto de elementos que vem a formar um todo coerente.

Por isso, Georg Otte e Miriam Lídia Volpe (2000, p. 36-37) ao ler Benjamin, afirmam que:

A metáfora da constelação certamente foi uma das inspirações mais importantes de Walter Benjamin. É nas ‘Questões introdutórias de crítica do conhecimento’ de sua tese de Livre-Docência, publicada, no Brasil, sob o título de *Origem do drama barroco alemão*, que o filósofo alemão, em meio a reflexões bastante abstratas, alivia o trabalho de compreensão do leitor recorrendo a imagens de estrelas: ‘As ideias se relacionam com as coisas como as constelações com as estrelas’.

Ao eleger o que desejamos constelar, definimos o modo que será realizado o mapa, esse se encontra repleto dos materiais que coletamos em nosso percurso para dar a ver o audiovisual colaborativo que buscamos na hitRECORD. Ainda, como podemos realizar uniões entre diferentes elementos, nos deparamos com variadas constelações. Apesar de se encontrarem separados, os fragmentos podem dialogar com fragmentos de constelações diferentes por causa da afinidade ou magnetismo que existe entre eles.

É nas constelações que podemos iluminar um objeto, criando uma imobilização que interrompe seu fluxo contínuo. É nessa interrupção que se cria uma imagem através das longas observações das estrelas, “imagem é aquilo onde, à maneira de um relâmpago, o acontecido se une ao agora numa constelação” (BENJAMIN, 2006, p. 576). As constelações são formadas por imagens dialéticas. O final dessa dissertação resultará em um relâmpago do audiovisual colaborativo na hitRECORD, isto é, as imagens dialéticas que ali encontramos.

Rolf Tiedmann (2006) na introdução do livro *Passagens* diz que a ambiguidade é a manifestação imagética da imagem dialética construída por Benjamin. Por isso, ao falar de temporalidades, ele afirma que o autor acreditava que o agora era uma imagem mais íntima, “as

configurações do ocorrido e do agora Benjamin deu o nome de ‘imagens dialéticas’; ele definiu seu teor como o de uma ‘dialética da imobilidade’” (TIEDMANN, 2006, p. 28), sendo que essas duas podem ser consideradas as categorias centrais do livro.

Benjamin vai falar da imagem dialética como uma metodologia que usaria de montagens. Isto é, “erguer as grandes construções a partir de elementos minúsculos, recortados com clareza e precisão. E, mesmo, descobrir na análise do pequeno momento individual o cristal do acontecimento global” (BENJAMIN, 2006, p. 503). Nós podemos ver a imagem dialética através da imobilização encontrando a duração.

Por isso, o teórico alemão vai falar que nas imagens se encontram elementos contemporâneos e também traços arcaicos. O conceito de imagem dialética pode ser definido como uma imagem com diferentes temporalidades em si. Através do método da montagem o autor vai reunindo farrapos e resíduos e afirma que não deseja realizar um inventário, mas sim usá-los, ou seja, dando luz a eles novamente. É no entendimento dos resíduos que Benjamin compõe as suas imagens dialéticas.

Não é que o passado lança sua luz sobre o presente ou que o presente lança sua luz sobre o passado, mas a imagem é aquilo em que o ocorrido encontra o agora num lampejo, formando um constelação. Em outras palavras, a imagem é dialética na imobilidade. Pois, enquanto a relação do presente com o passado é puramente temporal e contínua, a relação do ocorrido com o agora é dialética – não é uma progressão, e sim uma imagem que salta. (BENJAMIN, 2006, p. 504).

Essas imagens, por conterem o presente o passado, também podem ser consideradas como imagens críticas de si. Ao longo da pesquisa, iluminamos nosso objeto para encontrar sua imagem dialética, na qual o novo se relaciona com o velho. Benjamin (apud CANEVACCI, 1997, p. 111) afirmava que: “a imagem dialética é uma imagem relampejante. O que já foi é, assim, retido, como uma imagem que ainda relampeja na hora (*jetz*) do cognoscível”. Desse modo, na imagem dialética o que é de determinada época é aquilo que ocorre desde sempre, por isso, devemos interpretar essa imagem na relação passado-presente-futuro nos objetos que observamos.

2.2 A Metodologia das Molduras

A Metodologia das Molduras (KILPP, 2010), é por excelência a que nos guia em todo este trabalho e a que nos ajuda a olhar para o objeto empírico e a tecnocultura na qual ele se insere e engendra. Não é somente um olhar sobre a hitRECORD ou um modo de analisar suas imagens, é um olhar sobre o meio como um todo e sobre o audiovisual colaborativo como um todo: como construtos técnico, estéticos e *ethicos*. Explicamos. A metodologia das molduras é

uma opção teórico metodológica que inclui a visão intuitiva (BERGSON, 2005; DELEUZE, 2004), a cartografia e *flanêurie* (BENJAMIN, 2006) e inclui também um olhar sobre os objetos e seus tempos para dissecar e desconstruir aqueles elementos discretos que dão significado, neste caso ao audiovisual colaborativo. Composta por três eixos conceituais: *ethicidades*, molduras e imaginários, ela tem como origem o estudo da televisão. A metodologia tem como propósito dar a ver sentidos produzidos dentro de territórios de significação que advém das molduras. Ou, como diz Kilpp (2010, p. 26):

A metodologia das molduras é um conjunto de procedimentos de análise das audiovisuais, que são articulados por uma conjunção de referências teórico-metodológicas, e que se orienta (e às vezes desorienta) pelo rigor dos princípios epistemológicos, filosóficos, políticos e estrangeiros.

O primeiro eixo, das *ethicidades*, está relacionado aos construtos, às enunciações que buscamos compreender. Para a autora, as *ethicidades* podem ser compreendidas como as subjetividades virtuais, apresentadas como as durações, personas, objetos, fatos que a televisão apresenta como tais, ou seja, construções televisivas. Ainda, as *ethicidades* também são molduras de outras *ethicidades*, tendo em vista que estão sempre em conexão. Desse modo, Kilpp usa o termo subjetividade através de Bergson, isto é, subjetividade como uma virtualidade que irá se atualizar em outros materiais.

Por exemplo, a autora vai falar que a televisão, considerada como uma *ethicidade*, vai se atualizar em momentos de outras tevês como produtora de mercadorias culturais (KILPP, 2010). Por isso, a televisão seria um grupo de molduras e *ethicidades* televisivas que através de certos sentidos apresentam imaginários televisíveis.

Sendo assim, as *ethicidades* se atualizam em

diferentes molduras e moldurações, e seus sentidos são negociados (emoldurados) em diferentes instâncias entre emissor e receptor (ou consumidor, ou espectador, tanto faz), que ainda compartilham, de modo desigual e diferenciado – mas minimamente – de certos imaginários que tornam os sentidos comunicáveis. (KILPP, 2010, p. 18).

O próximo eixo é o das molduras, que são territórios de significação, relacionados à oferta de sentidos. Dentro do eixo das molduras, se encontram as moldurações, que são “procedimentos de ordem técnica e estética que realizam certas montagens no interior das molduras” (KILPP, 2010, p. 18), conjuntamente com os emolduramentos, que se referem aos agenciamentos de sentido. Para Kilpp, as molduras não tem sentido por si mesmas, mas elas existem para produzir sentidos. Isto é, elas se encontram escondidas (discretas) para que não sejam percebidas, mas ao mesmo tempo produzem sentidos técnicos e estéticos. As molduras também recebem um lugar privilegiado na pesquisa da autora, considerando que elas são um

grupo de procedimentos técnicos e analíticos que estão voltados à autenticação e significação de *ethicidades* em cartografias ou constelações de imagens dialéticas (as quais devem se manter sempre em aberto, em devir).

O eixo dos imaginários são as marcas de enunciação das culturas (KILPP, 2010), são enunciações que se fazem presentes nos produtos culturais. Ao se debruçar sobre o eixo dos imaginários, Kilpp fala que eles são atravessados pela moldura corpo do espectador quando está se referindo aos imaginários televisivos. Isto é, o que estamos vendo nos remete a uma série de elementos, os quais nós “jogamos” de volta para o que está nos sendo mostrado.

São os imaginários que permitem que a comunicação ocorra, porque dependemos de que haja um conjunto de marcas de enunciação das culturas que sejam comuns entre as pessoas que estão assistindo TV, por exemplo. A autora, ao se referir ao teórico dos imaginários Cornelius Castoriadis, diz que “o imaginário social é mais real do que o ‘real’, e cada sociedade constitui seu próprio real: ele seria condição de existência da sociedade como sociedade humana” (KILPP, 2010, p. 19).

Ainda, essa metodologia internaliza outros procedimentos aqui explanados, o método intuitivo e a cartografia, mas também a dissecação e a desconstrução enquanto também busca deixar a pesquisa sempre em aberto. Sendo assim, a intuição é o método proposto por Bergson (2005) que apresentamos na Introdução ao expor nosso misto de pesquisa. A cartografia, aqui também aplicada de acordo com Benjamin na construção de mapas dinâmicos e não finalizados sobre o objeto, bem como pelo uso da *flanêurie* pelas trajetórias que o objeto fornece.

Nesse sentido, chegamos à desconstrução, que advém de Jacques Derrida, mas que Kilpp usa como um método de chegar aos elementos minoritários e as linhas de fuga do objeto. Ela é um procedimento de ordem técnica que promove a visibilidade de montagens realizadas e que buscam enunciar sentidos. A dissecação também faz parte da cartografia e da desconstrução, sendo que “desdiscretiza digitalmente a imagem técnica do audiovisual, que é sempre discreta em qualquer suporte” (KILPP, 2010, p. 28). É ao dissecar que podemos ver as montagens, enquadramentos e efeitos que são produzidos para gerar sentidos, mas que, sem uma maior observação, não os produzem.

Ainda, podemos fazer uma relação entre a metodologia aqui proposta com o que Benjamin fala sobre o estilhaçamento do contínuo, ou seja, a necessidade de imobilizar a imagem para poder entendê-la. Quando estamos falando da dissecação, da desconstrução, de encontrar as *ethicidades* e molduras, necessitamos parar o fluxo original de nosso objeto, pois aí podemos ver mais detalhadamente o que ele nos mostra. Porém, também precisamos vê-lo

de volta no fluxo, dando voltas como um *flâneur* pelas galerias de Paris, que anda em círculos para cada dia ver um elemento diferente da passada anterior.

Nessas passeadas estamos vendo no interior das molduras e também nas *ethicidades* e imaginários, diferentes tempos que podem vir a ser pensados nos termos das imagens dialéticas. Ou seja, na desconstrução vamos vendo os elementos minoritários, os detalhes, os traços, fragmentos e compondo mapas cartográficos, que nos permitem novas montagens, construindo novas imagens. Desse modo, os três eixos da metodologia das molduras geram imagens em todo o momento, imagens que saltam, que são mais importantes, mais expressivas do que queremos ver. Nelas podemos ver as diferentes temporalidades do objeto que Benjamin tanto falava, as montagens construídas.

A escolha da metodologia é a escolha de um modo de ver o objeto em questão, e o mundo que ele molda e pelo qual é moldado. Por isso, convidamos o leitor a acompanhar nossa *flanêurie* pelas interfaces da hitRECORD e construir conosco essas imagens dialéticas que dão a ver as montagens, mas antes é preciso recorrer as bases teóricas que irão nos ajudar a entender ao audiovisual colaborativo na hitRECORD e a sua importância. Isto é, uma vez que a partir do embasamento teórico através de leituras sobre o colaborativo no cenário acadêmico é que poderemos ter maiores bases para conseguir ver o máximo possível de e em nosso objeto.

Depois do olhar desnaturalizado que a metodologia nos possibilita, tentaremos construir quais as imagens dialéticas constitutivas do audiovisual colaborativo da hitRECORD. Mas, esse é o objetivo final desta dissertação.

3 O COLABORATIVO COMO EXPRESSÃO DA TECNOCULTURA AUDIOVISUAL

Fazendo uma revisão do termo colaborativo na literatura acadêmica da área, nos deparamos com termos aproximados, que em certas ocasiões, são usados quase como sinônimos como é o caso de participação, compartilhamento, coletivo, ou inclusive interação. Entretanto chama atenção à presença desses termos que indicam, no mínimo, uma atividade feita por mais de um, apontando para um fenômeno cultural que, embora presente de tantas formas na história da humanidade parece adquirir relevância nesta época. É por isso que tentamos pensar neste capítulo que cultura é essa, a colaborativa, que se constitui (como um construto, uma

ethicidade) com alguns traços que de uma forma ou outra – embora não desde nossa perspectiva – diversos autores apontam. Por isso, nesta revisão teórica, nos apropriaremos também dos autores da maneira que interessa a este trabalho: tentando compreender o colaborativo como um construto tecnocultural.

Pierre Levy (1994) foi um dos primeiros a cunhar o termo de *inteligência coletiva*. Para ele, esta seria uma inteligência distribuída por toda parte. Considerando que nenhuma pessoa sabe de tudo, mas todos sabem um pouco de algo. Então, sendo isso um ponto chave para entender o que significa muitas pessoas participando (interagindo, engajando, contribuindo, colaborando, compartilhando) em uma iniciativa coletiva. E, quando as pessoas passam a ter a possibilidade de se relacionarem através de um espaço móvel de interações, a inteligência coletiva passa a ser valorizada. Principalmente devido à velocidade com que lidamos com a influência das técnicas na nossa vida cotidiana (é interessante considerar que o livro foi escrito em 1994 e o cenário tecnológico teve grande alterações desde então, a velocidade de internet, barateamento de alguns equipamentos eletrônicos, a generalização da tecnologia *peer to peer*⁷ que permite o compartilhamento, entre outros). Isto é, visto que os modelos de comunicação e de trabalho sofrem com a aceleração da confluência de conhecimento.

Ainda, ele aponta que a inteligência coletiva não se restringe à questão cognitiva e sim é entendida pela lógica de *trabalhar em comum acordo*. Devido a isso, Levy busca a renovação do laço social através da mesma. Ou seja, em relação com outras pessoas é que propagamos o conhecimento e o saber, é assim que alimentamos as trocas. “Em um coletivo inteligente, a comunidade assume como objetivo a negociação permanente da ordem estabelecida, de sua linguagem, do papel de cada um” (LEVY, 1994, p. 31), através da sua constante interação, o conceito se fortalece. Dessa forma, aqui Levy trás a questão do pensar em conjunto como uma atitude coletiva que depende da participação e engajamento de múltiplas pessoas. Sendo que elas podem estar longe ou perto geográfica ou digitalmente. A partir deste conceito, há um reconhecimento de uma inteligência que está dispersa em diversas pessoas e a colaboração dessas formaria essa inteligência coletiva: colaboração como compartilhamento de saberes.

Também, “o coletivo inteligente não submete nem limita as inteligências individuais; pelo contrário, exalta-as, fá-las frutificar e abre-lhes novas potências” (LÉVY, p. 94, 1994), vemos que para o teórico, a atuação em conjunto é frutífera na medida em que permite que as capacidades individuais sejam potencializadas. Isso se dá também porque, para ele, grande parte

⁷ *Peer-to-peer* significa ponto-por-ponto, e é uma arquitetura de redes de computadores em que cada ponto é tanto cliente quanto servidor. Isto é, é um modelo descentralizado de comunicação em que cada parte (ou ponto) tem as mesmas capacidades de iniciar uma sessão de comunicação.

das barreiras de uso dos instrumentos digitais contemporâneos estão se desmanchando, uma vez que cada vez mais pessoas conseguem manejar diferentes softwares. De certa forma, cada vez mais grupos e comunidades coletivas vão sendo criadas e estimuladas pelas pessoas e seu uso. Aqui, trabalhar em conjunto e fazer uso do conhecimento age como o estímulo à criação de vínculos, é tomar tempo para explicar o que cada um pode fazer em relação ao grupo.

Por outro lado, no livro *A Cultura da Participação - Criatividade e Generosidade No Mundo Conectado*, Clay Shirky (2011) define participação como agir como se a nossa presença importasse, nos tornando uma peça chave para o que está sendo produzido. Geralmente, nos encontramos participando em grupos que são voltados aos nossos interesses. Participar, para o autor, tem como base a importância que temos no conteúdo final e compartilhar pode ser a capacidade que temos de realizar uma curadoria de tudo que nos é apresentado. Para o autor, as pessoas gostam de consumir conteúdo, mas tanto quanto gostam de produzir e compartilhar o que criam. Dessa forma, quando conseguimos equilibrar consumo, produção e compartilhamento, conseguimos também nos conectar cada vez mais uns aos outros, o que potencializa nossa capacidade midiática. É interessante como Shirky descreve práticas contemporâneas e constata-as como uma cultura, embora não se interesse tanto por pensa-las tecnoculturalmente.

Para ele, somos nós que definimos como vamos utilizar nossa capacidade criativa, através da participação e do que esperamos dos outros enquanto nos envolvemos com eles. A localização das pessoas, para o autor, deixa de ser um fator determinante na cultura da participação. Em especial, se a plataforma de participação oferece atividades que gerem satisfação àquele que está compartilhando conteúdo. Devido a isso, para ele, hoje em dia temos muito mais conteúdo disponível do que seria possível dar conta de ler ou ver. Esse é um fato significativo para a nossa perspectiva tecnocultural já que, de alguma forma, esses termos como colaboração, participação, compartilhamento, estão atravessados por uma efetiva e grande capacidade de gerar dados sejam eles textos, imagens, vídeos. Na nossa cultura passou a ser um valor (quase uma obrigação) a produção e o compartilhamento de dados.

É nesse contexto de envolvimento com o conteúdo, que Shirky (2008) diferencia o compartilhamento de cooperação e de ação coletiva em seu livro *Lá vem todo mundo – o poder de organizar sem organizações*. Ele os diferencia como se fossem degraus de uma escada no empreendimento em grupo, em que as atividades são possibilitadas ou melhoradas pelas ferramentas de interação social. Desse modo, para o autor o compartilhamento é o que menos exige dos participantes, pois “compartilhar o próprio trabalho conscientemente com outros é a maneira mais simples de se beneficiar das novas ferramentas sociais [como o Flickr, por

exemplo]” (SHIRKY, 2008, p. 46). Ele ainda diferencia o ato de compartilhar conteúdo no Flickr⁸ ou compartilhar informações e preferências no Google, tendo em vista que no segundo os usuários estão distribuindo opiniões ou divulgando seus sites, não focando especificamente no ato de contribuir. No primeiro, segundo Shirky, o usuário tem maior liberdade de participação para que haja poucos problemas de interação nos grupos que ali transitam, embora o autor não desenvolva a ideia de liberdade nem questione aqui como a interface conduz os usuários a optar por determinados caminhos.

O segundo degrau, a cooperação, se torna mais difícil porque para cooperar devemos modificar nosso comportamento e adaptá-lo ao resto do grupo e vice-versa. Shirky aponta que no compartilhamento estamos entre um grupo de participantes, e ao cooperar estamos criando uma identidade grupal. Ou seja, o fato de sabermos com quem estamos cooperando já estabelece uma barreira de diferenciação entre ambas às atividades. Aqui trazemos o exemplo utilizado pelo autor, a conversa. Isto é, “o YouTube, site de compartilhamento de vídeos, permite aos usuários postar novos vídeos em resposta aos que tenham visto ali” (SHIRKY, 2008, p. 47). Por isso que o autor afirma que é a conversa, ali gerada, que tem a capacidade de criar um senso de comunidade – mesmo que às vezes as conversas possam vir a gerar uma cadeia de comentários odiosos.

Por fim, a ação coletiva ou produção colaborativa, o terceiro degrau, é “uma forma mais dedicada de cooperação, pois aumenta a tensão entre os objetivos do indivíduo e do grupo” (SHIRKY, 2008, p. 47). Nesse sentido, o princípio base aqui é que ninguém pode receber crédito individual por algo que foi criado e não poderia existir sem a participação de muitos. A questão de a decisão ser tomada coletivamente a diferencia do compartilhamento, visto que faz com que a produção colaborativa seja obtida de modo mais difícil, visto que tudo precisa ser negociado.

A ação coletiva, o terceiro degrau, é o tipo mais difícil de esforço em grupo, pois requer que um número de pessoas se comprometa a empreender determinado esforço em conjunto e a fazê-lo de maneira a tornar a decisão do grupo obrigatória para os membros individuais. (SHIRKY, 2008, p. 47).

A coesão entre o grupo é essencial para a produção colaborativa, principalmente porque ela gera uma responsabilidade compartilhada entre as pessoas, sendo que as decisões e a identidade do usuário estão atreladas à identidade do grupo. Por fim, ele aponta que a ação

⁸ Flickr é uma plataforma canadense de hospedagem de fotografias, vídeos e ilustrações. Ela permite os usuários a organizarem e interagirem com o conteúdo e entre si, o que a faz ser considerada como uma rede social. Disponível em: <<https://www.flickr.com>>. Acesso em: 27 set. 2016.

coletiva envolve problemas e questões de liderança. Ou seja, os membros do grupo têm opiniões diferentes e tentarão expressá-las. Contudo, sempre que uma decisão for tomada em grupo, algumas pessoas terão a sua opinião contrariada (e quanto maior for a comunidade, maior o número de pessoas com o que isso ocorre).

É por isso que Shirky afirma que para o grupo avançar, ele deve ter pelo menos algumas opiniões fundamentais que sejam apoiadas por todos. Segundo ele, são poucos aqueles que de fato conseguem agir no interesse de todos os seus participantes. Ainda assim a formação de grupos hoje em dia está muito mais fácil de ser efetivada pelas novas ferramentas de interação social (como redes sociais, celulares, YouTube, entre outros). Sendo que elas estão, acima de tudo, baixando o custo de coordenação dessas ações coletivas, pois podem ser realizadas à distância.

Também devemos pensar, lembra o autor, que quanto maior as organizações e grupos ficam, menos provável irá ser que os membros interajam diretamente entre si. Ainda mais em grupos que dependem das redes eletrônicas, do ambiente digital. Para Shirky, nossas tecnologias estão permitindo novas formas de ação coletiva que não dependam da proximidade física, permitindo a criação de grupos colaborativos maiores e mais distribuídos. A partir disso, hoje nos encontramos em um patamar em que a nossa capacidade de compartilhar, cooperar e empreender ações coletivas tem aumentado significativamente.

Além disso, o autor define as emoções que levam ao engajamento em atividades ou grupos como intrínsecas ou extrínsecas. As primeiras são as quais a atividade realizada é a recompensa, já as segundas se qualificam quando a recompensa recebida é externa à atividade realizada (como pagamento salarial, por exemplo). As atividades que geram motivações intrínsecas geralmente resultam na pessoa usufruindo em sua totalidade. A ideia é que as pessoas tem um comportamento diferente quando estão realizando algo por prazer ou afeto. Apesar de que isso não quer dizer que quando existe uma recompensa não estaremos agindo por prazer, mas talvez em algumas atividades em que a recompensa é a própria atividade, o fato de ser por satisfação própria seja um motivador a mais. Desse modo, para ele, a tecnologia é apenas um facilitador da vontade de compartilhar. Ela torna mais fácil a possibilidade de interagir com outros. Há aqui uma questão que pode ser tensionada pelo olhar de Lev Manovich (2006), quando ele afirma que os dispositivos contemporâneos são os mesmos que usamos para funções que antes estavam claramente separadas como o trabalho e o ócio, por exemplo, o que leva a imaginários de trabalho (próximo do jogo e do prazer) diferentes do imaginário do trabalho pré-industrial e industrial associado a um imaginário de esforço, sacrifício e privação.

Shirky nos dá aportes importantes para constatar questões funcionais e comportamentais dos modos dos ambientes online. Contudo, o autor não busca compreender como que essas comunidades no ambiente online de fato são moldadas e alteradas pelas tecnologias que elas operam e pelas quais são operadas, o que nos faz ter que recorrer a outros autores de forma a complementar o que aqui entendemos. É essa discussão que iremos retomar no próximo subcapítulo.

Outro uso dos termos coletivo, compartilhamento, participação é o que Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green (2014) nos propõem. Em seu livro *Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável*, eles nos apresentam diferentes maneiras de como o conteúdo pode circular. Nele, eles examinam um modelo híbrido de circulação, sendo que é assim que podemos determinar como um material vai ser compartilhado de maneira participativa, segundo eles. É interessante notar que os autores traçam seu texto falando sobre empresas, marcas, grandes grupos comerciais, na maioria das vezes. O livro

[...] examina um modelo híbrido e emergente de circulação em que um mix de forças de cima para baixo e de baixo para cima determina como um material é compartilhado, através de culturas e entre elas, de maneira muito mais participativa (e desorganizada). As decisões que cada um de nós toma quanto a passar adiante ou não textos de mídia [...] estão remodelando o próprio cenário da mídia. (JENKINS, FORD, GREEN, 2014, p. 24).

Desse modo, eles afirmam que a mudança de modelos de distribuição para modelos de circulação apontam para uma forma muito mais participativa de cultura (JENKINS, FORD, GREEN, 2014), em que temos um papel expressivo na modelagem e na configuração do cenário de compartilhamento e mixagem de conteúdo que antes não era imaginado. Eles também apontam que Jenkins (em seu livro *Fans, Bloggers, and Gamers* de 1992) desenvolveu o termo de cultura participativa quando falava sobre as comunidades de fãs e como elas se comportavam diante a distribuição de conteúdo⁹. Em seu novo livro, os autores afirmam que o conceito evoluiu, abrangendo todos aqueles grupos que funcionam em volta da distribuição e produção de mídia que atenda aos seus interesses coletivos. Para eles, “os públicos estão se fazendo nitidamente presentes ao modelarem ativamente os fluxos de mídia” (JENKINS, FORD,

⁹ Em *Fans, Bloggers, and Gamers* (1992), Jenkins assinala que os *fandoms*, ou comunidades de fãs, são formas de apropriação dos textos midiáticos de forma a serem utilizados em prol de seus interesses. O autor não considera como fã aquele que somente assiste determinado programa, mas sim aquele que o transforma em uma atividade cultural, compartilhando ideias, pensamentos, sentimentos sobre o conteúdo com outras pessoas, ou ao fazer parte de uma comunidade que tenha os mesmos interesses. O ato de interagir com o conteúdo do qual se é fã, torna essas comunidades muito mais engajadas com os materiais, pois elas se reapropriam dos filmes, programas, personagens através do conhecimento extenso dos mesmos.

GREEN, 2014, p. 25) e, com isso, as grandes empresas passaram a ouvi-los para poder atender as suas demandas. Porém, o poder de compartilhamento ainda recai na interação entre pessoas.

Os autores comentam sobre como não devemos pensar que o compartilhamento de informações e essa interação sejam apenas fruto de avanços tecnológicos, mesmo que em seu livro esse seja o enfoque. Podemos ver como Jenkins, Ford e Green nos ajudam a entender melhor o cenário midiático a partir das mudanças que ele encara com as ações de compartilhamento de mídia, porém, esses autores nos ajudam a entender a parte menos tecnológica dessa situação. Isto é, para conseguir ver como o pensamento tecnocultural de fato é visto na sociedade atual, necessitamos ir mais a frente e buscar outros autores que complementem o que Jenkins, Ford e Green levantam em seu livro.

Eles usam o termo “propagar” para definir a circulação de mídia. A “propagabilidade” (ou espalhamento) define o potencial que temos de compartilhar conteúdos por motivação própria. O termo se refere à facilidade com que os conteúdos podem circular hoje em dia, e como isso se dá muito pelos dispositivos técnicos e pela motivação de propagar, modificar, se reapropriar dos conteúdos disponíveis. Ainda, é importante ressaltar que, ao se referirem aos conteúdos que são propagados, não estão se referindo apenas aqueles que circulam em grande quantidade, em grandes canais e veículos de comunicação, mas também aqueles que se encontram sendo compartilhados em comunidades-nicho.

Os autores também consideram que quando o material é propagado, ele também é refeito. Isto é, se encontra sujeito a uma série de alterações, remixagens, *sampleamento*¹⁰. Esse processo de transformação do original que é posto novamente em circulação após ser modificado, altera as lógicas de produção e consumo, uma vez que o original poderá sofrer modificações com as quais nem se pensava e, acreditamos, este fato passa a nos habituar com uma prática e uma estética de remixabilidade que abordaremos mais adiante. Existem comunidades que buscam essa recirculação de conteúdo como formas de interagir socialmente e culturalmente, temos verdadeiras práticas culturais como a mimética em que o objetivo é produzir descontextualizações de determinada informação conhecida a uma comunidade seja ela em imagens, vídeos, sonoras. O remix e a remixabilidade, acreditamos aqui, é uma das estéticas do colaborativo: usuários que interagem, imagens que colaboram.

Voltando aos autores Jenkins, Ford e Green, a circulação do conteúdo dentro da cultura participativa pode, para eles, servir os mais variados interesses: culturais, pessoais, econômicos, políticos. Isso se daria, devido à dificuldade de que haja um alinhamento entre os objetivos e

¹⁰ Iremos abordar o termo novamente.

necessidades de empresas e os objetivos e necessidades do público. Por isso eles circulam e adaptam o conteúdo a sua maneira, uma vez que se tornou mais fácil circular materiais hoje em dia, ainda que nem todos tenham o mesmo acesso as tecnologias de comunicação e as habilidades necessárias para usá-las.

Para eles, o compartilhamento de conteúdo deve, em muito, a disponibilidade de ele estar em quase todos os lugares e em quase todos os momentos. Ademais, podemos compartilhar de modo portátil, reutilizando conteúdos com relevância para vários públicos, e fazer parte de um fluxo regular de envio de arquivos.

Podemos compartilhar material como uma forma de crescer ou de ativar uma comunidade, seja retransmitindo um clipe de show de televisão para colegas fãs ou para ajudar a dissecá-lo, seja propagando um vídeo de protesto para mobilizar ou recrutar pessoas em torno de uma causa social. (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 248).

Sendo assim, chegamos ao que eles consideram participação. Os autores afirmam que “participamos *em* algo, ou seja, a participação é organizada *em* e *através das* coletividades e conectividades sociais” (JENKINS, FORD, GREEN, 2014, p. 206). Ademais, as mudanças que apontamos, entre os produtores de mídia e o público, também transformam o conceito de cultura participativa¹¹. Devido a isso, as plataformas digitais que surgem e vão alterando e ampliando a quantidade de ações que o público participativo e ligado em rede possui.

Por último, eles diferenciam participação de colaboração, sendo que a primeira ao se encontrar em uma comunidade, por exemplo, pode ou não ter efeitos sobre a cultura e também pode ou não ter influência no engajamento de outros com o conteúdo. Nesse aspecto, um ambiente midiático mais participativo se volta para a compreensão e priorização de como as pessoas participam, as empresas se voltam a escutar o que o público diz. A colaboração está mais, conforme os autores, para a cumplicidade, é uma relação mais complexa, seu trabalho pode ser aproveitado por grandes empresas, por exemplo, mesmo sem beneficiar aqueles que criam o material. Pode haver o trabalho em conjunto com as empresas para realizar algo que sem esse apoio, os colaboradores não conseguiriam por conta própria.

Até aqui trouxemos autores que nos ajudam na composição de nosso quadro teórico numa revisão crítica do termo colaborativo e termos que no imaginário contemporâneo de colaborativo estão associados. Não nos interessa tanto estabelecer diferenças precisas entre os diversos termos ou elencar todas as ações que podem estar sendo associadas a um ou outro e os

¹¹ Porém, eles também consideram que as empresas exploram, às vezes, a vontade de participar que o público tem em prol de benefícios econômicos, visto que são poucas aquelas que de fato cedem poder ao público no que compete a decisões.

tantos exemplos em diversos sites e ações off-line. Interessa aqui sim constatar que estes termos estão cada vez mais em pauta e estão relacionados a um novo meio, a rede. Se todo novo meio instaura um novo ambiente (MCLUHAN, 2007), como acreditamos aqui e a essa relação estamos chamando de tecnocultura, a construção do colaborativo passa a ser uma expressão desta tecnocultura. Propagabilidade, compartilhamento, participação estão pensando multiplicidade de usuários mediados por software para alguma finalidade. Porém, necessitamos, a partir de agora, investir mais profundamente em autores que entendam o colaborativo nessa direção.

3.1 Um olhar arqueológico sobre o colaborativo

Ver o colaborativo com um olhar arqueológico é uma necessidade da perspectiva teórica com a que estamos abordando o objeto em questão. Já citamos anteriormente a perspectiva intuitiva do nosso olhar (desde Bergson, 2005, e Deleuze, 2004) que olha para os objetos de pesquisa na perspectiva de tempo e que nos permite ver multiplicidade de espaços (inclusive de tempos especializados) no objeto estudado.

Unimo-nos também ao olhar arqueológico sobre a mídia, como o de Erikki Huhtamo e Jussi Parikka (2011) em seu livro *Media archaeology: approaches, applications and implications*. Para os autores, a arqueologia da mídia “vasculha arquivos textuais, visuais, sonoros; assim como coleções de artefatos, enfatizando tanto as manifestações discursivas como materiais da cultura” (HUHTAMO; PARIKKA, 2011, p. 3, tradução nossa)¹².

Buscando ver as semelhanças e diferenças e também estabelecendo paralelos entre elementos midiáticos anteriores aos que estão estudando, os autores vão construindo, a seu modo, o que é o olhar arqueológico sobre a mídia. Ao ver as diferentes camadas de cada objeto, como iremos apontar na pesquisa de Manovich (2001) logo a seguir, podemos tentar ver como o colaborativo vai se apresentando de diversas formas ao longo dos anos.

Manovich fala sobre o colaborativo, a seu modo, e seu olhar arqueológico pode ser encontrado em seu artigo *Models of Authorship in New Media*, ou, traduzido livremente, *Modelos de Autoria nas Novas Mídias*. Nele, ele fala sobre os diferentes tipos de autoria na cultura das novas mídias e defende que todos envolvem diferentes formas de colaboração. Entretanto, e aqui podemos ver a arqueologia presente em sua pesquisa, o autor também afirma que não devemos pensar na autoria colaborativa como característica exclusiva das novas

¹² “[...] rummages textual, visual, and auditory archives as well as collections of artifacts, emphasizing both the discursive and the material manifestations of culture” (HUHTAMO; PARIKKA, 2011, p. 3).

mídias, considerando que catedrais medievais, estúdios de pinturas com mestres e assistentes, orquestras musicais ou produções fílmicas contemporâneas, envolvem muitas pessoas colaborando por um longo período (MANOVICH, 2002). Devido a isso, podemos considerar que a autoria colaborativa pode ser um tipo de padrão, ao invés da exceção em produções que envolvem mais de uma pessoa.

Porém, Manovich se debruça sobre a ideia de que as novas mídias fornecem variações para como a autoria colaborativa pode ser. Seu artigo quer ver como elas desenvolvem novos tipos de autoria, novas relações entre produtores e consumidores e novos modelos de distribuição, e também como as novas mídias e a cultura possibilitam essa modificação da indústria cultural. Ele nos apresenta nove tipos: colaboração de diferentes indivíduos e/ou grupos; interatividade como falha de comunicação entre autor e usuário; autoria como uma seleção de menus; colaboração entre empresa e usuários; colaboração entre autor e software; remix; *sampling*¹³ como uma nova forma de colagem; modelo de código aberto; marca como o autor.

Sobre o primeiro, a autoria como colaboração de diferentes pessoas ou grupos, o teórico russo defende que esse é o tipo de autoria mais discutido quando se pensa nas novas mídias como colaboração – seja ela fisicamente ou através da internet, sendo o contato simultâneo ou não – entre um grupo de artistas que cria algo – performance, evento, projeto. Para ele, não necessariamente essas colaborações irão resultar em um produto final, as pessoas se encontram através do interesse comum para produzir conteúdo. Além disso, é interessante notar que mesmo sem ter criado produtos com grande alcance, segundo ele, as novas mídias ainda assim tiveram e tem um grande impacto na forma como nos comunicamos. Isto é, se considerarmos que bancos de dados, espaços de navegação, simulações e a interatividade também permitem novos padrões de comunicação advindos das novas mídias. Por fim, Manovich fala que tudo isso faz com que a autoria colaborativa dessa forma ainda seja importante para a cultura contemporânea, mesmo que não crie nenhum produto de forma convencional.

A segunda variação, sobre a falha de comunicação entre autores e usuários, é explicada como um contraponto a ideia de que a interatividade entre autores e usuários é geralmente explicada como colaboração. Para ele, na colaboração assumimos que os colaboradores compartilhem objetivos em comum e um entendimento sobre o que estão fazendo. No caso de

¹³ *Sample* é um termo em inglês que significa amostra, mas aqui ele é utilizado como se encontra no universo de produção musical. Um *sample* é um trecho de instrumento extraído de uma faixa musical, por exemplo, um *sample* de guitarra é um trecho (amostra) desse instrumento sendo tocado e que poderá ser utilizado na base da construção de uma nova música ou não. Em português o termo foi apropriado como *samplear*.

mídias interativas, isso geralmente não ocorre. Isto é, quando os autores criam seus materiais, eles não sabem quais serão os seus usos, eles apenas deduzem, bem como quando os usuários adquirem esses materiais, eles o utilizam de uma forma que pode não ser a que o autor imaginou. Devido a isso, não poderíamos considerar que os usuários são de fato colaboradores do autor e vice-versa. Eles não têm, portanto, uma via de comunicação concretizada. É aí que as empresas criam os canais de retroalimentação, grupos focais, para poder entender como o usuário vai reagir. Somente aí que o produto inicial pode sofrer mudanças através das respostas e ser lançado ao público geral.

Vamos pular a terceira variação para voltar a ela mais tarde. Por isso, a quarta variação, sobre a colaboração entre empresas e usuários diz respeito a quando o produto lançado instiga aos usuários criarem novas camadas de conteúdo para ele. O autor usa do exemplo de jogos como o *The Sims*¹⁴, que permitiu que os jogadores postassem na internet várias modificações dos personagens criando um arsenal de conteúdos que podiam ser salvos em seus computadores de uso pessoal. Ainda, para Manovich, outra maneira das empresas colaborarem com os usuários é a incorporação das suas sugestões nas novas versões dos softwares.

A quinta variação, colaboração entre autor e software, é apontada como praticamente todas as ações que são realizadas em eletrônicos ou ferramentas de computador que envolvem colaboração entre o autor e essas ferramentas que possibilitam esse tipo de criação. Porém, também podemos dizer que essa é uma colaboração entre os desenvolvedores de software com essas ferramentas utilizadas na criação.

Sobre a colaboração por remix e por *sampling*, aqui iremos trazer o que ele diz sobre como no cenário musical essas práticas são extremamente utilizadas e legitimadas. Já em outras áreas de criação, apesar de serem utilizadas, não se afirma o uso por poder ser considerado como roubo. A relação entre remix e *sampling* é que ambas são potencializadas pelo avanço da tecnologia, tendo em mente que industrializamos as colagens e as montagens. Para o autor a cultura do remix chegou a várias áreas. Mesmo o artigo tendo sido escrito em 2002, podemos ver que a prática de mistura, colagem, montagem segue presente na cultura contemporânea, por exemplo, ainda se encontra fortemente presente na produção de videoclipes, *fanfictions*¹⁵, instalações artísticas que utilizam elementos do cotidiano (por exemplo, bienais de arte contemporânea), arquitetura, entre outros.

¹⁴ Segundo a empresa criadora, EA Games, o *The Sims* é um jogo de simulação de vida que nos dá controle sobre as ações cotidianas de pessoas.

¹⁵ *Fanfiction* são histórias criadas pro fãs a partir do cânone original de filmes, seriados, livros, jogos. São ficções de fãs feitas para os próprios fãs, isto é, geralmente quem lê essas histórias são pessoas que já conhecem os universos originais.

Sobre a autoria colaborativa do código aberto, Manovich fala que os softwares de código aberto são feitos para serem criados e modificados por vários usuários e isso num fluxo contínuo. Questões como autoria e posse são complexas de serem analisadas, pois passam pelas mãos de muitas pessoas, o que leva, ao que ele chama, de autoria cultural. A licença de uso é o objetivo central da produção de código aberto. Ela passa por questões de autoria e existem leis que regulamentam a propriedade intelectual, porém, elas ainda não conseguem acompanhar as constantes mudanças nas práticas de apropriação, remix, *sampling*, citação, o que pode as deixar retrógradas em relação à produção de código aberto com autoria coletiva. Essas leis ditam o que podemos fazer com o trabalho de outras pessoas, por isso, as comunidades que giram ao redor do trabalho criativo, tendem a combinar e concordar sobre qual o ponto central do trabalho que realizam.

Por fim, a última variação, a marca como o autor, diz respeito aos grupos de criadores que se encontram produzindo materiais para as marcas, como, por exemplo, o grupo de designers da Nike, que criam um produto em nome da Nike, não em seus nomes próprios. Manovich (2002, p. 12, tradução nossa)¹⁶ fala que “[...] a empresa não tenta esconder esses nomes – você pode achá-los se quiser – mas eles só não aparecem na publicidade da marca”. Ou seja, o que importa é o nome da marca.

Desse modo, voltamos à terceira variação de colaboração provocada pelas novas mídias. Autoria pela seleção de menus. Deixamos essa para depois, tendo em vista que o autor se debruça mais profundamente sobre isso em seu livro *The Language of New Media* (2001) e fomos até ele resgatar mais sobre o assunto. Para ele, os objetos das novas mídias dificilmente são criados do zero, geralmente eles são um conglomerado de partes pré-prontas. Isto é, na lógica da cultura do computador, nossas criações se adaptaram a ser uma seleção feita através de menus. Nosso processo criativo parte da seleção de conteúdos que advém de bibliotecas digitais, sendo que grande parte dos softwares de criação e edição vem com pastas de estilos, imagens, texturas pré-programadas ou também podemos adicionar novas. Manovich aponta a criação de slides no programa PowerPoint, no qual podemos escolher estilos pré-prontos de plano de fundo é um exemplo disso.

Nesse aspecto, a seleção de elementos predeterminados afeta tanto os produtores e os usuários de conteúdo das novas mídias, considerando que torna o processo produtivo mais rápido e eficiente, e também faz com que os usuários não sintam que só consomem, mas que também criam objetos de mídia. Ou seja, o usuário pode se sentir como um artista por ser

¹⁶ “[...] a company does not try to hide these names - you can find them if you want - but they are just not part of brand publicity” (MANOVICH, 2002, p. 12).

permitido criar um objeto com uma aparência profissional só por selecionar alguns elementos de menus. A arte eletrônica se baseia desde o princípio na lógica de modificar algo que já existe. Na internet, isso é potencializado, já que se estimula a criação de conteúdo que seja elaborado através da utilização de outros (textos repletos de hiperlinks, por exemplo). Para ele, qualquer um pode se tornar um criador através da seleção de elementos de menus.

A escolha de opções nas telas também é uma forma de criação através da seleção de ações e botões disponíveis, a interação aqui cria novas telas. O resultado visual dessa escolha é a mudança visual de toda ou parte da tela. O autor ressalta a questão da interatividade presente nas novas mídias através dessa seleção de opções de menus ramificados. Ainda, pode-se pensar que os usuários desses menus se tornam coautores do conteúdo ali presente através de seu movimento de escolhas. Ou seja, ao selecionar um caminho único através das opções, o usuário cria um novo conteúdo. Porém, também é importante notar que ele pode ser considerado como apenas uma parte do todo, considerando que as escolhas já estavam ali para ele, ele só seleciona, não cria. Ressaltamos que o autor também faz uma ressalva de que essa possibilidade de selecionar elementos predeterminados também existia em mídias antigas, como na lanterna mágica¹⁷, por exemplo, mas hoje isso se tornou mais generalizado e mais fácil de realizar. O que antes eram atividades manuais hoje são ações intrínsecas de softwares. A seleção e modificação de elementos resultam no remix de conteúdo que hoje é potencializado pela cultura do computador, o que se aproxima do que consideramos pensamento tecnocultural.

O teórico russo também é crítico do termo interatividade, em seu livro *The Language of The New Media* (2001), porque a interação humano-computador (que iremos retomar) é, por definição, interativa, pois permite que o usuário controle o computador e manipule a informação que lhe é mostrada na tela. Por isso, dizer que computadores são interativos é como dizer o óbvio, sendo que todos eles tem essa possibilidade em si. Ele se utiliza de outros termos para denominar as diferentes estruturas e operações interativas, tais como: simulação, imagem-interface, imagem-instrumento, menu interativo.

Manovich também faz uma ressalva ao erro que podemos cometer quando pensamos na interação com computadores e pensamos na interação física, com o teclado, com o mouse, ao invés da interação cognitiva. Ou seja, nossa interação com links, textos, elementos gráficos que nos são mostrados através de telas e a partir deles podemos agir no computador. As mídias interativas pedem que nós nos relacionemos com a trajetória mental do designer de mídia, ou seja, com todas as camadas do projeto. Um exemplo disso são os arquivos de foto editados no

¹⁷ Lanterna mágica antecede aos aparelhos de projeção modernos, na qual através de um jogo de lentes e uma placa de vidro com desenhos pintados que eram projetados em um tecido.

programa Adobe Photoshop, que cria diferentes camadas (níveis) para cada alteração e efeito realizado no arquivo. Quando recebemos esse arquivo, podemos ver a trajetória realizada pelo editor de imagem.

Outra autora a pensar na interatividade pelo computador, é Wendy Chun (2011), em seu livro *Programmed Visions – Software and Memory*. Quando fala sobre as interfaces de computador – telas entre homens e máquina, que foram modificadas e potencializadas a partir de seu uso militar, ela afirma que a interatividade com os computadores é o que ajudou que mais usuários comuns pudessem passar a utiliza-los. Assim, os sistemas operacionais interativos faziam com que as telas fossem parte do computador para todos os usuários. Isto é, a interatividade dizia respeito a fornecer ao computador tarefas que nós, humanos, não conseguimos devido a capacidade de processamento de dados ser muito mais rápida que o processamento cerebral. Ao fornecer dados para o computador ler, alterar, copiar, estamos dando tarefas que nos seriam fisiologicamente mais complexas.

Desse modo, a interatividade com as telas foi necessária por causa das limitações da programação e sua forma procedural (sistêmica). Era necessário trabalhar interativamente com o computador, não somente o acompanhar automaticamente. Aí, ela se pergunta, como os sistemas interativos se tornaram sinônimos de liberdade do usuário e da máquina?

Ela se utiliza do Google Earth¹⁸ para mostrar o que é uma interface interativa, podemos ver as imagens terrestres, apesar dele ter discrepâncias em relação à realidade, ele ainda é atraente pelas ferramentas de uso que nos possibilita - *zoom in* e *zoom out*. Ainda, interfaces interativas geralmente possuem o que ela chama de manipulação direta, que é a sensação que o usuário tem de maestria sobre o sistema, confiança em sua competência de realizar tarefas. As interfaces também produzem usuários a partir da interação, ou seja, através de elementos que asseguram a relação entre os dois, como, por exemplo, ter uma pasta no computador com nossos nomes.

Esses tipos de elementos nos provocam uma relação de segurança com os computadores, há uma certa ilusão de que os conteúdos que se encontram nessas pastas estão da mesma forma em pastas físicas. Isto é, tendo em vista que computadores criam e simulam uma realidade, nós interagimos com essa sua criação. Eles corporificam a lógica de substituição da forma como seus elementos são e como eles nos são mostrados.

Chun (2011) vai dizer que os computadores realizam uma metáfora para a própria metáfora, nessa lógica de substituição de ordens e desordens. Isto é, ao dar o nome de certas

¹⁸ Google Earth é um programa do Google que permite que vejamos o globo terrestre a partir de imagens capturadas por satélites. Disponível em: <<https://www.google.com.br/intl/pt-BR/earth/>>. Acesso em: 16 out. 2016.

coisas para outros elementos, transfere-se a sua lógica de existência para esse segundo elemento. Essas metáforas são sempre baseadas em nossas interações com o ambiente físico e cultural. Ou seja, as semelhanças que ditam como será essa metáfora, são baseadas nas nossas interações com os objetos que nos cercam, por isso, as interfaces interativas são tão baseadas nessa lógica (pastas de computadores como pastas em ambientes físicos). Para ela as metáforas terminam por criar realidades, não somente conceitualizam as já preexistentes.

Computadores passam a ser entendidos como máquinas universais de substituição, transformando qualquer elemento em outro através da transferência de informação. Eles criam um novo ambiente dinâmico, sendo que os arquivos que nos são ofertados são mais vivos, moventes. Isto é, para Chun (2011), os textos que aparecem em nossas telas, por exemplo, pedem que nós os manipulemos. De alguma forma, se pensamos nas interfaces, elas estão molduradas para que nós as manipulemos como aponta Chun, para compartilhar, curtir, enviar o que nos leva a pensar ali um outro modo de colaborativo como construto: aquele em que estão dispostos os dados de forma que nos “pedem” que os manipulemos. É um modo de significar uma colaboração entre usuário e dados inscrito na interface que atravessa a maior parte das práticas da internet contemporânea.

Chegamos aqui a interface e como ela, como um fluxo de ações, permite a construção audiovisual da hitRECORD. Através de Manovich (2001) podemos pensar que o computador modifica as relações entre pessoas, mas ele também modifica a própria maneira pela qual interagimos com o conteúdo. Isto é, para o autor, o computador passou a filtrar a cultura – presente e passada – através da sua interface humano-computador¹⁹ ou *human-computer interface* (HCI), termo que descreve a forma em que as pessoas interagem com o computador, tanto com o conteúdo quanto com as partes físicas (como monitores, mouses, teclados, etc.). Para ele a interface do computador atua como um código que carrega mensagens culturais de variadas formas, ou seja, a interface molda o jeito como concebemos a própria ideia de usar o computador²⁰ e com qualquer conteúdo midiático que advenha desse uso.

Estamos cada vez mais entrando em contato com mensagens culturais, como textos, fotografias, filmes, músicas, ambientes virtuais, através da nossa relação com as interfaces. Por isso, Manovich (2001) vai afirmar que não estamos mais entrando em contato com a cultura pelo computador, mas sim pelas mensagens culturais transformadas em códigos digitais. É com

¹⁹ Trazemos aqui como um adendo que na versão em espanhol do livro *The Language of the New Media*, o termo HCI é traduzido como interface de usuário.

²⁰ É interessante notar que para Manovich (2001) a interface exerce um papel na vida cotidiana das pessoas, tendo em vista que ela está presente tanto em nossas atividades de trabalho quanto em nossas atividades de lazer. Por exemplo, usamos o computador tanto para trabalhar, quanto para assistir um filme de entretenimento.

isso que ele denomina que o termo interfaces culturais²¹ como forma de descrever a interface entre a cultura, o computador e o homem. Isto é, as maneiras pelas quais o computador nos apresenta e nos possibilita interagir com essas mensagens culturais, uma vez que a HCI inclui maneiras de manipular o conteúdo. Como, por exemplo, o que podemos realizar com as funções de copiar, apagar, trocar o nome de um arquivo, abrir ou fechar um programa, entre outros.

A linguagem das interfaces culturais é, em grande parte, fundamentada através de elementos de outras formas culturais já familiares, como linguagem oral, escrita, pictórica, cinematográfica, fotográfica. Para ele, as interfaces culturais apresentam traços do cinema²², da escrita²³ e da própria relação humano-computador. Esses três em conjunto moldam as interfaces culturais. Cada um desenvolveu uma maneira única de organizar a informação e a apresentar ao usuário – correlacionando espaço e tempo e estruturando a experiência humana ao acessar informação.

As interfaces culturais se baseiam em ações da interface humano-computador, como: *scroll*²⁴, páginas com textos e vídeos, menus com hierarquias, caixas de diálogo, entre outros, uma vez que elas se alteram na medida em que as necessidades dos usuários mudam. Nesse aspecto, elas buscam ser um meio-termo entre as funcionalidades do HCI e das formas tradicionais culturais (como ações de copiar e colar, por exemplo), unindo elementos de ambas e formando uma linguagem híbrida – através da união de diferentes formas culturais.

Sendo assim, essa linguagem, através de sua presença expressiva, faz com que ao utilizar o computador, nós nos tornemos mais versados e entendidos em suas lógicas próprias de funcionamento. Ou seja, podemos entender facilmente o que a interface está querendo nos dizer ao nos apresentar um *player* de vídeo, um *GIF*²⁵, ou ferramentas de *zoom*²⁶, por exemplo, por causa da junção de variadas linguagens em um só local.

Ainda, nessa relação de importância da linguagem cinemática nas interfaces culturais, Irene Machado (2002, p. 220), ao se referir a Manovich, afirma que para o autor “o cinema, ou

²¹ Manovich aponta que as interfaces culturais incluem: títulos de CDs e DVDs, enciclopédias multimídias, museus online, revistas online, jogos de computador, interfaces de sites, entre outros.

²² Para o autor, o uso do termo cinema denota que ele está se referindo aos movimentos de câmera, representação de espaço, técnicas de edição, estilos de narração, ou seja, diferentes elementos cinematográficos de sua linguagem e recepção.

²³ Aqui, o autor também está se referindo a diferentes estilos de escrita, elementos que são utilizados para complementar o texto, como gráficos e ilustrações, sumários, entre outros.

²⁴ *Scroll* é a ação de movimentar a página na internet na vertical – para cima ou para baixo. Fazemos isso ao usar as setas ou a barra que se encontra no lado direito da página, tradicionalmente.

²⁵ *GIF* significa formato de intercâmbio de gráficos, imagens muito utilizadas na internet, ou para imagens fixas ou para animações leves (várias imagens compactadas em uma só).

²⁶ *Zoom* é entendido como a ferramenta de aproximação nas páginas da internet, na linguagem cinemática se refere à aproximação da câmara em relação ao que ela está mostrando.

melhor, o cinematismo, é a principal matriz das novas mídias e, conseqüentemente, sua grande metáfora”. Ainda, ela afirma que a teoria cinematográfica pode vir a gerar uma análise mais relevante para a crítica das mídias, por causa de seus elementos – em contraste com a teoria literária, por exemplo.

“Aquilo que Manovich vê no cinema, o cineasta russo Serguei Eisenstein entendeu como cinematismo: formas cinematográficas fora do cinema” (MACHADO, 2002, p. 221). Esse aspecto é particularmente importante para essa pesquisa, na medida em que ao analisar as interfaces da hitRECORD, também estamos procurando o que ela apresenta de audiovisual fora do *player* de vídeo, por exemplo, seu cinematismo.

Nesse sentido, estamos aqui pensando a interface como algo que comporta os links, comentários, vídeos, perfis, todos os caminhos a serem ali realizados pelos usuários. Diferentemente da usabilidade, que através da do movimento de alguns elementos na tela, a interface permite que o audiovisual passe por ali na medida em que é considerada como uma trajetória a ser percorrida pelos colaboradores da hitRECORD.

Por isso, trazemos outro autor que também transita pelos estudos de interface, Alexander Galloway (2012). Em seu livro, *The Interface Effect* (O efeito da interface) ele apresenta a sua noção de interface e seus efeitos²⁷. O autor aponta, primeiramente, para a presença das diferentes telas em nossas vidas – com seus variados estilos e tamanhos. A partir disso, nossa interação com diferentes interfaces, em diferentes telas, é constante. Desse modo, a interface é apresentada como algo que vai além da tela. O preceito de Galloway está voltado a um modo de ser na contemporaneidade.

Galloway aponta que a interface não é uma coisa, não nos é apresentada como acabada. Ela é considerada como um efeito, um processo de tradução entre dados e algoritmos. É um portal que nos permite a passagem a outro lugar, em que a informação está se movendo de um lado para outro. Isto é, a interface é uma forma mais geral de mediação.

Ainda, o autor também se debruça sobre as limitações da interface, tendo em vista que ela pode dar passagem à informação somente até determinado ponto. Com isso, ele apresenta o termo *intraface*, que pode ser usado para descrever uma interface dentro da interface. Ou seja, é uma *intraface* diretamente relacionada a questões estéticas.

Ela é incerta, pois deve fazer um malabarismo, se movimentar entre duas coisas ao mesmo tempo. Isto é, Galloway busca entender o que é essa zona de incerteza que ela apresenta. Para ele, a *intraface* mostra um tipo de estética que implica em trazer as bordas e o centro para

²⁷ Devemos considerar que o autor busca trazer a discussão que Manovich começou a fazer na década de 90 para o ano de 2012, por isso ele busca outras formas de entender a interface e seus efeitos.

perto um do outro. O autor fala que ela pode ser definida como a interface interna entre a borda e o centro, mas completamente envolvida em algo maior que está dentro da imagem – e esta é a zona de indecisão que ela se encontra.

É interessante notar que ele traz a questão de que, nessa zona de indecisão presente na intraface, ela também não é só uma janela entre o que está dentro e fora da tela. Para ele, a intraface realiza um trabalho de interfacear os elementos dentro da tela – entre os ícones, cabeçalhos, figuras em 3D. E esse aspecto é muito importante, pois demonstra que se faz necessária a presença de algo dentro e fora da tela, e essa presença exterior à tela implica o aspecto social (da interface e intraface). Desse modo, a interface possui muitos níveis, para ele o cenário social se constitui como uma grande interface, visto que existem interfaces entre pessoas e o mundo ou entre a crítica e os objetos criticados, por exemplo.

Nesse aspecto, a interface como um todo permite caminhos diferentes ao usuário toda vez que ele entra nos site. Isto é, ele vai “montando” um percurso no qual vai se familiarizando com as telas que ele apresenta. A partir disso, podemos pensar que o site nos ajuda a ir construindo uma narrativa enquanto vamos o desvendando e, mesmo que o conheçamos, cada busca gera resultados e caminhos (e descobertas) diferentes. A interface permanece em um fluxo contínuo de informações que nos mostra, no qual também somos inseridos toda vez que acessamos seu conteúdo.

Por exemplo, cada ação é concatenada com outras, ao realizar um cadastro no site o usuário pode acessar seu perfil, pode realizar o *download* e *upload* de materiais, pode seguir outros membros da comunidade, entre outros. Essas ações são todas interfaceadas pelo site, que depende de ações exteriores à tela, mas também de todas as ações inseridas na interface do mesmo. Ao mesmo tempo, o usuário pode abrir múltiplas janelas e passar por vários materiais e informações diferentes quase que simultaneamente. Aqui, o uso do site em um fluxo determina o movimento que o usuário está construindo e, por consequência, como o audiovisual ali se encontra.

Por isso se torna necessário, pensar um pouco mais como o colaborativo vem emergindo na cultura contemporânea e as relações, nesta cultura, entre o audiovisual e o colaborativo.

3.2 O colaborativo na tecnocultura

Nesse sentido trazemos mais uma vez o teórico Marshall McLuhan (2007) para entender, agora melhor, o que estamos chamando de tecnocultura: essa relação dinâmica entre um meio e o ambiente que ele cria. De diversas maneiras o autor explicou seu aforismo mais

conhecido e um dos centrais no seu pensamento comunicacional: o meio é a mensagem. Uma dessas maneiras foi ao afirmar que: “a ‘mensagem’ de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas” (MCLUHAN, 2007, p. 22). O autor vai exemplificar seu argumento de que uma tecnologia/ferramenta como a estrada, a ferrovia ou a roda não introduz a ideia de movimento em nossa sociedade, mas elas aceleraram as funções humanas de transporte.

A relação entre a tecnologia necessária para o movimento da roda afeta diretamente a vivência humana, o meio que a roda se insere é afetado pela sua tecnologia – e vice-versa. Devemos buscar entender como esse meio se forma e como nele se constrói um novo ambiente. Aqui, buscamos entender esse novo ambiente e sua relação dinâmica com as redes ou internet e pensamos essa relação como tecnocultura, considerando que um dos efeitos dos meios é a criação de novos ambientes. Ou seja, os elementos e ferramentas dele nos moldam socialmente e culturalmente na medida em que os criamos, como que num *loop* infinito. Buscamos entender esse ambiente, como ele funciona e quais valores que dali emergem. Viemos constatando ao longo desta pesquisa que um desses valores é o colaborativo: operacionalmente possibilitado por um conjunto de dispositivos e *eticamente* construído como um construto dos novos meios que oferece sentidos identitários ao meio, ao colaborativo, ao audiovisual.

Nesse aspecto, cada tecnologia introduz um novo padrão à sociedade, permitindo que certos modos de ser sejam alterados. Segundo o autor, os efeitos da tecnologia se manifestam nas relações de sentidos e nas estruturas da percepção, fazendo com que a reorganização de alguns elementos sociais (como a utilização da roda e sua aceitação e popularização) ocorra de forma gradual. Por isso, para ele, cada produto que afeta a sociedade termina por “transpirar em todos e por todos seus sentidos” (MCLUHAN, 2007, p. 37), mesmo que isso ocorra aos poucos.

Além disso, cada geração interage com os meios de uma maneira específica, resultando em modos particulares de relacionamento social. Dessa maneira, por exemplo, a estrada ou a roda que estávamos falando aceleraram as lógicas de locomoção (MCLUHAN, 2007). As pessoas que interagiram primeiramente com as estradas sofreram um processo de alteração de realidade, em que, aos poucos, começaram a perceber suas lógicas de movimentação mudadas. Então, a percepção em relação ao movimento se modifica com o transporte por ferrovias, estradas e com a roda.

Ademais, existem outros elementos que afetam a vida diária das pessoas, como o rádio, por exemplo, que oferece uma experiência pessoal de comunicação, segundo McLuhan (2007). Isso se dá, visto que esta que é uma experiência particular com o veículo de comunicação e com

o conteúdo ali ofertado. A percepção dessas modificações na vida cotidiana inseridas pelo rádio, pela roda, pela estrada, pela televisão, entre outros, modifica a percepção que temos do meio em que estamos inseridos. Ou seja, com a roda, o transporte e as suas lógicas sofreram alterações estruturais e culturais, fazendo com que, hoje em dia, a nossa relação com as maneiras de se transportar seja muito diferente de quando a roda foi inserida na sociedade. De alguma forma o acesso à internet desde qualquer lugar e por qualquer dispositivo e com as interfaces que foram se tornando as mais habituais de acessar dados, inclusive a dados audiovisuais, parece estar dizendo que toda e qualquer ação é uma colaboração, estamos fazendo alguma coisa com os outros, quando na verdade estamos interagindo com uma interface que nos conduz.

Voltando a McLuhan e a tecnocultura da roda, hoje em dia, a ideia de movimento gerada e mudada pela inserção da roda nos é quase imperceptível, tendo em vista que nos encontramos inseridos em um ambiente no qual ela já é parte fundante. McLuhan, em uma entrevista concedida à revista *L'Express* em 1972 e traduzida e publicada pela *Revista Alceu/PUC-Rio* em 2011²⁸, vai dizer que estamos imersos em um ambiente invisível e olhando de fora temos uma visão melhor do mesmo. E, esse ambiente é formado por vários elementos que entendemos melhor se conseguimos uma perspectiva diferente da qual estamos acostumados, ou seja, precisamos parar e repensar porque, por exemplo, entendemos a lógica de movimento da roda como algo naturalizado. Aí que se baseia o que estamos tentando ver nesse novo ambiente criado através da tecnocultura e quais ferramentas que dali surgem.

Para entender melhor, podemos trazer o que McLuhan (2007) traz ao falar sobre a invenção do telégrafo. Para ele a inserção desse equipamento mudou o conceito de como as pessoas viam a informação se “deslocando”. Isto é, anteriormente, para enviar uma mensagem era preciso que alguém se direcionasse a outro local para entregar a mesma. Com o telégrafo, a mensagem passou a se deslocar mais rápido que a pessoa que a levava, transformando esse movimento de enviar mensagens em pessoa em algo obsoleto. “O uso de qualquer meio ou extensão do homem altera as estruturas de interdependência entre os homens, assim como altera o *ratios* entre nossos sentidos” (MCLUHAN, 2007, p. 108). Algumas práticas passam a ser molduradas como obsoletas e outras passam a ter sentido.

Isto é, a inserção de um equipamento tecnológico em nossas vidas altera não só nossa percepção de como podemos nos comunicar, mas também a forma como o fazemos e como deixamos de fazer. Por exemplo, o telégrafo de McLuhan insere não só um novo tipo de envio

²⁸ Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Artigo%20Entrevista%20MacLuhan.pdf>>. Acesso em: 09 jan. 2017.

de mensagens, mas também termina por fazer com que essa tecnologia seja mais procurada do que o envio de mensageiros. Essa alteração termina por resultar em que as pessoas possam ficar mais tempos em seus locais de origem sem necessitar ficando “indo e vindo” de um lado a outro para poder conversar. Se pensarmos nessa modificação em relação com o telefone fixo e o telefone celular, já vemos que aí se encontra uma mobilidade maior que permite que as pessoas estejam quase que sempre em contato umas com as outras. Porém, é devido a isso que hoje em dia criamos uma maior dependência das respostas quase que instantâneas. Algo que quando usávamos o telefone fixo ou até mesmo cartas para nos comunicar, não era algo tão necessário. Mais uma vez uma tecnocultura cuja dinâmica molda práticas como necessárias ou indispensáveis e outras como obsoletas, embora sempre opere alguma reciclagem de algum elemento de mídias anteriores trazida agora com novos significados.

A nossa relação com as tecnologias vai se modificando e modificando os meios. A partir disso, para clarificar o que entendemos por tecnologia, convocamos outra teórica que busca entender esse conceito. Debra Shaw (2008), em seu livro *Technoculture: the key concepts*, vai falar que por tecnologia entendemos um arranjo de ferramentas ou técnicas que servem como requerimentos de qualquer cultura. Ou seja, entender a roda, que se encontra em grande parte das culturas mundiais, como uma tecnologia de movimento.

Dessa maneira, nosso comportamento social é afetado pelo impulso da inserção das tecnologias em nossos cotidianos. Shaw (2008, p. 16) se debruça sobre a ideia de que a estrutura social atual é organizada de acordo com o desenvolvimento tecnológico. Ou seja, como isso atravessa os padrões de trabalho, vida social, instituições culturais e as suas expressões artísticas presentes na pintura, dança, arquitetura, literatura, novelas, entre outros. Podemos ver que a interferência da tecnologia no cotidiano perpassa, hoje em dia, uma relação ainda mais profunda e marcante.

A forma como a tecnologia afeta o nosso dia-a-dia também afeta o modo como vivenciamos o mundo. Nesse sentido, a autora chega a uma descrição sobre o estudo da tecnologia em relação com a cultura, ou o que ela chama de tecnocultura. Para Shaw, podemos descrever o “estudo da tecnocultura como uma inquirição dentro do relacionamento entre tecnologia e cultura e a expressão desse relacionamento nos padrões da vida social, estruturas econômicas, política, artes, literatura e cultura popular” (SHAW, 2008, p. 17, tradução nossa)²⁹. Algo que dialoga bastante com o conceito que viemos apresentando através de McLuhan.

²⁹ “We can therefore describe the study of technoculture as an enquiry into the relationship between technology and culture and the expression of that relationship in patterns of social life, economic structures, politics, art, literature and popular culture” (SHAW, 2008, p. 17).

Entendemos que o nosso objeto, o audiovisual colaborativo na hitRECORD, é fruto de alterações sociais, culturais que surgem dessa dinâmica relação entre tecnologia e cultura particularmente da relação que os modos atuais de internet vem tomando em relação de interface com seus usuários e o lugar que o software tem nessas relações todas.

Na sociedade em que vivemos somos amplamente afetados pelos aparatos tecnológicos (e suas técnicas) que nos circundam. Recorremos aqui ao exemplo dado por Shaw (2008) ao apontar essa dependência tecnocultural. Ela explana sobre como escreve seu livro usando um software de escrita que se encontra em um computador, o qual possui acesso à internet e, conseqüentemente, as inúmeras buscas de dados que ela proporciona. Ainda, o livro, ao ser finalizado, será enviado a um editor através do correio eletrônico e assim o livro terá entrado em contato com vários softwares e processadores de dados – e ainda entrará em contato com outros ao ser impresso, transformado em e-book, entre outros. A autora também aponta que o pagamento e leitura do livro também irão ser perpassados por questões de software e técnicas de compra online, por exemplo.

Porém, uma das principais questões desse exemplo dado por Shaw é quando ela aponta que ao se definir como escritora, ela também deve considerar a sua relação com as ferramentas necessárias para a escrita, divulgação, compra e pagamento do mesmo livro. Ou seja, são essas ferramentas de edição e composição de texto, correio eletrônico, buscadores online, pagamento online, entre outros, que a permitem ser uma escritora nos dias de hoje. O nosso relacionamento com as tecnologias e ferramentas de lazer, trabalho, ensino é o que nos permite funcionar – em grande parte – em sociedade e em uma sociedade que está em um meio tecnocultural. Se pensássemos esses processos todos a partir das diversas formas de colaborativo apontadas por Manovich, poderíamos ver no relato da autora de um processo essencialmente colaborativo.

A nossa forma de viver em sociedade e viver no mundo é inseparável do modo como o fazemos. Isto é, a maneira como escrevemos um livro pode ser pensada como forma de como existimos. Também podemos pensar em um exemplo um pouco mais abrangente, como, a produção têxtil³⁰. Ou seja, a produção de nossas vestimentas está intimamente ligada a nossa forma de viver em sociedade, não só pela criação de empregos, mas também pela maneira como

³⁰ Como um exemplo disso, trazemos o evento Met Gala, que é um evento beneficente do *Metropolitan Museum of Art* (MET de Nova Iorque) que visa arrecadar fundos para o *Costume Institute* (ala de moda do museu). Todo ano o evento possui uma temática e essa deve estar presente nas vestimentas dos convidados. Em 2016 o tema era “HomemXMáquina: Moda em uma era de tecnologia”, e buscava que os trajes tivessem uma relação então o avanço da indústria têxtil em relação com as primeiras formas de manufatura de roupa. Por isso, trazemos aqui esse exemplo como uma forma de ver como a relação entre as tecnologias de produção têxtil extrapolam os limites das fábricas e podem ser vistas nas ruas, como em um evento social de alto padrão da moda. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2016/05/03/fashion/what-is-the-met-gala-and-who-gets-to-go.html?_r=0>. Acesso em: 14 dez. 2016.

vemos questões de estilo e tendências que são perpassadas por questões técnicas e culturais e entre elas a emergência de formas colaborativas.

O estudo da tecnocultura deve pensar na forma como as mudanças tecnológicas provocam mudanças na nossa forma de viver e agir socialmente, mudanças estas que definem também a cultura na qual vivemos, mas também os sentidos enunciados (significação dada a determinados fatos, pessoas, valores) sobre o colaborativo nessas práticas. Vemo-nos então perpassados pela tecnocultura em grande parte de nossas ações e escolhas diárias, na verdade em todas se levamos em conta o exemplo de McLuhan (2007) de que o novo ambiente criado por um novo meio é como a água para o peixe: invisível, mas que atravessa todo seu sistema de vida.

O telefone celular modificou a forma como nos comunicamos ao fornecer uma maior mobilidade, não é mais preciso que estejamos em casa para conseguir falar com outras pessoas ou produzir dados como mensagens de texto, vídeo, fotos e compartilha-los. É principalmente com dispositivo de conexão ininterruptos como o celular que questões como a de estar conectados passa a ser um valor central da contemporaneidade. Zygmunt Bauman (2004) reconhecia como nossa cultura moldurou o celular no centro da vida social e o celular remoldurou nossos territórios: “Você não iria a *nenhum lugar* sem o celular (nenhum lugar é, afinal, o espaço sem um celular, com o celular fora de área, ou sem bateria). Estando com o seu celular, você nunca está *fora* ou *longe*. Encontra-se sempre dentro – mas jamais trancado em um lugar” (BAUMAN, 2004, p. 78). Essa experiência de não estar nunca fora ou longe e, sim, estar conectado, é uma das centralidades proporcionadas pelo dispositivo contemporâneo que é muito cara ao conceito de comunidade.

Não é mais preciso que tenhamos que pagar para ligar para outras pessoas também, considerando que podemos realizar chamadas através da internet e por aplicativos de comunicação como o WhatsApp³¹, com bateria e conexão estamos sempre dentro, conectados, em aparente diálogo ininterrupto, inclusive com molduras que nos dão certeza que a mensagem saiu, chegou a destino e foi lida por nosso parceiro de comunidade. Esse é um aplicativo de celular (*smartphone*) que permite que as pessoas troquem mensagens, gravações de áudio e vídeo, fotos e realizem ligações gratuitas através da internet, o que acaba remoldurando os espaços: principalmente o que é estar dentro e estar fora. Obviamente é necessário pagar para o acesso a internet, porém não se torna mais tão necessário pagar pela chamada em si. Esse aplicativo também faz com que as pessoas estejam trocando mais fotos e vídeos diariamente,

³¹ Disponível em: <<https://www.whatsapp.com/>>. Acesso em : 08 fev. 2017.

apontando para outro valor central que emerge desta tecnocultura, o que está sendo chamado de audiovisualização da cultura³². Ele não só muda a forma como nos comunicamos, mas também a forma como reagimos a essa troca de mensagens de uma forma mais frenética e acelerada do que anteriormente, muda nosso modo de ver a nós mesmos e ao mundo.

Conseqüentemente, para melhor entender o que estamos tentando traçar como tecnocultura aqui em nossa pesquisa, necessitamos trazer outro questionamento relacionado à tecnologia em nossas vidas. Ou seja, trazer mais diretamente do que o fizemos até agora a questão do software como tecnocultura.

Wendy Chun (2005) ao igual que Manovich (2001) defende que os estudos de mídia (ou novas mídias) devem se engajar nos estudos sobre o software. Além de compreender suas linguagens, mas também entender as limitações da transformação de dados em arquivos e o que consideramos por isso. Entre as diferentes formas de vê-los está a questão de que ele cria um universo de imagens visuais, que Chun chama de conhecimento visual criado através da grande oferta de textos e imagens que eles nos apresentam diariamente.

Ao longo de seu artigo *On Software, or the Persistence of Visual Knowledge* (2005), ela aponta variadas questões sobre o seu avanço e sobre a programação dos mesmos. É-nos interessante o que a autora apresenta sobre o uso do computador e a liberação da programação para outras pessoas do que aquelas que originalmente entendiam o seu funcionamento. A padronização da montagem permitiu que mais pessoas utilizassem o computador.

Ademais, enquanto fala sobre os avanços da programação de computadores, Chun realiza uma análise sobre as hierarquias de poder e comando na sua produção. Isto é, como existe certa linha de montagem que recai sobre a sua programação. Para ela, a abertura da programação terminou por obscurecer algumas questões da própria máquina e realçar a programação em si como base das ações do computador. Obscurece, pois as ações dos programas que ficam mais “escondidas” para vermos o resultado disso, por exemplo, o código não nos é mostrado porque não iríamos entender. Há uma escolha sobre o que deixar visível e o que deixar invisível. É claro que isso também acontece com outros meios como TV e cinema, o código mais próprio que opera na produção de sentidos se torna invisível como aponta Kilpp (2003) ao se referir à opacidade dos meios.

Mas, voltado a Chun, quando usamos um computador, temos que passar a pensar como ele (ou talvez como um programador) para entender algumas de suas questões mais básicas. Nossa relação com ele passa a ser baseada no entendimento de ações de comando. Desse modo,

³² Iremos abordar novamente.

nossa relação com o software (e seus sistemas operacionais) é calcada em um relacionamento imaginário com o hardware, ele nós mostra um desktop de controle ao invés de peças de montagem. Com o ele nós passamos a ser usuários no computador, sem o sistema operacional não poderíamos ter acesso e controle do hardware e conseqüentemente não existiríamos como usuários.

Buscamos à Chun, quando a autora fala sobre a transparência do computador, isto é, como não vemos o que está acontecendo de fato com o software, como ele está trabalhando. Ou seja, aí podemos fazer uma relação com o trabalho invisível da arquitetura de informação³³, visto que o primeiro também é invisível e as hierarquias que ambos criam também são opacas. Para ela, a programação esconde a máquina e ao esconder a máquina podemos pensar de modo abstrato (podemos fazer uma relação disso com o modo de entender a arquitetura de informação como algo escondido, que para ver necessitamos desvendar as suas camadas). Em um nível mais pessoal, a computação está permitindo conexões através da ligação entre o visível e o invisível dos *drives* de computador de uso pessoal.

Desse modo, Chun se debruça sobre a lógica de que existem muitas questões na programação que escapam do controle do usuário, tendo em vista que ela esconde certos aspectos de sua composição. Dessa maneira, para ela, a programação não somente faz com que dados possam ser manipulados, mas que o computador está sempre agindo de um modo que não podemos controlar de fato. Existem vários comandos e ações que os computadores realizam que não temos como ver enquanto estão acontecendo. Cada ação realizada gera efeitos no computador, enquanto estamos utilizando o Word, por exemplo, ele está convocando os tipos armazenados em seus arquivos, mas, mesmo que possamos ver os tipos aparecendo na tela enquanto digitamos, não vemos as operações necessárias para isso.

Outro ponto muito interessante que Chun ressalta é sobre como os usuários de cada sistema operacional (iOS, Android, Windows, Linux, MAC) desenvolvem uma personalidade como usuário. Nós podemos pensar isso como as formas em que são moldurados os usuários de cada sistema. Por exemplo, os usuários do Linux são apaixonados por tecnologia e código-aberto associando essa cultura a diversos imaginários chamados de “alternativos”. Um representante desta cultura é o ativista e fundador do Movimento Software Livre, Richard Stallman quem consolidou o conceito de *copyleft*³⁴ e cujas práticas hackers, principalmente nas

³³ Arquitetura de informação diz respeito ao design da estrutura de sites, resumidamente.

³⁴ *Copyleft*, diferentemente do *copyright* (direitos autorais que são mantidos por lei), é uma licença aberta, ou seja, uma licença de livre cópia. Ela opera como uma forma de usar os direitos autorais para buscar e encorajar o direito inalienável e igualitário de copiar, compartilhar, modificar e melhorar as obras criativas de autoria. Além disso, o símbolo do *copyleft* é a letra *c* virada para a esquerda, enquanto a do *copyright* é um *c* virado para a direita, fazendo

décadas de 80 e 90 tensionavam as práticas das grandes corporações de comunicação, inclusive buscava com a própria aparência física transgredir padrões oficiais. Principalmente o padrão do lucro no centro das suas atividades

O sistema operacional Linux foi criado por Linus Torvalds³⁵. Ele é um sistema de código aberto, ou seja, quem tiver acesso ao código (e souber operar com ele) pode utilizar, modificar e distribuir de acordo com os termos da licença de uso. Em entrevista ao TED Talks³⁶, Torvalds afirma que começou a desenvolver o sistema sozinho, sem ser um processo colaborativo, com o intuito de ser um projeto pessoal pelo interesse em programação. Após lançar o sistema na internet, outras pessoas começaram a sugerir ideias³⁷ e outros tipos de códigos que poderiam ser adicionados. O Linux trás o imaginário da colaboração entre pessoas e entre softwares para que haja um benefício final e social para um grupo variado de indivíduos, principalmente pelo acesso gratuito.

Além disso, Torvalds estabelece um elo com Stallman, considerando que quando o Linux foi lançado, o Movimento do Software Livre estava em seu início. O sistema operacional que foi criado por um estudante de programação na década de 1990 e pode ser repassado a várias pessoas através do que um ativista da internet acreditava. Aqui vemos como são dois imaginários que vão a uma direção oposta ao que grandes corporações como Microsoft e Apple nos apresentam, ou seja, o fechamento do código, o obscurecimento do software. Por isso que afirmamos que esse imaginário retratado por Stallman e Torvalds caminha em rumo ao “alternativo”.

Figura 1 – Bill Gates, Joseph Gordon-Levitt e Richard Stallman



Fonte: Google Images, 2017.

o jogo com os termos em inglês *left-right*, que significam esquerda-direita. Disponível em: <<https://copyleft.org/>>. Acesso em: 21 fev. 2017.

³⁵ Linux é uma associação do nome Linus com Unix, antigo sistema operacional da empresa.

³⁶ The mind behind Linux | Linus Torvalds. 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o8NPllzkFhE>>. Acesso em: 21 fev. 2017.

³⁷ Na entrevista, Torvalds comenta que é incrível como alguém se interessa pelo trabalho de outro a ponto de dar sugestões, dar opiniões. Em um dos vídeos espalhados pela hitRECORD, Gordon-Levitt fala que o remix é incrível pois alguém teve que dispor de seu tempo pessoal para se importar com o trabalho de outra pessoa a ponto de o modificar e criar uma nova (e talvez melhor) versão.

Por outro lado, o imaginário associado aos usuários do Windows, outro construído, estão associados a imagens funcionalistas, descolados, bem sucedidos financeiramente e acostumados aos seus computadores sempre apresentando problemas. Aqui podemos ver como determinados softwares são construídos com sentidos identitários por determinadas molduras associados a determinados imaginários. Assim como Stallman é uma forte moldura para a significação do software livre e o Linux, Gates é para a construção do Windows: sentidos *éticos*, muito além de um sistema operacional. Ambos se constroem com diferentes imaginários de colaboração. Vemos na Figura 1 a imagem de Bill Gates, Joseph Gordon-Levitt e de Richard Stallman. As três figuras são diferentes entre si, mas podemos ver que entre Gates e Gordon-Levitt se encontra uma semelhança de vestimenta, corte de cabelo e até mesmo expressões faciais. Já Stallman, ao manter barba e cabelo longos, nos deixa com a impressão de não ser tão asseado quanto os outros dois, e foge do imaginário que geralmente atribuímos a um empresário (uso de ternos caros e escuros, corte de cabelo curto, óculos, barba feita).

Outro autor que vem nos acompanhando e que também busca entender o ambiente em que nos encontramos e a emergência de algumas características do mesmo é Manovich (1999; 2001). Assim, trazemos primeiro o que o teórico fala sobre a multiplicação de dispositivos que permitem produzir, editar e compartilhar materiais audiovisuais. Equipamentos que permitem “brincar” com maneiras diversas de produção e apropriação de filmes, fotografias, músicas e outros sons. Nesse sentido, Manovich (2001) afirma que essa é uma qualidade da sociedade atual, pois as ações de copiar, recortar, colar e manipular que os computadores nos apresentam em suas imagens já estão inscritas na cultura que vivemos. Estas, aliás, são ações de manipulação que advém da cultura do software (MANOVICH, 2001), mas seus efeitos extrapolam o computador, tem repercussões na cultura e na forma como entendemos o que são e como podemos nos apropriar dos materiais desenvolvidos no computador. Pensar nos termos dessa cultura é também pensar na tecnocultura que viemos aqui apontando, isto é, no ambiente criado pelo meio com todas as mudanças culturais que nele se produzem.

Além disso, pensando mais sobre o olhar arqueológico incidindo sobre a pesquisa do autor, trazemos também seu artigo *Avant-garde as Software* (1999), ou traduzido livremente *Vanguarda como Software*. Nele, o autor vai propor que durante os anos 1920 o termo “novo” aparecia muito frequentemente e em 1990 o termo reapareceu nos estudos e movimentos artísticos, tecnológicos, culturais, entre outros. Sendo essa reaparição uma promessa semelhante ao dos manifestos dos anos 1920, uma inovação cultural radical através das novas mídias. Ou seja, uma comparação entre revolução tecnológica e a revolução artística de vanguarda. O que Manovich quer mostrar é como elementos inovadores da década de 1920 se

tornaram incorporados nas novas mídias que surgiram na década de 1990, mesmo que elas tenham sido reformuladas e refinadas.

Nós poderíamos pensar que finalmente as técnicas da vanguarda dos anos 1920 não serão mais suficientes e que fundamentalmente novas técnicas irão começar a aparecer. Porém, paradoxalmente, a ‘revolução do computador’ não parece ser acompanhada por nenhuma inovação significativa no nível das técnicas de comunicação. Enquanto nós contamos com computadores para criar, armazenar, distribuir e acessar culturas, nós ainda estamos usando as mesmas técnicas desenvolvidas em 1920. (MANOVICH, 1999, p. 3, tradução nossa)³⁸.

Podemos ver que as técnicas retornam, se renovam e são cada vez mais incorporadas ao dia-a-dia das pessoas. Dessa forma, para ele, a nova mídia ainda é mídia antiga, porque existem muitos elementos que se atravessam e reaparecem nas novas mídias de outras formas. Aqui podemos ver como a tecnocultura é abastecida de elementos que incidem socialmente e tecnologicamente, fazendo com que mesmo que se trate de equipamentos diferentes, muitas técnicas só são apropriadas de outra forma. “Por exemplo, a estratégia vanguardista de colagem reemergiu como o comando ‘copiar e colar’, a operação mais básica que alguém pode realizar em qualquer arquivo de computador” (MANOVICH, 1999, p. 5, tradução nossa)³⁹. Mas, ao mesmo tempo, este copiar e colar não é o mesmo das práticas de grupos artísticos do início de século 20, como o surrealismo em que exerciam o que Benjamin (1987) chamou de ato político da descontextualização.

Essas estratégias que já existiam agora terminam por definir ações que temos em nossa interação com computadores, também porque enquanto usamos programas de edição de vídeo e foto ou programas de arquitetura, não estamos entrando em contato com novas invenções radicais. O autor vai dizer que “o que era uma estética radical em 1920 se tornou tecnologia computacional padrão pelos anos 1990” (MANOVICH, 1999, p. 12, tradução nossa)⁴⁰. Sendo assim, através do uso repetitivo, as técnicas que ali surgiram se tornaram corriqueiras no uso de computadores atualmente, mesmo que os softwares modiquem características das mesmas. Para

³⁸ “In the 1990s, the technological shift of all cultural communication to computer media gets under way. We may think that finally the avant-garde techniques of the 1920s will no longer be sufficient and that fundamentally new techniques will start to appear. But, paradoxically, the ‘computer revolution’ does not seem to be accompanied by any significant innovations on the level of communication techniques. While we now rely on computers to create, store, distribute and access culture, we are still using the same techniques developed in the 1920s” (MANOVICH, 1999, p. 3).

³⁹ “For example, the avant-garde strategy of collage reemerged as a ‘cut and paste’ command, the most basic operation one can perform on any computer data” (MANOVICH, 1999, p. 5).

⁴⁰ “What was a radical aesthetic vision in the 1920s became a standard computer technology by the 1990s” (MANOVICH, 1999, p. 12).

Manovich eles terminam por torná-las mais eficientes e efetivas quando as naturalizam em seu código, contudo há ali um esvaziamento político.

Ainda, o teórico nos apresenta duas razões pelas quais podemos ver que as novas mídias poderiam ser vanguardistas mesmos sem estar associadas ao modernismo de vanguarda, tendo em vista que elas se apropriam de alguns de seus elementos. Sendo elas:

1. A vanguarda dos anos 1920 trouxe novas formas e maneiras de representar a realidade e novas formas de ver o mundo. A nova mídia traz novas formas de acessar e manipular a informação, com técnicas de visualização, simulação, processamento de imagem, ferramentas de busca.
2. As novas mídias não estão preocupadas em representar o mundo de novas formas, mas sim em novas formas de acessar e usar arquivos já criados, o que volta a reforçar a ideia que comentávamos antes na molduração de um fora e um dentro: o mundo que interessa a estas novas mídias é o da informação criada. Ou seja, novas mídias usam mídias mais antigas como materiais base (MANOVICH, 1999).

Nesse sentido, as técnicas do computador podem até serem as mesmas da vanguarda dos anos 1920, mas a forma de se utilizar dessas técnicas é completamente diferente. Como, por exemplo, a edição de um vídeo em um programa de edição digital e a edição de um filme através do corte e cola das películas cinematográficas. A forma como nos utilizamos de técnicas existentes e que se tornaram naturalizadas em nossa rotina, demonstra como essas técnicas passam a existir sem que ninguém tenha que as mostrar novamente, existem por si só. Como, por exemplo, copiar e colar gera uma mistura de elementos que se desenrola até o remix, que também termina por existir e se manter sozinho dentro e fora de equipamentos digitais, ele se renova diariamente na cultura na qual vivemos e, inclusive, temos softwares como o Google Fotos que acumula as fotos que tiramos com o celular, faz um vídeo com elas com uma música já programada e uma sucessão de imagens aleatórias e nos avisa que tem um vídeo pronto para nós: podemos descartá-lo ou aceitá-lo.

No final de seu artigo, Manovich fala que as novas mídias se encontram em um novo movimento de vanguarda, devido às técnicas baseadas em computadores e a sua capacidade de manipular, gerar e analisar dados. Ou seja, as técnicas e formas que apontamos anteriormente podem parecer iguais, mas os seus usos são modificados. Hoje em dia esse uso é potencialmente modificado devido ao uso amplificado de computadores e celulares.

Nesse sentido, a inserção dos computadores de uso pessoal com acesso à internet em nossas vidas trouxe modificações relacionadas à produção sonora, publicação, edição e gravação de filmes e muitos outros âmbitos de produção. E isso terminou por confluir com o maior contato entre diferentes pessoas de diferentes localidades.

Um exemplo do que viemos falando até agora é a web 2.0, uma expressão da tecnocultura do meio atual: ela responde a um conjunto de técnicas que tornam possível determinadas operações, mas também é uma *ethicidade* e uma moldura construída nos confins da rede. O termo se faz presente ao reorganizar o funcionamento “das relações entre produtores e seus públicos em um mercado de internet” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 79), a sua estrutura permite aos usuários da web um maior controle sobre os conteúdos acessados e disponibilizados, bem como a possibilidade de atuar como criadores ou co-criadores de conteúdo (estes também devem ser pensados como *ethicidades*, na nossa perspectiva). A *ethicidade 2.0* é uma das molduras mais importantes do colaborativo na web e no audiovisual.

As estratégias que dependem de sua estrutura são mediadas pelo computador e costumam ser de caráter interativo. Um exemplo disso é a Wikipédia, definida por Tim O’Reilly (2005, online) como uma enciclopédia online baseada na lógica que qualquer usuário pode postar e alterar os materiais ali presentes. O’Reilly (2005, online), uma das principais referências no assunto, afirma que “pode-se visualizar a web 2.0 como um conjunto de princípios e práticas que interligam um verdadeiro sistema solar de sites que demonstram alguns ou todos esses princípios e que estão a distâncias variadas do centro”.

Sendo assim, ela tem como princípios: plataforma, arquitetura da participação e estado beta, conceitos operacionais e, não esqueçamos, molduras do 2.0. O primeiro está relacionado à rede em que se encontra e aos serviços que proporciona ao usuário. Já o segundo está conectado ao fato de que os sistemas são construídos para que as pessoas participem, existe o encorajamento da participação, ou seja, se baseia na lógica de que os usuários adicionam valor ao interagir com o conteúdo. Por fim, o estado beta diz respeito à qualidade de estar sempre em processo de desenvolvimento.

Na web 2.0 os produtos e serviços vão sendo aprimorados toda vez que são utilizados, tornando a capacidade dos indivíduos de alterar um dos sentidos do que é colaborativo nesse ambiente. Ele se apresenta na web 2.0 como a possibilidade de estar sempre se alterando, uma processualidade infinita que depende daqueles que dela participam. A web 2.0 torna mais desejável que os indivíduos usuários da internet possam estar sempre atualizando e modificando o material e o postando novamente na web, como os softwares livres, por exemplo.

Como já comentamos em outros momentos, softwares livres são uma *ethicidade* muito particular na construção do software como um todo. Ao utilizar esses programas, o usuário está o modificando, o melhorando toda vez que o atualiza, toda vez que for manipulado poderá ser melhorado, sempre buscando uma melhor versão. Não é um remix infinito, mas um remix que permite que as técnicas e métodos de cada programa sejam modificados para que ele consiga ser o mais produtivo naquilo que se propõe. Na sua produção de sentido, ele está associado à capacidade que todo usuário teria de decodificar e modificar o código e não de deixar o código invisível para “facilitar” sua experiência. Por isso está associado a um imaginário de liberdade diferente aos das empresas ponto.com.

Com isso, o fomento da cultura do software livre se apoia na lógica (LESSIG, 2010), na qual eles têm uma licença aberta permitindo que os usuários modifiquem seus códigos e programem os produtos para suas necessidades, mas também os disponibilizando de volta à comunidade. Segundo a definição da Free Software Foundation⁴¹, eles são os programas de computador que podem ser usados, copiados, estudados, modificados e redistribuídos com algumas restrições. Sendo assim, as pessoas que possuem um programa com o código alterável podem modificar a sua estrutura, fazendo com que ele atue de acordo com seus interesses, ou seja, adicionar, remover ou modificar certos efeitos ou filtros de programas de edição de imagem, por exemplo, pode se tornar útil na criação de peças para empresas de cunho colaborativo, visto que garante uma maior liberdade criativa aos produtores. O imaginário de mundo e de liberdade no software livre demandaria um estudo específico e nos afastaria de nosso objeto. Contudo, o imaginário empresarial em que o lucro é ressignificado como uma das questões centrais do colaborativo e a liberdade está na flexibilização de horários, do local de trabalho tradicional ao *home-office*, de ter um patrão a ser empreendedor, etc.

Se pensarmos no software livre, ele deve possuir quatro “tipos” de liberdade: de executar o programa para qualquer propósito; de estudar o programa e o adaptar as suas necessidades; de redistribuir; de aperfeiçoar o programa. Duas dessas liberdades (2ª e 4ª) ainda requerem que o usuário saiba mexer no código-fonte. Vemos então como é uma liberdade dentro dos padrões e moldes do próprio software livre, ainda assim faz com que a pessoa necessite entender programação para poder usufruí-la. Mesmo dessa forma, é uma liberdade que recai no imaginário da permissividade por poder mexer em várias facetas do código.

⁴¹ A Free Software Foundation é uma organização não governamental que tem como objetivo defender do uso de softwares livre e promover um consumo mais liberal e permissivo dos computadores por parte dos consumidores. Disponível em: <<https://www.fsf.org/about/>>. Acesso em: 18 mai. 2016.

Já programas que não operam com o código aberto limitam (e permitem) de outra forma as ações dos usuários. Isto é, eles “liberam” que o usuário circule pelo conteúdo, poste fotos no Instagram⁴², por exemplo, curta as fotos de outros usuários, usem filtros e modifiquem as suas imagens, mas não deixam que eles saiam de um número pré-programado de ações que podem ser realizadas ali. Abordaremos novamente a liberdade na hitRECORD, mas já podemos pensar como esse construto é ali operado. Ou seja, como será que se dá essa liberdade no colaborativo quando o usuário está inserido (e refém) de uma interface que permite que ele trabalhe de uma só maneira: o fluxo da própria empresa e não do colaborador.

Essa é uma moldura da cultura do software livre que depende da ajuda mútua entre as pessoas para funcionar, os programas só são melhorados quando existe uma rede de colaboradores para realizar essa tarefa. Um exemplo de usabilidade desse tipo de programa são as empresas de micro e pequeno porte que, geralmente, não possuem verba para adquirir, por exemplo, o pacote Microsoft Office – que engloba programas de texto como Word ou de elaboração de planilhas como o Excel. Por isso, um pacote de programas de código aberto como o LibreOffice⁴³, que possui programas de edição de texto, planilhas, tabelas, entre outros, se torna mais acessível e compatível com a verba de pequenas empresas.

Dessa forma, o ambiente tecnocultural que queremos entender conta com características próprias que emergem de sua construção. Estamos mostrando tendências que o moldam, como as redes e a internet que viemos mostrando. Porém, além delas, esse ambiente também conta com o audiovisual uma de suas principais expressões que vai se apresentando de diferentes formas. Com isso, mais adiante iremos apresentar o que entendemos como audiovisual na tecnocultura que estamos estudando.

3.3 O audiovisual como tendência da tecnocultura colaborativa

Outro aspecto que vemos como preponderante na tecnocultura é o audiovisual. Isso se dá devido à amplificação dos elementos visuais que entramos em contato diariamente como telas de computadores, celulares, televisões, cinema, publicidade, jornais, livros, entre outros. Podemos pensar que esse contato potencializa a presença de imagens em nosso dia a dia pela multiplicação de dispositivos e plataformas que tem o vídeo como centralidade. Através do que falávamos sobre como as tecnologias afetam nossa cultura e vice-versa, podemos ver que as

⁴² Rede social que se define como: “o Instagram é uma forma divertida e engraçada de compartilhar sua vida com amigos através de uma série de fotos”. Disponível em: <<https://www.instagram.com/about/faq/>>. Acesso em: 29 nov. 2016.

⁴³ LibreOffice. Disponível em: <<https://pt-br.libreoffice.org/>>. Acesso em: 28 nov. 2016.

tecnologias também ajudam a naturalizar o audiovisual em nosso dia-a-dia. Todo celular tem uma ou mais câmeras de foto e vídeo embutidas. Achamos isso absolutamente normal e sem estes dispositivos pareceria arcaico, de outra época, ou, no mínimo, com algum problema funcional. Poderia ter sido de tantas outras formas, mas passa a ser “natural” se pensarmos no que Flusser (2002) vem apontando sobre o lugar da imagem técnica na pós-indústria, que ele chega a chamar de pós-história, porque a superfície devora a cultura da escrita (linha). Além de termos na nossa mão um estúdio de produção de imagens, temos espaços moldurados para imediatamente compartilhar essas imagens como o WhatsApp, o Facebook, as plataformas de vídeo. Inclusive, muitas das vezes vemos no software a foto ou vídeo que acabamos de produzir com um botão com o nome “compartilhar”. Dificilmente pensamos esse processo todo como um processo audiovisual. Tirar fotos ou filmar situações cotidianas se tornaram ações normativas em nosso uso desses dispositivos com câmeras de vídeo como celulares e a interface nos diz o tempo todo o que fazer com elas, como nos mover dentro delas e como montar elas com outras fotos, em outros sites, etc. Este é um processo audiovisual por mais que nem envolva uma única foto/vídeo produzido por nós.

Flusser (2002) apontava que as imagens servem para ajudar o homem a se encontrar no mundo, visto que elas são a sua representação. Por isso se faz necessário ver a relação entre a escrita e as imagens, uma vez que ao inventar a escrita o homem se afasta do mundo por transformar a sua forma de pensamento em linear, não circular como era com as imagens. Por exemplo, pensemos em quando estamos olhando uma foto, nosso olhar vagueia de forma circular parando mais tempo naqueles lugares que são mais “importantes” ou mais chamativos para nós. Com a escrita, nosso olhar segue um fluxo linear de pensamento.

É assim que chegamos às imagens técnicas, que são imagens criadas por aparelhos que surgiram de textos técnicos. “Historicamente, as imagens tradicionais precedem os textos em milhares de anos, e as imagens técnicas sucedem aos textos altamente evoluídos” (FLUSSER, 2002, p. 33). Com isso, o observador vê as imagens técnicas como janelas, confiando nelas totalmente. Porém, ainda é necessário decifrar o que elas querem dizer, quais textos se encontram por trás delas. “as imagens técnicas, longe de serem janelas, são imagens superfícies que transcodificam processos em cenas” (FLUSSER, 2002, p. 35). Por serem abstrações em terceiro grau são ainda mais complexas de serem entendidas.

Estaríamos vivendo hoje a pós-história em que as imagens técnicas possuem uma supremacia em relação às imagens tradicionais, que seriam pré-históricas (pinturas, por exemplo). Criadas por aparelhos, elas se encontram por todos os lados, fotografia, televisão,

cinema, fotos de celulares, entre outros. Isso serviu ao propósito de reintroduzir o pensamento circular, as imagens da vida cotidiana.

Passamos a ver que o audiovisual é uma característica central do meio que estamos analisando, passando então a intitula-lo como tecnocultura audiovisual na que o software e a interface (e claro, o usuário que eles formam) se tornam os grandes protagonistas. Montañó (2012) vai chamar de audiovisualização da cultura esse processo. Por um lado, a grande utilização de dispositivos como celulares e computadores que permitem uma maior mobilidade ao usuário e que também permitem que ele consiga produzir amplas quantidades de conteúdo que tem potencialidade de ser um audiovisual da web.

Por outro lado, a conectividade como urgência que marcam o período social atual. Devido a isso, hoje vivemos imersos em um fluxo de imagens frequente que molda a maneira como vemos e usamos dispositivos como celulares e computadores. Dessa forma, eles passaram a produzir audiovisuais em diversas formas e nós como sociedade normalizamos ações como, por exemplo, tirar fotos e vídeos de nossa rotina e enviar a amigos e parentes como se estivéssemos enviando filmes de nossas vidas diariamente. Estamos falando de “uma experiência de conectividade em tempo real e de audiovisualização da vida, como se a aspiração de todo momento da cotidianidade fosse o de ser transformado em uma imagem técnica” (MONTAÑO, 2012, p. 62). Ou seja, atualmente transformamos momentos rotineiros em audiovisual a partir das tecnologias inseridas em nossas vidas, que também fazem com que naturalizemos a linguagem audiovisual.

Por fim, ao final de sua pesquisa, a autora elabora um glossário de termos utilizados e desenvolvidos em seu trabalho. Nele, podemos encontrar sucintamente o que ela considera por audiovisualização da cultura:

Audiovisualização da cultura – tendência de uma cultura para a produção audiovisual em todos os seus campos: desde o científico, o cotidiano, o lúdico, o comercial, o do trabalho, o jurídico, etc. (MONTAÑO, 2012, p. 208, grifo do autor).

Já Lopes (2014), em sua pesquisa *Aura e Vestígios do Audiovisual em Experiências Estéticas com Mídias Locativas: performances algorítmicas do corpo no espaço urbano* também vai falar sobre a audiovisualização da cultura. Ele vai apontar que a audiovisualização da cultura deriva também do aumento da presença das telas em nossas vidas, seja em dispositivos móveis, cinemas, museus, galerias ou nas ruas. Por isso, “televisão-computador-celular, para alguns o conteúdo audiovisual cruza todas as mídias (*cross media*); para outros, ele as transcende (*transmídia*)” (LOPES, 2014, p. 86). A imagem passa a assumir novos

sentidos e a ter maior alcance segundo o autor, fazendo com que novos ambientes sejam criados a partir da ação da imagem.

Lopes também irá falar que as imagens estão cada vez mais libertas de seus locais de origem para ter mais autonomia e circularem por outros suportes. Para ele “sistemas de compartilhamento *peer-to-peer* e sites de publicação de conteúdo audiovisual, como o YouTube, alavancaram o processo de disseminação de imagens em nossa cultura” (LOPES, 2014, p. 113). Além disso, como atualmente não só o cinema e a televisão, meios de comunicação tradicionais quando pensamos em imagem, tem se inserido em nossa cultura e em nossas vidas através da imagem, os celulares e computadores passaram a ter um grande espaço na disseminação das imagens (conseqüentemente do audiovisual) em nossa sociedade. Por isso, se torna cada vez mais comum ter audiovisuais espalhados pelos mais diversos tipos de interfaces.

O autor também vai falar que esse processo pode ser devido à “digitalização” das imagens, que terminam por aparecer em diversas telas. Porém, isso também pode ser por causa da produção de imagens que necessitam e sofrem com um processo de acoplamento ao espaço. Isto é, que as imagens estão se tornando cada vez mais territorializadas e ligadas ao corpo humano. Lopes (2014, p. 113) se utiliza do exemplo do *Google Glass*, um modelo de óculos “que oferece a possibilidade de apresentar informações gráficas sobrepostas ao campo visual de quem o utiliza” para explicitar o que seria uma imagem territorializadas e ligada ao corpo humano.

Também trazemos Kilpp (2015) para poder entender o que a autora propõe em seu estudo sobre televisão fora do aparelho televisivo e dentro de outros dispositivos como celulares (pela multiplicidade de telas nas quais podemos assistir televisão), por exemplo. Ela se baseia no que McLuhan fala que o meio é que é a mensagem e não o seu conteúdo, perspectiva abordada também na nossa pesquisa. Kilpp exemplifica que o filme de cinema transmitido na televisão não é cinema e sim TV já que existem molduras próprias de cada dispositivo que deixam rastros nas diferentes interfaces gráficas, mas também há molduras televisivas que ressignificam o filme de cinema. A autora busca ver tanto as telas de monitores de TV e computadores domiciliados e também as telas de celular que fornecem mobilidade molduras televisivas.

Para isso, ela traz (através de Phillippe Dubois, 2004) que “não pensa o vídeo como certo audiovisual de certa mídia, e sim como uma *forma* que pensa quaisquer vídeos de quaisquer dispositivos” (KILPP, 2015, p. 19). Kilpp (2015, p. 19) fala que podemos pensar no “audiovisual como estado da tecnocultura (estágio da técnica, estágio das relações entre

produção e consumo, etc.) no qual prevalece uma percepção e uma experiência do mundo regulada pelas lógicas do vídeo”.

Ou seja, podemos entender que o vídeo passou a regular as lógicas de operações dos dispositivos na medida em que se tornou parte fundante do ambiente em que vivemos. Isso se dá, em muito, devido ao que a autora vai falar que hoje nos encontramos em um momento de expansão da produção, apropriação e mixagem de conteúdo audiovisual nas mais diversas plataformas e suportes. Ela vai dizer que esses audiovisuais são “de difícil inscrição nas clássicas categorias de cinema, vídeo ou televisão e de difícil inscrição em categorias do tipo analógicos ou digitais” (KILPP, 2015, p. 33).

Nesse aspecto, atualmente assistimos a uma exacerbação do audiovisual em vários locais e em diferentes suportes, o que faz com que a sua inserção em nossas rotinas seja algo naturalizado. Fazer vídeos ou fotos de si mesmo para postar em redes sociais de dispositivos móveis (como Instagram ou Snapchat⁴⁴) se tornaram ações habituais no ambiente em que nos encontramos. Atualmente, a audiovisualização da cultura se dá, também, nessas ações de propagar visualmente o que fazemos diariamente. Devido a isso, não achamos mais estranho ver outras pessoas tirando fotos de suas refeições em restaurantes ou pessoas filmando seus treinos de academia. Nós naturalizamos o vídeo em nossa rotina.

Ainda Fischer (2015) busca entender e problematizar construtos enunciadores de memória da web e de software na web através de um olhar arqueológico e audiovisual sobre o empírico. Ao se referir às interfaces da web, o autor afirma que nelas encontramos, a princípio, um lugar específico para o audiovisual, que seria o vídeo.

Aprendemos, como usuários comuns, que o audiovisual é formato que se encaixa e se fixa em determinadas situações (páginas *web*). O audiovisual seria, como dizem os protagonistas do mercado de comunicação digital (os realizadores, por que não dizer?), parte cada vez mais relevante da ideia de ‘conteúdo’. Prova disso seria a voraz ocupação que ele vem obtendo em ambientes *online*, dadas as possibilidades crescentes de sua inserção e encaixe em páginas de portais, *hotsites*, *blogs* e tantos outros construtos da *web*. (FISCHER, 2015, p. 61).

Ao dizer audiovisual, o autor diz que no senso comum ele se refere ao vídeo que se encontra dentro do *player*, mas esse é apenas uma das formas de “estar vídeo, ou em uma perspectiva begsoniana, o vídeo é uma virtualidade que se atualiza de diversas maneiras em inúmeros construtos *web*” (FISCHER, 2015, p. 62). Ou seja, o vídeo na verdade pode se atualizar de diferentes formas na web, fazendo com que o vídeo dentro do *player* seja apenas

⁴⁴ Rede social com mensagens em vídeo ou foto que tem se apagam depois de um curto período de tempo. Disponível em: <<https://www.snapchat.com/l/pt-br/>>. Acesso em: 29 nov. 2016.

uma das suas formas de atualização. Isto é, na medida em que também devemos considerar como atualizações do vídeo elementos como: animações em flash, *GIF*, navegações do *Google Street View*, *Cinemagraphs*⁴⁵.

Para ele, a ideia de que existe um lugar previsto para o audiovisual na web, significa que “esse procedimento [procedimento técnico que permite os modos de ser do audiovisual] está inscrito em uma tecnocultura” (FISCHER, 2015, p. 64). Assim, Shaw (apud FISCHER, 2015) vai dizer que há uma retroalimentação entre as tecnologias de comunicação pelas quais nos expressamos e a forma como internalizamos essa expressão. Ou seja, a tecnocultura e o contágio entre tecnologias e a cultura, recorrendo ao que ele chama de dimensão técnica como um construto cultural.

Nesse aspecto, é por isso que “na *web* dura um audiovisualização da cultura que não se restringe aos *players* de vídeo, mas à própria *pulsão de movimento* que ela teria” (FISCHER, 2015, p. 78), como afirma Fischer a partir do que Tara McPherson (2006) fala sobre as sensações emergentes na web. São elas: desejo de mobilidade, o modo de mover-se do usuário, pulsão de movimento (MCPHERSON apud FISCHER, 2015). Isso se dá, tendo em vista que a própria natureza da web internaliza e naturaliza o audiovisual como parte da (tecno) cultura que nós vivemos. Também podemos relacionar essa afirmativa em relação à sociedade na qual vivemos, ou seja, como não é só na web que dura essa “pulsão de movimento”, em outras esferas fora da web ela isso também dura. Por exemplo, continuamos realizando montagens audiovisuais fora da internet, como em álbuns de fotos familiares que seguem narrando histórias (como filmes) fora da web.

3.4 O colaborativo como audiovisualidade

Referimos já como o colaborativo é um construto central da contemporaneidade e também como o audiovisual acaba sendo algo central na experiência operacional e na interface contemporânea. Mas, como estas duas questões se relacionam na visão desta pesquisa? Defendemos que o colaborativo é uma audiovisualidade, isto é, uma tendência do audiovisual que está dentro e fora dele.

Kilpp (2015) quando afirma que o audiovisual pode ser pensado em sua dimensão técnica, discursiva e cultural, sendo isso então o que nos propomos a realizar nesse trabalho.

⁴⁵ Para os criadores do conteúdo, os *cinemagraphs* existem entre o vídeo e a foto, considerando que ele é um momento vivo dentro de uma fotografia parada. Disponível em: <<http://cinemagraphs.com/>>. Acesso em: 29 nov. 2016.

Dito isso, “a primeira dimensão busca encontrar e analisar audiovisuais em contextos não reconhecidamente audiovisuais” (KILPP, 2015, p. 35). Isto é, entendemos que o audiovisual se atualiza em diversos lugares (não reconhecidamente audiovisuais). Pensando em termos bergsonianos de atuais e virtuais chegamos pela perspectiva do TCAv⁴⁶ do conceito de audiovisualidade.

Já a segunda dimensão “entende o audiovisual como um campo contemporâneo de convergência de formatos, suportes e tecnologias, resguardadas as especificidades do cinema, da televisão, do vídeo e das mídias digitais” (KILPP, 2015, p. 35), ou seja, a estrutura em si, o estabelecimento de uma técnica particular. Por fim, a terceira se relaciona as linguagens, os construtos audiovisuais e suas expressões, enunciações de mundo. A partir disso, podemos reconhecer o audiovisual em locais não comumente considerados audiovisuais e extrapolamos o estudo somente dos vídeos da hitRECORD para tudo que ela apresenta como presença audiovisual. Aqui podemos considerar o vídeo como o que está inserido dentro de um *player*, já o audiovisual transcende isso, podendo vir a ser toda a interface de um site (como da hitRECORD).

Como abordávamos nas páginas acima, o audiovisual é uma virtualidade que se atualiza em diversos construtos (vídeos, interfaces, etc). Não somente o que se encontra dentro de um *player* ou da televisão, é atualização do audiovisual. O audiovisual se atualiza também em aplicativos de foto salvos em celulares ou inclusive num álbum tradicional de fotografia cujo usuário vai passando as páginas. A audiovisualidade é uma qualidade de montagem presente em vários contextos que é própria do cinema, da TV, da internet, mas é própria da vida seguindo a ideia de montagem de Eisenstein (1990). Aqui tentaremos ver o que há de audiovisual colaborativo no site (nas interfaces) da hitRECORD.

Assim, Kilpp (2015, 35-36) resume que audiovisualidade é uma “virtualidade [em termos bergsonianos] que atualiza-se audiovisual no cinema, no vídeo, na televisão e na Internet, por exemplo, mas permanece simultaneamente em devir, em potência”. Ou seja, estamos inseridos em uma tecnocultura audiovisual, na qual estamos vendo uma produtora aberta e colaborativa que produz vídeos, textos, fotos e o usuário é convidado na interface a produzir e andar no meio disso tudo.

Ao pensarmos o modo como o audiovisual é interfaceado no site do hitRECORD, mas na internet em geral, rodeado de botões que levam o usuário a fazer alguma coisa com o vídeo, com o texto, com desenho, entre esses elementos todos, podemos entender que o audiovisual

⁴⁶ Como abordamos anteriormente, esse é o grupo de pesquisa da linha de pesquisa Mídias e Processos Audiovisuais na qual estamos inseridas.

contemporâneo é enunciado como essencialmente colaborativo com os diversos tipos de colaborações apontados por Manovich, mas que nos apropriamos aqui de principalmente três dimensões: entre usuários, entre software e usuários e entre imagens. Um quarto que deve ser pensado no final destes três é como a interface como um todo se enuncia colaborativa ou, como dizia Chun (2011), citada anteriormente, ela (e os software) cria usuários e o leva a reagir sobre os dados.

Podemos explicitar porque entendemos que o colaborativo é uma audiovisualidade em um tecnocultura audiovisual. Isto é, o colaborativo é parte da cultura, da vida e do cotidiano. O colaborativo é assim uma virtualidade, ou seja, é algo que dura, que se atualiza em outras materialidades, das mais diversas formas na sociedade em que vivemos, como viemos até aqui tentando exemplificar através de plataformas, sites, ferramentas como o AirBnb, Kickstarter, *crowdsourcing*, consumo compartilhado, entre outros, inclusive no audiovisual colaborativo.

Henrique Cadé (2014) em *Documentário Colaborativo: modos de produção no ciberespaço* pesquisa sobre a criação colaborativa e como a sua prática e o seu consumo afetam a produção de documentários atualmente. O autor aponta questões que concernem à autoria e como essa é afetada quando recai no coletivo. Seu trabalho passa por uma observação de como pesquisadores percebem novas formas do cinema documentário, para daí ver obras que são compostas colaborativamente, tanto de mais intensas ou menos intensas.

Cadé⁴⁷ se apoia em termos como *crowdsourcing*, inteligência coletiva, cultura do remix, cultura livre, documentário, para realizar sua análise. Ele busca definir o que é um documentário interativo, um documentário colaborativo, documentário vivo⁴⁸. Dessa forma, um documentário interativo, que se encontra em uma plataforma online, permite que haja um nível mais ou menos intenso de interação com o conteúdo, mas geralmente se dá somente na escolha de caminhos e trajetórias que o usuário pode fazer no mesmo.

O documentário colaborativo⁴⁹ compreende em deixar o usuário a adicionar conteúdo ao mesmo e a própria navegação e estímulo da circulação do material por ele pode ser entendida como cooperação e colaboração. Ainda, essa colaboração do usuário pode ser de diferentes formas: seja através de peritos no assunto e determinado estágio da produção, que se caracteriza como *peer-producer*, na qual a autoria ainda é do criador e não do colaborador; através da

⁴⁷ Devemos considerar que o eixo fundador do trabalho é a cibercultura, devido a isso, a escolha de autores que Cadé utiliza tem como base essa área: Lucia Santaella, André Lemos, entre outros.

⁴⁸ Não iremos abordar detalhadamente esse tipo de documentário. Cadé aponta que são documentários em constante construção, produções abertas que dependem da contribuição de outros.

⁴⁹ Grande parte do que Cadé trás por colaborativo advém da pesquisadora Sandra Gaudenzi em sua tese *The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary* (2013). Disponível em: <https://research.gold.ac.uk/7997/1/Cultural_thesis_Gaudenzi.pdf>. Acesso em: 17 out. 2016.

colaboração de pessoas não profissionais da área, que se intitula *crowd-producer*, o que pode ampliar o número de pessoas que se envolvam com o projeto, visto que não é necessária a especialização; e o *subject-producers*, em que a colaboração é feita apenas por aqueles que se encaixam em um perfil traçado pelo tema dos documentários, a participação extrapola ser apenas um personagem do documentário.

O próximo ponto sobre colaboração em documentários é o que Cadé traz através de Mandy Rose⁵⁰. Ela define quatro tipos de documentário colaborativo: *creative crowd* (multidão criativa), *participant observers* (observadores participantes), *traces of the multitude* (traços da multidão) e *community purpose* (propósito da comunidade). Sendo que o *participant observers* dá o poder de colaborar a todos aqueles interessados em filmar as suas experiências sobre a temática abordada. São os participantes que escolhem como e onde eles irão filmar seus materiais, aqui são apresentados os pontos de vistas de várias pessoas em um só documentário. O *community purpose* é quando um grupo de participantes é ativo na produção e tem como objetivo comum à mudança social. Os participantes podem estar envolvidos na criação de conteúdo, mas também podem ter outros papéis de decisão. Mais a frente, Cadé também trás o que ele considera por autoria coletiva, em que a produção não segue os modelos tradicionais de produção fílmica de grandes estúdios. Nesses grupos coletivos não existe a rigidez de tarefas, cada um desempenha o que pode e o que sabe. São pessoas sem ligação com os campos de experiência fílmica.

Com isso, trouxemos Cadé, principalmente, por causa das relações que faz entre a questão da colaboração com o universo fílmico. Entretanto, conseguimos perceber o colaborativo presente em todo e qualquer audiovisual e ainda um devir colaborativo que o audiovisual não expressou ainda dado o estágio provisório da técnica.

Seja a colaboração entre pessoas e tecnologias, entre pessoas, entre máquinas de produção de imagem podemos ver o colaborativo desde as primeiras imagens técnicas. Ao longo desse capítulo trouxemos exemplos de atualizações do conceito de colaborativo e como podemos entender o audiovisual de forma técnica, discursiva, cultural. Por isso, passamos a considerar o audiovisual colaborativo que aqui viemos tentando mostrar como uma qualidade presente na tecnocultura. Ou seja, a partir disso, podemos ver o que o cinema nos sugere como audiovisual colaborativo podemos ver o que na televisão também se apresenta assim, resumindo, essa é uma qualidade audiovisual que também se encontra em diversos exemplos

⁵⁰ ROSE, Mandy. Four categories of collaborative documentary. 2011. Disponível em: <<https://collabdocs.wordpress.com/2011/11/30/four-categories-of-collaborative-documentary/>>. Acesso em: 17 out. 2016.

que aqui não foram explorados. Basta lembrar-se da abordagem feita por Benjamin (1987) no texto sobre a era da reprodutibilidade técnica e compreenderemos como o cinema é um audiovisual colaborativo nas suas formas de produção, de recepção e de colaboração apontadas até aqui. A partir de agora iremos entender melhor o nosso objeto empírico: o audiovisual colaborativo na hitRECORD.

4 SENTIDOS DE COLABORATIVO NA HITRECORD

Neste capítulo convidamos o leitor a nos acompanhar numa *flanêurie* que passa por algumas ruas da hitRECORD enquanto cartografamos as principais molduras, *ethicidades* e imaginários que, conforme nosso olhar, mais se relacionam à significação de um audiovisual colaborativo. Este capítulo não é uma classificação nem uma organização em categorias, como os subtítulos podem falsamente fazer pensar. Trata-se de uma caminhada reflexiva que busca elementos aparentemente insignificantes para pensar como eles estão ali dando sentidos a um tipo de construção específica que é o colaborativo no audiovisual da hitRECORD, retomando nosso objetivo geral: veremos como o audiovisual colaborativo se atualiza na hitRECORD. Lembrando que, nossa *flanêurie*, na perspectiva teórica metodológica que seguimos, nos leva a intervir nos materiais empíricos, para ver as montagens, os enquadramentos e os efeitos discretos que aparentemente não têm sentido no vídeo ou na interface, mas que são praticados *para* produzir sentidos.

Ao caminhar encontraremos os rastros e os cacos nas passagens que vemos ao longo de nossas passeadas pelas interfaces do site. Ou seja, encontramos *ethicidades* das mais diversas, personas, objetos, outras personas, produções, desenhos, textos, vídeo, basicamente zeros e uns enunciados como tais e construídos com sentidos que são comunicáveis pelos imaginários compartilhados. Buscamos então, imagens técnicas do colaborativo.

Os subtítulos demarcam os diversos retornos que em nosso caminhar fizemos quando percebermos alguma moldura tensa na produção desses sentidos. Voltamos para ela em nossa observação inúmeras vezes, para dissecá-la e entender como é moldurada, quais os imaginários que evoca para reciclar sentidos. Inclusive, serão nossos companheiros neste percurso, alguns autores, já citados ou ainda não, que nos ajudarão a entender melhor o que esses cacos, refugos e farrapos estão dizendo no conjunto deste grande construto que é o colaborativo na hitRECORD.

A escolha de certos materiais se deu de acordo com nosso acompanhamento rotineiro dos projetos, sendo através de anotações ou simplesmente observando o fluxo. Ao mesmo tempo em que selecionamos alguns dos materiais mais latentes para nossa pesquisa

acompanhando os desafios, postagens, mixagens e projetos do site. Para compreender as lógicas das interfaces como um todo foi necessário acompanhar o fluxo semanal dos processos ali inseridos. Desse modo, aqui chegamos a um estágio em que reunimos os pontos mais intensos que dão a ver o audiovisual colaborativo na hitRECORD.

Primeiramente buscamos ver o que e como era o site, entender o seu funcionamento, as lógicas de produção ali presentes, quase como se fossemos um usuário desbravando o site pela primeira vez. Para daí, em um segundo momento, realizar uma percepção dos construtos (ou *ethicidades*) mais presentes no site e que mais tem a ver com sentidos de colaborativo. Em uma terceira passada pela hitRECORD, pudemos começar a realizar uma dissecação das imagens, visando desconstruir os sentidos construídos técnica e esteticamente. Por último, percebemos os imaginários convocados que vinham a somar sentidos as *ethicidades* construídas. Dessa forma fomos encontrando o que consideramos as principais *ethicidades* e molduras na construção do colaborativo no interior da hitRECORD.

Nesse sentido, a figura do *flâneur* esteve conosco durante toda a pesquisa, uma vez que para a aplicação da Metodologia das Molduras e para a realização das constelações de imagens dialéticas foi necessária à realização de diversas idas e vindas em relação ao objeto. Além disso, para a construção das constelações sobre o audiovisual da hitRECORD também precisamos entrar (ou acessar) no objeto por diversas vias, fazendo com que nosso olhar não se adaptasse e, por isso, se tornasse cego.

Ainda, também utilizamos a recuperação de páginas da web através do site The WayBack Machine. Esse é um recurso do Internet Archive⁵¹ que nos possibilitou a retomada das antigas interfaces da hitRECORD, bem como algumas das funcionalidades das páginas que foram se alterando ao longo dos anos. Esta ferramenta nos serviu para poder acompanhar o desenvolvimento da empresa desde seu lançamento em 2005 e as diferentes versões do site até o momento atual da pesquisa.

Além disso, nossa *flanêurie* se encontra somente nos caminhos pelo site da empresa que visualizamos através do computador. Nosso devaneio não passa pelo uso de outros dispositivos, como, por exemplo, o celular. Essa escolha aconteceu, depois de muita reflexão, porque acreditamos que a hitRECORD entre todas suas interfaces e produtos, moldura o site e o acesso pela interface de computador, seu espaço principal ao qual os outros convergem. Movimentos propostos ao usuário como o de postar conteúdo, realizar *downloads*, encontrar arquivos através

⁵¹ Internet Archive é uma biblioteca digital sem fins lucrativos, que tem como interesse fornecer acesso aos arquivos digitais, sendo estes livros, músicas, filmes, softwares, entre outros. Disponível em: <<http://archive.org/web/>>. Acesso em: 02 fev. 2017.

da busca com links e botões e inclusive assistir, parecem se tornar mais eficientes nesse dispositivo. No celular, por exemplo, as ações do site se tornam mais complexas, pois a tela não é adaptada da melhor maneira para que possamos nos movimentar livremente.

Criado em maio de 2005 por Joseph Gordon-Levitt e seu irmão Dan, o projeto foi chamado de *hitrecord.org*. Ele foi se desenvolvendo de forma que em 2010 foi lançado como uma produtora aberta e colaborativa. Podemos ver, com o histórico da empresa, que ela iniciou como um fórum sem a proposta de obter fundos financeiros em 2005, mas desde 2010 ela se mantém no mercado como uma produtora, o que a poderia fazer trocar o endereço online para *ponto.com*. Sendo criada como *ponto.org*, a empresa consegue manter o sentido de alternativo (relacionado à Stallman) que esse endereço online lhe fornece. Essa sigla é geralmente associada e utilizada por organizações não governamentais (ONGs). Já a sigla *ponto.com* é mais comumente utilizada para empresas com fins comerciais. Assim, a escolha pela *ponto.org* é mais comum em sites sem fins lucrativos e projetos com código aberto, porém existem sites, como a *hitRECORD*, que se utilizam dessa extensão.

No site da Public Interest Registry⁵², organização sem fins lucrativos que busca controlar o uso do *ponto.org* na internet, eles afirmam que essa sigla está em prol do empoderamento de sites que servem como locais para organizações, empresas, clubes e indivíduos que se comunicam com as suas audiências sobre interesses, causas e paixões em comum⁵³. Associações culturais, esportivas, religiosas, ONGs; softwares de código aberto (como *wiki*, por exemplo) e outros usam o *ponto.org*. Em outros âmbitos temos, por exemplo, a ONG World Wildlife Fund (WWF)⁵⁴ que tem como propósito a preservação das riquezas naturais e da vida animal no planeta com o endereço online *wwf.org*. A ideia da organização é melhorar a vida humana e animal através do trabalho voluntário. O trabalho de ONGs é geralmente voltado a ações que o Governo ou grandes empresas não conseguem atender ou não prestam atenção. Ou seja, há no *url* *ponto.org* certo sentido de benefício social que parece estar sendo reciclado nesta moldura e que a aproxima de sites consagrados como colaborativos e sem fins lucrativos como é a Wikipédia⁵⁵. Estaria se sugerindo nessa escolha da *hitRECORD* uma associação a certos sites e certas práticas que, no mínimo, apontam para um benefício social positivo.

⁵² Disponível em: <<http://pir.org/about-us/>>. Acesso em: 09 nov. 2016.

⁵³ Disponível em: <<http://pir.org/products/org-domain/>>. Acesso em: 09 nov. 2016.

⁵⁴ Disponível em: <<http://www.worldwildlife.org/about>>. Acesso em: 02 fev. 2017.

⁵⁵ Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:P%C3%A1gina_principal>. Acesso em: 22 fev. 2017.

A Wikipédia se define como um projeto de enciclopédia colaborativa que se encontra na internet. Seu objetivo é o fornecimento de conteúdo livre que possa ser objetivo e verificado por outras pessoas. Ou seja, quem quiser pode alterar o conteúdo ali presente. Seja para buscas rápidas ou mais detalhadas, a Wikipédia foi se consolidando nos anos 2000 como um dos principais sites para encontrarmos conteúdo enciclopédico. Devido ao fato de ser colaborativa e verificável, ela estabelece um padrão de controle de qualidade o que faz com que a probabilidade dos artigos ali presentes terem um resultado positivo e mais preciso seja maior. Nela, é o colaborativo que mantém o fluxo em um alto padrão.

Porém, voltando a hitRECORD, desde 2010, quando foi lançada como uma produtora aberta e colaborativa, ela passou a se denominar *for-profit*, isto é, voltada ao lucro. Anteriormente a 2010, mesmo tendo a capacidade de gerar lucros para Gordon-Levitt, ela não era uma produtora de conteúdo “profissional”, então não tinha materiais que podia vender e pagar as pessoas que produziam. A moldura ponto.org e a moldura lucros são dois construtos que parecem ser importantes para a produtora, embora no mínimo se tensionem mutuamente. Abordaremos melhor o lucro como construto da hitRECORD nas próximas páginas.

4.1 TV e cinema como molduras da hitRECORD: uma colaboração de mídias

Embora a hitRECORD moldura o site como seu espaço mais colaborativo: o cinema e a TV são duas molduras importantes usadas na construção de sentido dada ao seu audiovisual. A trajetória da empresa passou por eventos do cinema e da televisão e são eles que ajudam a trazer as molduras cinema e TV para dentro do construto hitRECORD. Isto é, em 2008 ela se apresentou no Sundance Film Festival⁵⁶, sendo este um dos maiores eventos na área da produção fílmica e artística com enfoque em conteúdo independente. Já em 2014, ganhou um prêmio Emmy⁵⁷, premiação estadunidense atribuída aos profissionais e programas de televisão. São esses festivais que trazem sentidos de um audiovisual mais clássico para dentro da hitRECORD.

A sua presença no Sundance Film Festival (por mais que não seja para apresentar um filme) foi para divulgar o seu novo produto, o HITRECORD ON TV, e buscar parcerias para produções futuras (o que de fato ocorreu). Esse evento se denomina como um lugar para encontrar “novas vozes” e “novos talentos” da indústria cinematográfica, vemos como ele moldura o que a hitRECORD trás como incentivo de artistas que não tem tanta chance no mercado

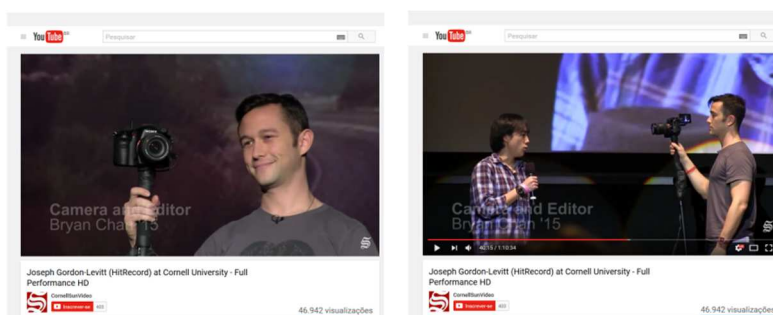
⁵⁶ SUNDANCE Film Festival. Disponível em: <<http://www.sundance.org/festivals/sundance-film-festival>>. Acesso em: 29 fev. 2016.

⁵⁷ Disponível em: <<http://www.emmys.com/>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

mediático. Além disso, também podemos ver como o Sundance Film Festival busca trazer novas vozes, mas recaí em Joseph Gordon-Levitt que já é um ator reconhecido. Ou seja, as novas vozes, nesse caso, se dão somente através da figura de uma pessoa já reconhecida no meio cinematográfico.

Antes da produção do programa de TV, HITRECORD ON TV, que lhe gerou um Emmy, Gordon-Levitt e sua equipe de funcionários realizaram uma turnê pelos Estados Unidos em 2012. Essa turnê⁵⁸, chamada de HITRECORD ON TOUR, tinha como foco apresentar a proposta da empresa e recolher materiais que pudessem ser utilizados em seu programa. Ao longo dessas palestras, Joseph se posta como um guru⁵⁹, um *frontman* que filma tudo com a sua *handycam* e busca interações com o público, resgatando o imaginário de um apresentador de televisão em programas de auditório, como Silvio Santos. Animando a plateia e fazendo com ela reaja da forma que ele quer, Gordon-Levitt resgata sentidos televisivos de falar com o público, trazer pessoas para o palco e usar as suas gravações da palestra no telão, como vemos na Figura 2. Outro momento é quando ele deseja gravar uma introdução para seu programa na própria palestra e o faz através de um recurso muito comum na televisão e no cinema: ações pré-programadas, pré-combinadas e pré-ensaiadas. Pedindo (quase que mandando), ele lidera o público a fazer o que ele deseja: aplaudir, gritar, gravar a sua entrada (combinada) no palco.

Figura 2 – HITRECORD ON TOUR



Fonte: YouTube, 2017.

Partes dessas gravações, dos alunos e de sua câmera, foram usadas no programa de televisão HITRECORD ON TV, o que nos deixa com a dúvida de que: para colaborar no site, é necessário aceitar os termos de serviço do mesmo e se o material for usado pela empresa, o artista será pago. Como funciona então quando eles se utilizam do material de várias pessoas que não possuem o cadastro em seu site? Não temos uma resposta decisiva, até mesmo porque

⁵⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=amD5b_2ekhM&t=633s>. Acesso em: 22 fev. 2017.

⁵⁹ Iremos abordar novamente.

estariamos nos afastando um pouco do centro desse trabalho, mas é uma atitude curiosa de uma produtora aberta e colaborativa que busca reconhecer os artistas que Hollywood não reconhece.

O prêmio Emmy advém do programa de televisão da produtora, intitulado HITRECORD ON TV, exibido através do canal de TV paga estadunidense Pivot. O programa conta com duas temporadas (2014/2015) com oito episódios de 30 minutos cada. Sobre isso, Cardoso (2016) buscou entender o programa de televisão através de uma visada tecnocultural para ver as *ethicidades televisivas* ali presentes. Em sua pesquisa, *Webvisualidades Televisivas: a remixabilidade profunda em HITRECORD ON TV*, ela se debruça sobre o programa de televisão e como ele pode ser considerado como um metameio, ou seja, um repositório midiático que tem potencial de criar híbridos multimídia através do grande acervo de conteúdos que ele armazena no site e apresenta na TV.

Para ela, o HITRECORD ON TV é um híbrido midiático por causa do aspecto estético do programa, através do uso de diferentes softwares e também por ser criado colaborativamente, confluindo ideias e técnicas de diferentes pessoas. Por isso ela chama a estética do programa de webvisualidades televisivas, pois essa estética é marcada por metalinguagens, ou seja, cruza elementos da TV com da web.

Sendo assim, ela divide as molduras por anteriores a produção do programa (intrínsecas) e as que se referem à própria realização do programa no fluxo televisivo (extrínsecas). Cardoso vai dizer que Gordon-Levitt é uma macromoldura do HITRECORD ON TV, talvez a mais significativa e que deve ser vista como uma persona, *ethicidade* e moldura, ou como ela vai chamar, um construto web-televisivo. “De um modo geral, sua figura instaura um território de significação que sempre aponta pra si, ainda que, paradoxalmente, sua alegada intenção é a de apontar para ‘os outros’” (CARDOSO, 2016, p. 70).

A próxima macromoldura é a própria empresa e seu site HITRECORD.org⁶⁰ no qual os artistas colaboram com as produções da produtora e a servem de materiais para serem utilizados no programa. A terceira macromoldura identificada pela autora é o ON TV e as molduras que dizem respeito à produção do programa no fluxo televisivo. O ON TV é suprido de materiais (curtas-metragens) realizados pelos artistas colaboradores no site. Para ela, o programa é regido por um excesso de imagens, nas quais aparece Gordon-Levitt e sua câmera de mão sempre de perto, ou seja, a própria experiência presencial do programa possui diferentes telas aparecendo.

Através desse excesso de imagens que o programa é suprido, Cardoso vai dizer que a hitRECORD deve se ancorar no sonho de qualquer dono de produtora, uma vez que ele pode

⁶⁰ Essa é a grafia adotada pela autora.

requisitar a uma enorme comunidade materiais para serem usados. É por isso que ela também vai dizer que a proposta da hitRECORD não é inovadora, tendo em vista que se baseia nos sistemas mercantis mais capitalistas: o lucro.

Com isso ela chega as macromolduras extrínsecas, ou seja, relacionadas ao fluxo televisivo. Sendo a moldura Pivot, canal de transmissão do HITRECORD ON TV, um construto que busca passar o cunho social ativista através da sua grade de programas. O *I.SAT* que é a forma de distribuição do programa no Brasil, porém, esse canal também possui um cunho alternativo, considerando que é voltado para produções independentes.

Por fim, ela se debruça sobre a análise de um segmento do ON TV, o oitavo e último episódio da primeira temporada: *Patterns*, ou, Padrões. Esse episódio lhe é interessante, já que seu tema diz respeito a elementos que se repetem e se diferenciam, levando ao remix de imagens. Devido a isso, esse episódio seria o mais representativo do que ela enxerga por remixabilidade profunda⁶¹ de Manovich (2013) no programa. “O resultado são audiovisuais irreversivelmente marcados pelo prolífico ambiente de trocas, contágios, sobreposições, amálgamas, enfim, interpelações de todo tipo” (CARDOSO, 2016, p. 105).

Dessa forma, os curtas-metragens apresentados no programa são parte do que ela vê de remixabilidade profunda, eles são a atração principal, o porquê do programa. Cardoso busca identificar nos três curtas do programa o que mais existe de remixabilidade profunda. No primeiro *Either/Order* ela entende que a mídia sonora com a mídia visual refletem o que há de mais pulsante ali, no qual uma não existe sem a outra, refletindo também a dimensão tecnocultural na qual nos encontramos. Já o próximo, *We Can Go Back Again*, “a webvisibilidade televisiva se manifesta no efeito de presença das imagens caseiras, por exemplo, em uma profusão de vozes, instrumentos musicais, cenários de gravação, qualidade da imagem e tipos físicos” (CARDOSO, 2016, p. 112). Essa seria uma expressão da não linearidade da web.

Por fim, no último curta, *Sleep Cycles*, ela foca na produção da estética que não esconde as animações realizadas em computador, não se busca uma verossimilhança como geralmente vemos em produções animadas. Ao se referir ao que Manovich fala em seu livro *Software takes Command* (2013), Cardoso (2016, p. 118) diz que

O autor constata que, uma vez que o realismo das imagens técnicas chegou a seu mais elevado grau, e essa marca liberou a imagem técnica do paradigma realístico, se tornando, de fato, uma moldura para novos mundos, territórios híbridos se instauraram e possibilitaram remix.

⁶¹ Iremos abordar novamente.

Isso gera um choque de estéticas, que ajuda a entender o que ela vê por webvisualidades televisivas no HITRECORD ON TV. As linguagens da web e da televisão terminam por se completar e se contaminar, criando uma metalinguagem híbrida que é o que ela buscou entender ao longo de sua dissertação como webvisualidade televisiva com o objeto empírico HITRECORD ON TV.

Estas questões são importantes para nós, porque concordamos que a remixabilidade (profunda ou como design) é um construto central da plataforma. Entretanto, nos apropriamos aqui num sentido inverso ao de Cardoso, pensamos o programa de TV e a trajetória do seu diretor (que antes de empresário foi ator e diretor) como o cinema e a TV reciclados como molduras que dão sentido ao audiovisual colaborativo da plataforma.

Na Figura 3 vemos como existem imaginários e sentidos da televisão que a hitRECORD traz também para o seu site. Essa é a tabela de desenvolvimento de projetos, a iremos abordar mais profundamente, mas aqui é interessante ver como ela serve como uma grade de programação. Caso o usuário não saiba o que fazer e tenha acabado de entrar no site, é ali que ele pode recorrer para descobrir o que está passando no momento pela produtora. É como se fosse um encarte do que se pode assistir no site, ou, participar no site. Recurso esse geralmente usado nas TVs por assinatura, que disponibilizam um “mosaico” da programação para que o telespectador possa encontrar algo para assistir.

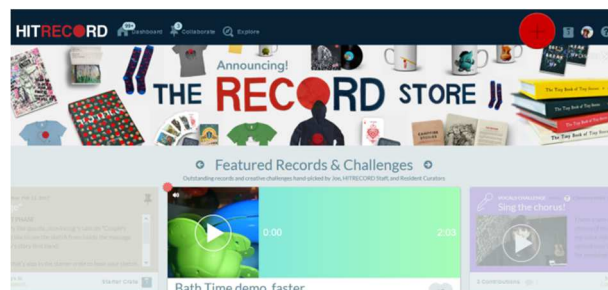
Já na Figura 4, vemos como existem imaginários e sentidos do cinema que a hitRECORD traz também para o seu site, além da sua participação em eventos fílmicos e pelo próprio Gordon-Levitt. Na página principal existe um banner anunciando a sua loja, quase que como uma publicidade interna que ocupa um espaço considerável da tela. Abaixo dele se encontra a *featured records & challenges*, que são os arquivos e desafios em destaque no momento. Podemos ver na Figura 4 que existem duas flechas, direita e esquerda, que proporcionam que os vídeos, textos, imagens possam ser passado de um lado a outro. Eles operam como um segmento de pequenos *trailers* do que está acontecendo no site. São vídeos, textos, imagens que convidam o usuário a participar, assistir e tentar descobrir mais sobre esses arquivos. É a programação do dia ou da semana do que é mais importante e recomendado por Joseph e os funcionários que está acontecendo no momento. Podemos pensar como eles se assemelham a uma linguagem de chamariz que os *trailers* que nos são apresentados em uma sessão de cinema antes do evento principal possuem.

Figura 3 – Moldura TV



Fonte: hitRECORD, 2017.

Figura 4 – Moldura Cinema



Fonte: hitRECORD, 2017.

4.2 De Joseph Gordon-Levitt a Joe

Figura 5 – Joseph Gordon-Levitt como ator⁶²

Fonte: Google Images, 2016.

Para pensar mais uma moldura do audiovisual colaborativo na hitRECORD precisamos retomar Cardoso (2016) quando fala da persona de Gordon-Levitt, como alguém que aponta

⁶² Da esquerda para a direita, de cima para baixo: Joseph em 3rd Rock From The Sun (1996); 10 Coisas que Eu Odeio em Você (1999); 500 Dias com Ela (2009); A Origem (2010); Batman: O Cavaleiro das Trevas Ressurge (2012); Snowden (2016).

para si, inclusive quando aponta para os outros: o site aponta e moldura esta persona como central e ela dá sentidos específicos à hitRECORD.

Joseph Gordon-Levitt é um ator estadunidense que começou a atuar profissionalmente no seriado *3rd Rock from the Sun* (1996-2001), como na primeira imagem da Figura 5. Considerando que ele iniciou sua carreira criança, ele era o que podemos chamar de “ator mirim”. Já na segunda imagem da Figura 2 vemos Gordon-Levitt participando do filme adolescente *10 Coisas que eu Odeio em Você* (1999). A constante reciclagem de atores em Hollywood (ou na televisão, por exemplo) faz com que seja cada mais difícil um ator permanecer por muitos anos conseguindo papéis de destaque. É comum vermos notícias de “veja ator depois de 10 anos sem aparecer na mídia”⁶³, montando a ideia de que é normal os astros infantis “desaparecerem” ou demorarem muitos anos para voltarem a atuar. Também é por isso, que em 2005, após uma dificuldade em se inserir novamente no mercado cinematográfico, devido a uma pausa em sua carreira para ir para a faculdade, que Gordon-Levitt decide criar a *hitrecord.org*.

A partir daí, sua reinserção no mercado cinematográfico de Hollywood foi se dando aos poucos, até que em 2009 realizou a comédia romântica *500 dias com Ela*, para daí atuar em filmes de drama (que muitas vezes trazem sentidos de seriedade ao cinema) como *A Origem* (2010) e a nova trilogia dos filmes do *Batman* (2012). Podemos ver na Figura 5 como as cores dos filmes foram escurecendo, ficando mais restritas aos tons “frios”, como azul, preto, cinza e com mais contraste de sombras. Os tons mais frios geralmente carregam sentidos de seriedade, maturidade, são cores que no cinema são muitas vezes associados aos filmes de drama.

Até que em 2016 podemos ver o ator presente no filme *Snowden*⁶⁴ que conta a história de Edward Snowden, um funcionário do governo estadunidense que libera arquivos da agência de segurança nacional para a imprensa, contando com um cunho mais político e ativista. Esse é um filme que, segundo críticas, não conseguiu apresentar nada novo ou denunciante sobre os métodos de espionagem estadunidense. Segundo o *The A.V. Club*⁶⁵, site de críticas e resenhas de cinema e televisão, o filme não consegue se equiparar a vida real, tentando romantizar Snowden e louvar ainda mais o patriotismo e heroísmo estadunidense.

⁶³ Um exemplo são as notícias de sites como o UsMagazine que postou um texto com o título: 90's Stars Then and Now, isto é, Atros dos anos 90 antes e depois. Disponível em: <<http://www.usmagazine.com/entertainment/pictures/90s-tv-stars-then-now-2009318/2828>>. Acesso em: 24 fev. 2017.

⁶⁴ Disponível em: <http://www.imdb.com/title/tt3774114/?ref_=nv_sr_1>. Acesso em: 06 fev. 2017.

⁶⁵ Disponível em: <<http://www.avclub.com/review/snowden-cant-match-nervous-energy-its-real-life-su-242447>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

Em relação ao filme *Snowden*, Gordon-Levitt busca trazer ao site o que Oliver Stone, diretor do filme, tentou trazer em seu filme como a necessidade de entendermos melhor a internet e como ela opera a nosso favor ou não. Nesse sentido, em 2015 foi realizado no site da hitRECORD uma produção em parceria com a American Civil Liberties Union (ACLU)⁶⁶. Essa parceria teve como propósito a realização de vídeos sobre a democracia na internet e como a tecnologia está afetando essa relação. Um ponto em comum da hitRECORD com a ACLU é a extensão no endereço online de ambas organizações, as duas se utilizam do ponto.org. Na Figura 6 podemos ver as suas marcas lado a lado no banner, abaixo da barra de navegações, da produção *Are You There Democracy? It's me, the Internet*. (Você está aí Democracia? Sou eu, a Internet).

Como vemos na Figura 6, através da produção foi realizado um vídeo entrevistando Snowden, que Joe (como é chamado no site) interpretou no cinema. Podemos ver como a persona Joe e a própria hitRECORD são atravessadas pela construção de Joseph Gordon-Levitt como ator e persona midiática. A ACLU é uma organização sem fins lucrativos que tem como propósito a manutenção dos direitos civis dos estadunidenses, o que gera um ponto de tensão considerando que os vídeos realizados na hitRECORD contam com a participação de pessoas de vários locais além dos Estados Unidos. Podemos fazer uma relação aqui com o alternativo defendido por Stallman, e o alternativo defendido pela ACLU. Isto é, com Stallman, todos tem direito aos softwares, a informação é um direito universal. Já na segunda, vemos o alternativo que recaí somente no povo estadunidense, ela pode ser contra o governo e grandes empresas em muitos aspectos, mas não se libera das amarras do patriotismo e heroísmo dos Estados Unidos. O que seria então o alternativo da hitRECORD? Talvez seja o fato de ela ser uma alternativa (ou opção) a todos aquelas pessoas “comuns” que não tem uma vaga na grande indústria hollywoodiana.

Figura 6 – *Are You There Democracy? It's me, the Internet*.

⁶⁶ Disponível em: <<https://www.aclu.org/>>. Acesso em: 06 fev. 2017.



Fonte: hitRECORD, 2017.

Além disso, os sentidos de liberdade que muitas vezes associamos à internet, também podem ser encontrados ao ser debatidos, de alguma maneira, nessa produção. A democracia na internet visa à manutenção de direitos e deveres das pessoas, porém, ao fazer isso é necessário que algumas imposições legais sejam realizadas. A liberdade na internet muitas vezes é vista pelas corporações como a abertura a ela de nossos dados. É o que assinamos quando aceitamos algo que os sites de maneira geral estão chamando de “termo de privacidade”. Longe do que poderia se entender a privacidade, o último passo antes do *login* é marcar essa opção que permite a empresa usar nossos dados, acompanhar as operações que fazemos em outros sites com nosso *login* e nosso cartão de crédito, etc.

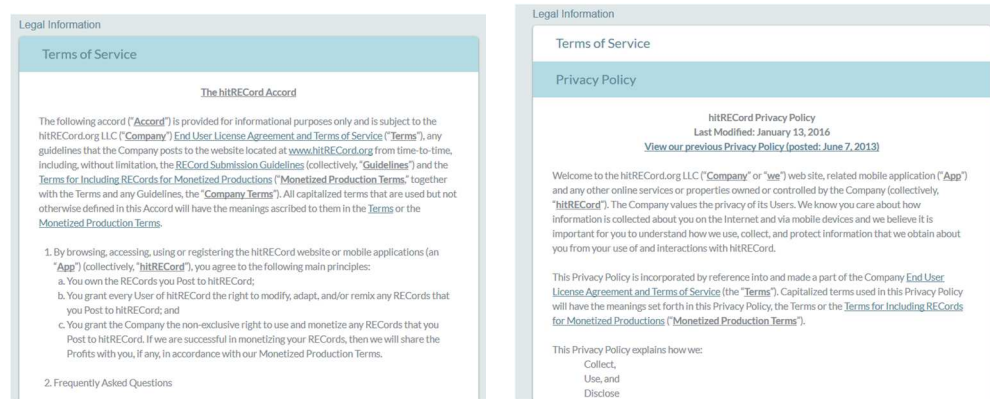
Na hitRECORD os termos de serviço são chamados de *hitRECORD accord*, ou, acordo hitRECORD. Esses termos de serviço e também os termos de privacidade podem ser encontrados na página de ajuda do site, visível tanto para quem possui ou não um cadastro. Ou seja, é possível lê-los inteiro antes de criar uma conta, como, geralmente, ocorre na maior dos cadastros. Apesar de serem longos como a grande maioria, eles não estão escritos com letras minúsculas⁶⁷ como podemos ver na Figura 7. Ambos se encontram na página escritos em cinza e em textos longos na vertical, que, apesar de não estarem com fontes pequenas, desestimulam o usuário a ler tudo. As três principais regras da hitRECORD, que encontramos no *hitRECORD accord*, são: o usuário é dono de tudo que postar no site; o usuário cede a todos outros usuários o direito de modificar, adaptar e o remixar os seus arquivos e postar de volta ao site; o usuário dá a empresa os direitos não-exclusivos de uso e monetização dos arquivos postados, sendo esses arquivos monetizados, o lucro será revertido ao usuário.

A segunda regra nos lembra ao imaginário do software livre, que todos com o acesso aquele material podem modifica-lo a sua vontade. O diferente da produtora é que, ao contrário

⁶⁷ Isso se torna mais complicado de ver nesse recorte que fazemos no site e trazemos para o texto.

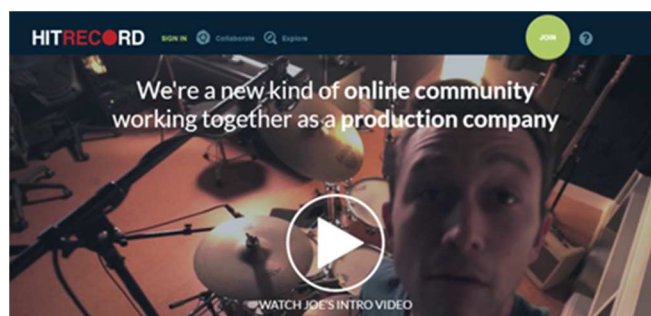
do software que abre seu código a todos, essas alterações só podem ser realizadas no site e através do cadastramento no mesmo, não sendo tão aberto assim.

Figura 7 – Termos de Serviço e de Privacidade



Fonte: hitRECORD, 2017.

Figura 8 – hitrecord.org



Fonte: hitRECORD, 2017.

A questão é que de ator e diretor Joseph Gordon-Levitt, de repente no contexto do hitRECORD, passa a se chamar Joe. Uma persona central no universo da hitRECORD que recicla sentidos da sua própria trajetória de ator e diretor. Ao abrir o site, já nos deparamos com a sua presença, como vemos na Figura 8, sua presença já está “estampada” em quase toda a tela.

A primeira imagem que temos ao abrir o site é de Joe (*eticidade* muito presente nas interfaces da hitRECORD). A câmera está enquadrando em um ângulo plongé, quando a câmera enfoca a ação de cima para baixo que, muitas vezes, busca demonstrar o predomínio da ação sobre personagens e coisas, como lembra Aumont (1993). A cena parece acontecer num estúdio de gravação e a mensagem, em destaque no meio da tela, que acompanha essa primeira interface é “Nós somos um novo tipo de **comunidade online** trabalhando em conjunto como uma **produtora de conteúdo**”⁶⁸. Há um vídeo que, sem a necessidade de dar o botão de play, roda algumas imagens. Inicia com o primeiro plano de uma mão apertando o botão vermelho de uma câmera e na sequência Joe arrumando a câmera para enquadrar ele próprio tocando bateria. Aparecem depois imagens de alguém escrevendo numa máquina de escrever, uma pessoa cantando, outra atuando e um longo etc até alguém dar play nesse outro vídeo que se encontra no meio da tela. Mas este grande vídeo que ninguém disparou, digamos assim, parece dar sentido de tudo o que está acontecendo por trás do site da hitRECORD, como um tipo de bastidores.

Há uma distinção e um destaque para “comunidade online” e “produtora de conteúdo”, sendo molduras de como ela quer ser vista, ou seja, uma comunidade que é uma empresa. Isto é, uma comunidade traz uma série de valores consigo que podem ser conflitantes com os valores de uma empresa (iremos abordar novamente).

Dessa forma, a página inicial do usuário não cadastrado possui um grande vídeo que ocupa quase toda a interface, a barra de navegação é um elemento pequeno sobre o fundo que é uma imagem do Joe com um grande botão triangular, recorrentemente usado com sentidos de “play”, isto é, dar início ao vídeo, embaixo do botão de play está a legenda: veja o vídeo introdutório de Joe (*Watch Joe's Intro Video*). Percebemos aí quem é a figura em destaque da produtora, não só temos a sua imagem, mas também seu nome na página inicial sendo associados ao que é a hitRECORD. Nesse vídeo, a fala do diretor está fortemente marcada por expressões como: eu quis, eu desejei, eu montei, eu criei. O que nos leva a pensar em como a empresa gira muito em torno de suas decisões, ou pelo menos é essa uma característica do construto Joe.

De um modo geral, sua figura instaura um território de significação que sempre aponta pra si, ainda que, paradoxalmente, sua alegada intenção é a de apontar para ‘os outros’ [...] é a figura de Gordon-Levitt quem toma a frente e dá o tom, frequentemente compartilhando opiniões e acontecimentos de sua vida pessoal, incentivando que os outros façam o mesmo. (CARDOSO, 2016, p. 70-71).

⁶⁸“We're a new kind of **online community** working together as a **production company**” (HITRECORD, 2017).

Há na figura do diretor um remix de diversos imaginários: centralidade, paternalismo, uma mistura de diversas figuras que ocupam telas contemporâneas, desde Silvio Santos aos pastores evangélicos televisivos passando pelos gurus das redes como Mark Zuckerberg, ou de palestrantes de pensamento positivo.

A moldura gurus concentra o imaginário de serem figuras místicas, com poder de liderança, profetizam o futuro (utópico ou não). Hoje em dia, os gurus carregam esse poder místico da religiosidade, da divindade, para dentro do universo tecnológico. Vejamos Steve Jobs, que criou um grande grupo de seguidores que compram e adotam tudo que sua marca, a Apple, cria. O poder dessa marca também recai na moldura de exclusividade, algo que também vemos no colaborativo da hitRECORD. A exclusividade de fazer parte dessa comunidade, mas ainda será discutido mais para frente.

Figura 9 - Gurus



Fonte: Google Images, 2017.

Steve Jobs e Mark Zuckerberg, os dois primeiros da figura 9, tem um ponto semelhante que queremos trazer: a escolha de roupas. Joe aparece tanto de camiseta quanto de terno nos vídeos da hitRECORD, ou como mostramos na Figura 9. Jobs e Zuckerberg apareciam com as mesmas roupas todos os dias. Simples e discretas. Zuckerberg afirma⁶⁹ que as roupas sem nenhum adereço o ajudam a focar melhor no trabalho. Porém, ele vai demonstrar que a escolha das roupas também simboliza o poder (ou superioridade) que ele tem em relação a outras pessoas, considerando que existe o construto de ser dono da empresa e poder fazer o que quer. Joe, ao escolher usar camisetas, se posta como uma pessoa mais acessível a aqueles que fazem parte da comunidade, mesmo que isso não seja necessariamente verdade, considerando que ele se encontra em um escritório fechado longe de todos os artistas.

⁶⁹ Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/zarastone/2016/07/26/mark-zuckerberg-facebook-wardrobe/#5b970d154dd5>>. Acesso em: 05 jan. 2017.

Jobs⁷⁰, por exemplo, também seguia na mesma linha de que quanto menos decisões a serem tomadas, melhor seria o seu rendimento pessoal, visto que é menos esforço cerebral aplicado a decisões relativamente superficiais ao seu trabalho. A ideia de Jobs era usar uma roupa para atingir uma marca pessoal, isto é: camiseta de gola alta, calça jeans e tênis. Além de sua roupa como marca pessoal, Jobs também se encontrava sempre acompanhado de imagens da marca Apple. Joe, ao criar um uniforme para si (camisetas ou ternos pretos), também busca estar sempre usando o *botton* (tipo de broche) do símbolo da empresa, um círculo vermelho. Em sua biografia, Steve Jobs (2011), através de Isaacson, fala que a ideia de usar sempre a mesma roupa adveio de uma conversa com diretores da marca Sony sobre porque os funcionários se vestiam todos da mesma forma. No início, as roupas haviam sido disponibilizadas para que os trabalhadores tivessem roupas para trabalhar, considerando que logo após a Segunda Guerra Mundial eles não possuíam nada. Ao longo dos anos, os uniformes se tornaram elementos que ajudavam as pessoas criarem laços entre si. Isso foi um dos motivos pelos quais Jobs decidiu usar “uniformes” e aplica-los na Apple e, mesmo não dando certo na empresa, ele continuou a usá-los em sua vida particular.

Outro ponto dos gurus da tecnologia é carisma que vem através das palestras que eles dão. Isto é, Fred Lunenburg (2012) afirma que uma das formas de poder que essas pessoas tem é o que ele chama de *referent power*, ou, poder referente. Isso é a habilidade que uma pessoa tem de influenciar o comportamento de outras pessoas por causa da admiração, carinho e respeito elas têm. Para ele, é como se seu chefe fosse seu melhor amigo e geralmente não queremos brigar com ele. Poder, para Lunenburg, é a capacidade de influenciar outras pessoas. Por isso, grandes empresários como Bill Gates, Steve Jobs, Jeff Bezzos da Amazon, Mark Zuckerberg conseguiram transformar suas visões em realidade ao conseguir e usar o poder necessário para realizar o que queriam ao saber comandar outras pessoas. Podemos fazer uma relação com o que Joe desperta na comunidade hitRECORD.

Além disso, esse padrão cromático das roupas em tons mais escuros e frios, como cinza, azul, preto, terminam por ser mais discretos, fazendo com que pareça que não existe a intenção de se chamar a atenção para si mesmo, por parte dos empresários. Porém, podemos ver que, ao invés de Joe deixar a atenção recair sobre a hitRECORD, o que mais chama a atenção na página inicial é ele mesmo.

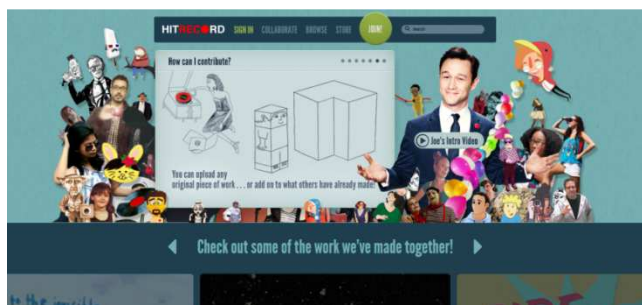
Por isso, para ver melhor a preponderância da figura de Joe em relação ao site, trazemos a versão anterior da página inicial, que se encontrava no ar até início de 2016. Nessa Figura 10

⁷⁰ Disponível em: < <http://www.forbes.com/sites/jacquelynsmith/2012/10/05/steve-jobs-always-dressed-exactly-the-same-heres-who-else-does/#6b56db5e1ff9>>. Acesso em: 05 jan. 2017.

podemos ver Joe na interface inicial circundado por vários artistas da hitRECORD e até mesmo elementos de colaborações anteriores.

Dito isso, é possível fazer uma relação com a imagem de Walt Disney, que também costumava aparecer rodeado de seus personagens, como na Figura 11, o que nos leva a pensar na importância em se associar como o grande mestre de tudo que ali é realizado. Ainda, se pensarmos em tudo que a Disney significa (diversão, alegria, animação, infantil, benevolência, em certa forma o pai de um conjunto de personagens que trazem alegria a muitas gerações), também podemos ver que a hitRECORD busca trazer parte dessa significação para dentro de si através do comportamento do diretor⁷¹. Isto é, sua postura mais “amigável” e “acessível” a todos. As figuras 10 e 11 podem sugerir como, de alguma forma, ambos são pais daquilo que criaram: no caso de Disney, um conjunto de personagens, uma indústria audiovisual. No caso do Joe, um conjunto de práticas audiovisuais que dão lugar a todos os talentos, todas as linguagens. Pelo menos em termos de produção de significado.

Figura 10 – hitRECORD, 2015



Fonte: The WayBack Machine, 2016.

Figura 11 – Walt Disney



Fonte: Google Images, 2016.

⁷¹ É interessante notar que em alguns vídeos do site, Joseph faz menções a falas de Walt Disney, um exemplo disso é o vídeo Payment Info, no qual ele cita uma frase de Disney. Disponível em: <<https://www.hitrecord.org/help/Payment%20Info>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

4.3 A construção da empresa ponto.com e os sentidos *éticos* do lucro: colaboração entre empresa e mercado

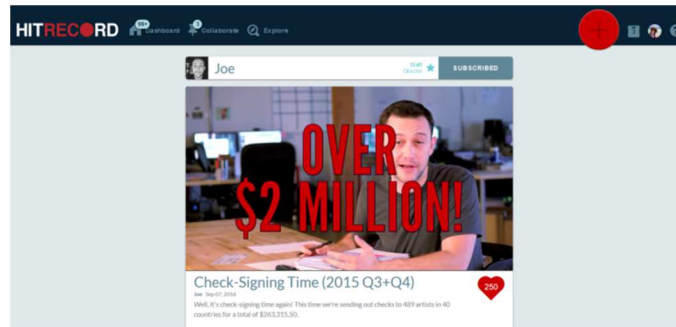
A hitRECORD se constrói então com algumas molduras sólidas do audiovisual e com algumas associações do seu diretor a figuras da história e da criação da indústria cinematográfica como uma grande empresa lucrativa. Mas também é associada com os líderes de empresas ponto.com e seus perfis “criativos” e “lucrativos”. Nesse sentido, a construção do lucro é moldurada na produtora diretamente relacionada à produção do audiovisual colaborativo.

O lucro como construto da hitRECORD parece relacionado aos usuários, o que reforça essa ideia de grande pai de Joe. Não encontramos no site da empresa nenhum dado sobre qual o seu rendimento total em relação às produções e ao faturamento voltado aos funcionários e a Joe. Assim, só nos é mostrado às planilhas de lucros das produções, como iremos mostrar mais em frente, em que a empresa lança à comunidade a divisão de lucros e essa tem duas semanas para responder. Esses lucros são enviados através de cheques assinados ou carimbados pelo diretor da empresa. Em 2017 a proposta é enviar o valor aos artistas através de transações bancárias online, para não ter mais que depender de cheques físicos. Desse modo, toda vez que é época de enviar os cheques, Joe realiza um vídeo falando sobre o sistema de pagamento, quais as pessoas que mais e menos ganharam nessa distribuição enquanto assina os cheques. O lucro é um construto que também tem a moldura do Joe no centro de sua construção.

Em setembro de 2016, no vídeo realizado por Joe⁷², encontramos a informação de que já foram pagos \$2, 155,413.20 dólares para a comunidade entre o período de 2010 e 2016. Na Figura 12 vemos esse número em destaque em cima da imagem de Joe, escrito em vermelho e em fontes maiúsculas, o número ganha uma proporção de importância muito grande no vídeo, chamando atenção à moldura lucro. Nesse envio de setembro de 2016 foram enviados 489 cheques para 40 países, somando um total de \$263,315.50. Além disso, o artista que mais recebeu nesse período faturou dez mil dólares e o menor pagamento foi de oitenta centavos de dólares.

Figura 12 – *Check Signing Time*

⁷² Disponível em: <<https://www.hitrecord.org/records/2974872>>. Acesso em: 18 fev. 2017.



Fonte: hitRECORD, 2017.

A estética predominante na construção dos lucros e o lugar que eles ocupam na produtora como um todo, moldurados pelo diretor, que, embora “pai” não deixa de lembrar aqui a figura do chefe, aquele que realiza o pagamento. Esse universo do imaginário de um trabalho sem esforço lembram aspectos do que Giselle Beiguelman (2011, s/p.) vai chamar de “capitalismo fofinho”.

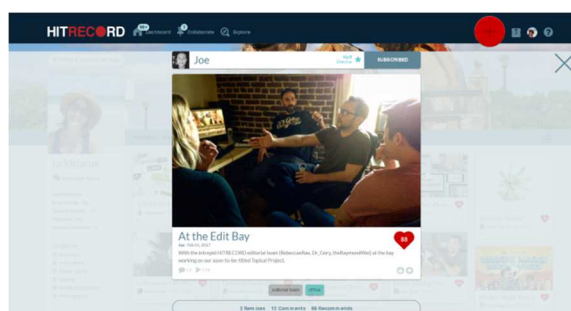
É um capitalismo cuja opacidade se organiza a partir de uma redoma de conforto, de jardins murados onde todos são amigos e não existe conflito. Acentua-se a essa experiência uma simbologia muito infantilizada, dominada por onomatopeias, como o som das palavras/marcas “twitter”, “Yahoo”, “Google”. Há toda uma retórica da infantilização aí... Note também que todos os logos dessas empresas, que são corporações enormes e poderosíssimas, são redondinhos, fofinhos, com uma iconografia toda voltada para esse universo cor de rosa e azul claro, como se o mundo fosse realmente uma ilha da fantasia. (BEIGUELMAN, 2011, s/p.).

É interessante o que a autora fala para pensarmos as cores, os nomes e sua onomatopeia, a familiaridade que adquirimos com Joe e outros funcionários da empresa, as formas arredondadas e as cores dos botões da interface, inclusive a ideia de trabalho sem esforço e divertido. Quando a hitRECORD modificou o leiaute do site em janeiro de 2016 (Figura 8), ela também decidiu alterar as cores, deixando-as em tons pastéis, sem tantos contrastes. Essa mudança faz parte do que Beiguelman nos mostra como o capitalismo fofinho, que monta um imaginário de suavidade, de tranquilidade e infantilidade, provoca uma sensação de como se estivéssemos sendo abraçados pelas empresas. Quando Joe aparece nos vídeos da hitRECORD ele está (quase) sempre sorrindo, fazendo piadas, animado, como se estivesse feliz o tempo inteiro.

Ademais, podemos ver que a sua figura como empresário que é legal por se encontrar com os funcionários da empresa. Isto é, o sentido de empresário que participa das reuniões, participa do trabalho do dia-a-dia da produtora pode ser visto na Figura 13 quando ele posta uma foto em seu perfil no site com o título *na baia da edição*. Ou seja, ali ele dá sentidos de ser o chefe que participa ativamente das produções, mesmo que, com sua carreira de ator, por

exemplo, ele seguidamente tenha que se encontrar fora de Los Angeles e não acompanhe de perto o fluxo. Nessa figura vemos Joe no meio de outras pessoas, apontando para a tela de um computador como se estivesse explicando alguma ideia ou algum conceito que ele deseja. Vemos de novo o que Cardoso (2016) falava sobre “apontar para si”, é Joe que se encontra no meio, mesmo que ali ele esteja tentando passar a ideia de ser um chefe que participa da vida diária de sua empresa. No fim, o nome, renome e lucro da hitRECORD terminam por reverter, em grande parte, para ele. Também podemos ver que as vestimentas dos funcionários são todas “despojadas”, sem nenhum terno ou gravata, convocando o imaginário de um ambiente de trabalho mais descontraído que vem das empresas ponto.com.

Figura 13 – *At the edit bay*



Fonte: hitRECORD, 2017.

Outro ponto que podemos pensar que reflete no cadastramento de diversos artistas no site é o que Shirky (2008) fala sobre o barateamento de equipamentos de gravação de áudio e vídeo, câmeras fotográficas, softwares e computadores. A produtora serve como um local para que as pessoas disponibilizem seu trabalho e também atuem sobre outros, mas isso só é possível quando eles possuem equipamentos que os permitam agir. Shirky (2008) aponta que muitos grupos só conseguem existir por causa desse aumento da possibilidade das pessoas possuírem esses equipamentos e softwares, ainda mais porque a internet permite que esses grupos sejam coordenados à distância.

Nesse sentido, na hitRECORD existem projetos que não levam a nenhum recompensa afora o prazer de estar criando arquivos, mas também existem as produções que levam ao envio de cheques aos artistas contribuintes (todos aqueles que participam de uma produção). A divisão

de lucros se dá: 50% para cada parte (hitRECORD e comunidade) e a divisão entre os artistas é realizada de acordo com o nível de participação na produção. Podemos ver que, caso um artista deseje, ele pode tentar só colaborar em produções, o que não significa que ele irá ganhar, considerando que o seu conteúdo pode não ser escolhido na versão final.

Porém, geralmente vemos no site pessoas falando que o propósito da hitRECORD não é gerar dinheiro, e sim, um espaço para diferentes pessoas publicarem seus materiais e trabalharem com outras pessoas. Por isso que ela se define como *for-profit*, isto é, tem como objetivo vender materiais e gerar lucro, ao contrário de *non-profit* que são as organizações sem fins lucrativos. A moldura lucro a equipara a praticamente qualquer outra empresa.

Aqui podemos fazer um paralelo com o ponto.org. Isto é, as empresas sem fins lucrativos tendem a usar da extensão ponto.org, por se tratarem de organizações não governamentais que visam à ajuda de outras pessoas, animais, grupos étnicos, entre outras. Essas ações voluntárias não tendem a ter lucros, mas dependem de que outras empresas parceiras doem dinheiro para que elas sigam funcionando. Já a hitRECORD não depende de outra empresa para existir, boa parte de seu capital inicial adveio de Joe e segue lhe rendendo dinheiro através de parcerias e comércio de produtos. Existe aqui uma tensão entre o que o ponto.org quer dizer em relação à moldura *for-profit*.

Na Figura 14 podemos ver as *profit proposals*, que são as propostas de lucro ou propostas de pagamento à comunidade. Quando uma produção reverte dinheiro para a empresa e a sua comunidade de artistas os lucros são divididos 50% para cada. Outra fonte de lucro, além das produções é a loja da hitRECORD. Nela são vendidos produtos que advém de contribuições no site (ilustrações se transformam em camisetas, por exemplo) ou produtos feitos com o intuito de serem vendidos (livros de poesias). Os lucros também são divididos entre a comunidade e a produtora.

Essa moldura se encontra na parte mais inferior da página principal, é a última coisa que vemos ao rolar a barra de *scroll*. A página principal é bastante longa, contando com vários vídeos, links, imagens e botões. Sendo assim, não vemos logo de cara essas propostas de pagamento, e com a quantidade de informações que se encontram antes delas, é capaz de que nem a vejamos se nos distrairmos com outros links.

Figura 14 – *Profits Proposals*



Fonte: hitRECORD, 2017.

Figura 15 – *Payment*

Kernie	⚖️	The Impossible Dream	Mama Mantra Musical Performances	paid	2.26	282.50	+23.61	\$306.11
Conrad		The Impossible Dream	Mama Mantra Musical Performances	paid	1.13	141.75	+11.84	\$153.59
TheLastDomino	⚖️	The Impossible Dream	Mama Mantra Musical Performances	paid	2.39	298.75	+24.96	\$323.70
Joe		The Impossible Dream	Host	paid	5.75	718.75	C	\$718.75

Fonte: hitRECORD, 2017.

Em relação à planilha, primeiramente os funcionários da hitRECORD decidem quem e quanto cada um vai receber, para isso a elaboram e a divulgam à comunidade. Esta tem duas semanas para sugerir alterações. Após esse período, os funcionários decidem quais alterações irão aceitar e quais não, para daí elaborar a planilha final de lucros e pagar os artistas. Na figura 15 podemos ver um pedaço de uma planilha de lucros de 2015. Nela podemos ver o nome do artista, o símbolo de uma balança que é a moldura que significa se uma sugestão da comunidade foi aceita ou não, o nome da produção e do vídeo, se foi pago ou não (às vezes não conseguem enviar o cheque devido a erros no cadastro), porcentagem nos lucros, valor a ser recebido, bônus e o valor total (bônus + valor inicial).

A figura da balança é geralmente associada à justiça, considerando que o símbolo do campo do direito ou, até mesmo, o símbolo do signo de libra que é o “mais equilibrado” de todos. Está sendo sugerido aqui um equilíbrio na distribuição do lucro e essa distribuição do lucro audiovisual é enunciada como parte do colaborativo.

Ademais, toda vez que encontramos o nome Joe na planilha, o valor que está atribuído a ele foi realocado para os membros da comunidade. Por isso existe o bônus, ele é o valor que teria sido repassado para Joe ou algum funcionário da hitRECORD, mas foi para a comunidade.

Considerando que Joe “devolve” o seu dinheiro, podemos ver como, de novo, ele se coloca no centro de atenções mesmo quando o intuito é sair dele. Ou seja, isso se dá porque ao realocar seus ganhos para os artistas, ele se posta como um benfeitor que não necessitaria ganhar nada para o que faz. Ao se colocar como aquele que não precisa do dinheiro da hitRECORD, também temos que pensar que ele já recebe pelos 50% que vão para a empresa, além de todos os trabalhos externos a produtora que ele realiza. Ou seja, mesmo que seja algum valor alto

para alguém da comunidade, cinquenta ou sessenta dólares para ele não são uma quantia tão expressiva se compararmos aos cachês milionários de filmes de Hollywood. Não temos como saber exatamente quais são os lucros do ator, mas, considerando que em Hollywood os filmes tendem a gerar rendas muito altas, como, por exemplo, o filme dirigido e estrelado por Joe, intitulado *Don Jon* (2013), que tinha um orçamento de três milhões de dólares e já na primeira semana teve um faturamento acima de oito milhões⁷³, podemos inferir que o pagamento salarial de Gordon-Levitt não é tão afetado pela falta ou não de cinquenta dólares.

Mais adiante, os funcionários da hitRECORD conseguem saber para onde enviar o dinheiro, que vem através de cheques, pelas informações disponibilizadas no perfil dos artistas. Essa página é a divulgação do artista no site, é ali que eles podem disponibilizar seu trabalho, ver como e quem remixou os seus arquivos, divulgar suas informações pessoais (*payment info*, por exemplo).

4.4 A comunidade: a colaboração entre pessoas e dados

Figura 16 – *Community-Sourced*



Fonte: hitRECORD, 2017.

Desse modo, ao já ter entrado no site da empresa por um cadastro (uma moldura importante que torna um estrangeiro um usuário, artista em potencial da hitRECORD), encontramos a seguinte frase na página de ajuda: a hitRECORD é uma companhia de produção aberta baseada em comunidade⁷⁴ (Figura 16), e nesse site é onde fazemos coisas juntos. O “aberto”, o “juntos” parece ser um sentido que atravessa muitas molduras. O uso do sentido “aberto” se dá muito porque a ideia é demonstrar que todos aqueles que quiserem (e puderem)

⁷³ Disponível em: <http://www.imdb.com/title/tt2229499/business?ref_=tt_dt_bus>. Acesso em: 22 fev. 2017.

⁷⁴ “hitRECORD in an open, community-sourced production company and this website is where we make things together”.

colaborar na empresa podem. Ou seja, se mostrar como que de portas abertas a qualquer pessoa que tenha a intenção de fazer parte de um processo criativo e produtivo. Contudo, tem pelo menos, certo “trâmite” para fazer antes: a criação do *login* e o aceite dos termos de serviço e privacidade que já abordamos.

Vemos também na Figura 16 que essa frase ocupa um lugar de destaque, não só pelo tamanho, mas pelo uso de quase nenhuma cor além do azul e somente o vermelho para destacar, ainda mais, os termos *hitRECORD*, *website* e *together*. Esses termos se encontram sublinhados em vermelho. A moldura juntos está destacada para tentar mostrar que a empresa frisa o trabalho em conjunto, não a ideia da produção individualizada. Contudo, sabemos que, na medida em que ela cria um cadastro, já existe certa separação entre as pessoas que se encontram na *hitRECORD* e as que não se encontram.

O sociólogo Richard Sennett (2012, p. 18) escreve, em seu livro *Juntos: os rituais, os prazeres e a política da cooperação*, que buscou entender as satisfações da vida cotidiana. Em *Juntos* o autor se propõe a compreender a lógica da cooperação, que implica que uma pessoa necessita de outra. Sennett procura ver a sensibilidade que as pessoas devem ter ao escutar uns aos outros no trabalho e na vida prática em comunidade.

Devido a isso, para entendermos a moldura “juntos”, trazemos o que Sennett vem a dizer sobre o que é atuar juntos. Para ele, a cooperação melhora a qualidade de vida, principalmente por causa do espírito de comunidade que ela gera em torno de si. A cooperação, por si só, traz a moldura juntos em si, considerando que ela depende do intercâmbio entre pessoas diferentes. Na *hitRECORD*, essa troca se dá entre as pessoas da comunidade, e entre esta e a própria *hitRECORD*. Isto é, existe a união entre os membros, mas também existe da comunidade com o que os funcionários da *hitRECORD* dizem ou fazem.

Por outro lado, Bauman (2003) em seu livro *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual* explora como o termo “comunidade” sugere algo bom: a sociedade que é ruim, a comunidade sempre é boa, afirma o sociólogo apontando à construção de sentidos associadas a uma e a outra. Essa reflexão nos ajuda a pensar o nosso objeto porque os sentidos de colaborativo tendem a estar fortemente associados aos sentidos de comunidade e a *hitRECORD* faz questão de reforçar. A comunidade, então, insiste Bauman (2003) é sempre boa e cálida com seus membros.

Ninguém vai rir de nós, nem ridicularizar nossa falta de jeito e alegrar-se com nossa desgraça. Se dermos um mau passo, ainda podemos nos confessar, dar explicações e pedir desculpas, arrependê-nos se necessário; as pessoas ouvirão com simpatia e nos perdoarão, de modo que ninguém fique ressentido para sempre. E sempre haverá alguém para nos dar a mão em momentos de tristeza. (BAUMAN, 2003, p. 8).

Nesse sentido, o autor ainda vai falar que nas comunidades existe uma lógica de troca, não porque as pessoas se sentem obrigadas, mas porque elas têm vontade de fazer. Ainda, a comunidade é aquele lugar que todos gostaríamos de viver, por isso é justamente aquele lugar inalcançável, em contraste às ruas inseguras e incertas da sociedade para as quais precisamos de dispositivos de segurança porque a qualquer momento poderemos ser atacados sem motivo. É interessante ver que Bauman vai dizer que nas comunidades sempre existe uma sensação de aconchego, o que podemos fazer uma relação com a hitRECORD, considerando que os artistas continuam a enxergando como boa, mesmo que nunca sejam escolhidos para participar de produções ou ser remunerados.

Além disso, retomando o que falamos sobre a necessidade de se criar um cadastro no site, reforçando a moldura de membro e de usuário estrangeiro, externo ao grupo, o autor fala que em uma comunidade todos são confiáveis. “Não confie em ninguém fora da comunidade” (BAUMAN, 2003, p. 10), ou seja, por isso que o site não é aberto a todos, mesmo que a comunidade se mostre como. Existe um imaginário de exclusividade na comunidade, ou seja, quem se encontra dentro faz parte de um grupo seletivo e único. Podemos pensar isso quando vemos a construção que Jobs fazia de seus aparelhos Apple. Ele se calca em um imaginário de exclusividade em torno de seus produtos (através do preço, do acesso, do sistema operacional diferente, etc.) que solidifica a noção de que quem se encontra usando um desses aparelhos faz parte de um grupo diferenciado. Na hitRECORD, se é diferenciado pela exclusividade de se estar trabalhando em grupo com Joe.

Em contraponto, por mais idealizada e perfeita, poderá haver traços negativos na vivência em grupo. Para Bauman (2003), a parte negativa de um grupo é a perda da autonomia. Isto é, como vivem em grupo, todas as decisões devem ser grupais e dizer respeito a todos os integrantes, por isso, não existe mais o indivíduo sozinho. A individualidade não tem espaço na comunidade. No caso da hitRECORD vemos isso fortemente na figura de Joe, que decide tudo por todos, mesmo que eles ainda sejam “uma produtora aberta e colaborativa”.

Dessa maneira, a comunidade na hitRECORD, é referida por Joe como um ambiente em que cadeias de ódio não se proliferam, ou seja, é o ambiente dos sonhos como Bauman afirma. No vídeo *Comments*⁷⁵ Joe vai falar que:

Cadeias de comentários podem ser terríveis, vocês sabem disso. Existem vários lugares na internet em que as pessoas são horríveis umas com as outras sob o disfarce do anonimato. E nós nunca chegamos a isso aqui na hitRECORD, por todos esses anos

⁷⁵ Disponível em: <<https://www.hitrecord.org/help/Comments>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

que estamos fazendo isso. Estou realmente orgulhoso disso. (HITRECORD, 2016e, tradução nossa)⁷⁶.

Aí podemos ver como o imaginário das empresas ponto.com se faz presente. Isto é, o ambiente amigável que uma comunidade representa, fundamenta o que essas empresas querem para si e como querem ser vistas socialmente e por seus funcionários (ou melhor, seus colaboradores). Esse imaginário usado pelo Google⁷⁷ através de seu antigo lema: *don't be evil*, traduzido livremente, não seja mau, demonstra como o espírito dessas empresas é a ideia de que são “boas” em relação às pessoas com as quais se relacionam.

Em 2015, o Google sofreu uma reestruturação ao criar a empresa guarda-chuva Alphabet Inc⁷⁸. Todos os seus produtos online ficaram a partir de então sob o domínio desse novo *holding*, somente as divisões de pesquisa, desenvolvimento e investimento que não. Foi nesse período que o Google mudou seu lema de *don't be evil* para *do the right thing*, que significa, “faça a coisa certa”. Os dois lemas molduram o conceito de que uma empresa ponto.com, por se encontrar na internet, que (deveria ser, mas não é) é um ambiente mais “livre”, é benevolente para com a sociedade, pois está “dando conteúdo gratuito”. Esse imaginário de que as empresas da internet são melhores do que as empresas off-line que faz com que empresas como o Google sigam crescendo exponencialmente principalmente pela crença de que são empresas mais “legais” do que outras.

Temos, então diversas molduras que dão à comunidade hitRECORD alguns sentidos e os distanciam de outros. Ela é uma família, um conjunto de pessoas amigas sob os cuidados de certa paternidade exercida por Joe e ao mesmo tempo é, ao contrário das redes sociais, uma comunidade em que os usuários produzem sem ter lucro. Aqui o lucro não apresenta nenhum tipo de risco, ele é um aliado aos talentos de cada um, ao que cada um tem de melhor.

A Figura 17 mostra um mapa de interesses que o usuário pode escolher logo após realizar o seu primeiro cadastro no site. Esses interesses aparecem nos resultados do *dashboard*⁷⁹, ou painel, que é a página em que o usuário pode ver o que lhe está sendo recomendado por outros membros do site. Essa marcação ajuda ao site a conseguir filtrar o que ele irá mostrar e também a filtrar o que se encontra mais parecido com os interesses do usuário,

⁷⁶ “Comment threads can be terrible, as I’m sure you know. There’s lots of places on the internet where people just be awful with witch other under the guise of anonymity. And we never really degenerated into that here on hitRECORD for all the years we’ve been doing this. I’m really proud of that” (HITRECORD, 2016).

⁷⁷ Disponível em: <<http://time.com/4060575/alphabet-google-dont-be-evil/>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

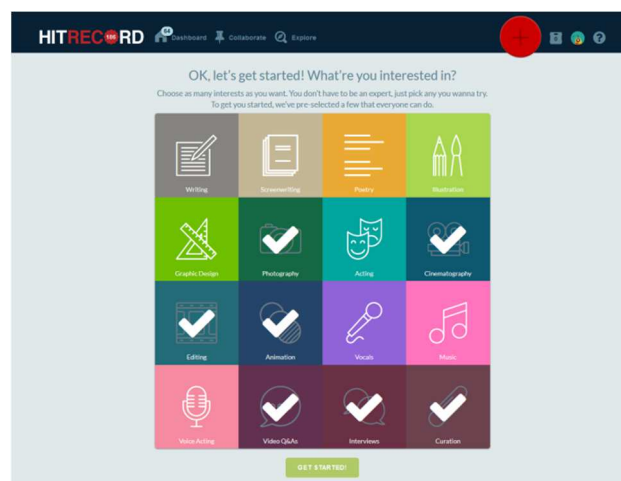
⁷⁸ A ideia do nome Alphabet Inc. é que o Google teria um produto para cada letra do alfabeto.

⁷⁹ O *dashboard* é a página em que o usuário pode encontrar os arquivos que lhe são recomendados, mas também pode ver, de forma mais extensa, quais projetos e desafios estão sendo realizados no momento.

fazendo com que a possibilidade de ele colaborar em algum desafio, projeto ou arquivo que seja mais parecido com seus interesses.

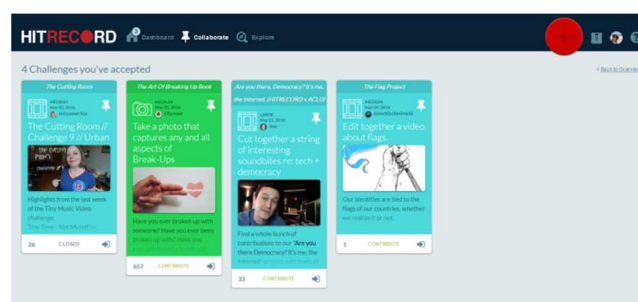
Ao definir seus interesses, no caso da Figura 17, vemos marcado as categorias vídeos de perguntas e respostas, entrevistas, curadoria, fotografia, cinegrafia, edição, animação⁸⁰. No perfil do usuário, essas categorias também se encontrarão disponíveis, fazendo que seja mais fácil de entender qual o tipo de contribuição mais recorrente por ele. Já na Figura 18, na página de *Collaborate* que pode ser acessada através do link na barra de navegação, onde se encontram todos os desafios e projetos que o usuário aceitou participar, podemos ver que a maioria dos desafios aceitos é de cor azul clara, referente ao interesse em edição. Cada cor no site é associada a uma categoria de arquivos ou ações a serem colaboradas. Isso ajuda a manter um padrão de fluxo empresarial no site e manter os artistas nos seus grupos de interesse.

Figura 17 – Interesses



Fonte: hitRECORD, 2017.

Figura 18 – Desafios aceitos



Fonte: hitRECORD, 2017.

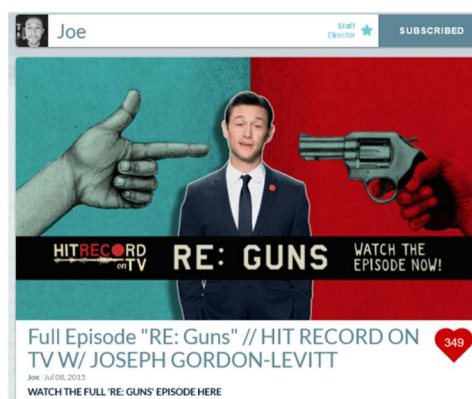
⁸⁰ Que foram marcados como interesses pela pesquisadora.

4.5 Remixabilidade: a colaboração entre as imagens e técnicas

A hitRECORD se baseia nos sentidos de “comunidade” de artistas. Essa seria uma forma de colaboração, colaboração para fazer “coisas legais” juntos e com isso ganhar dinheiro e nos divertir. Haveria um construto muito próprio do audiovisual colaborativo que não é exclusividade da hitRECORD e viemos abordando ele em outros momentos que é o remix de imagens. Como estética, ele chega a ser cada vez mais natural para nós, lembrando do abordado anteriormente quando Manovich atribui ao software funções que eram realizadas pelas vanguardas dos anos 1920, como o surrealismo e sua capacidade de remixar experiências. A *ethicidade* remix na hitRECORD tem características específicas. No site, o remix é claramente distinguido do roubo: é colaboração, moldurado como estímulo de trocas para a evolução do trabalho. Essa funcionalidade de poder modificar o trabalho de outras pessoas permite que através da hitRECORD o “sonho” de muitas pessoas possa se tornar realidade. Ou seja, o caráter aberto de toda e qualquer imagem, mas de todo e qualquer texto, fotografia, música parece estar moldurando o remix na plataforma: algo assim como nenhum dado está ali para ficar sozinho.

Assim, vemos que o remix na hitRECORD é considerado como um elemento de alto valor estético por ela estar dizendo que ao ser essa a estética dominante, o objetivo do projeto está realizado e os usuários estão construindo audiovisual colaborativo e ganhando com isto. Todos os arquivos que são remixados devem ser considerados como aqueles que são muito valiosos à comunidade, tendo em vista que no site é estimulado o *download* de arquivos de outras pessoas. A hitRECORD e seu audiovisual colaborativo não são moldurados como o espaço onde assistir, o lugar de colocar materiais para exibição, ela é o lugar de colocar materiais para que haja uma troca, um ciclo produtivo que envolva mudanças e alterações e as imagens, vídeos e dados em geral assim se comportam.

Figura 19 – Estética



Fonte: hitRECORD, 2017.

Um imaginário que o remix na hitRECORD evoca é o movimento artístico Pop-Art⁸¹, que se utiliza da apropriação de outros elementos em sua arte através de colagens e misturas. O amplo uso de contrastes nas produções e projetos da empresa faz de certa forma alusão a estilos artísticos que usavam a apropriação como base em determinados momentos. Como podemos ver na Figura 19 que é um *frame* de um dos episódios da segunda temporada do HITRECORD ON TV, as cores e estética desse episódio inteiro buscam um contraste de estéticas do desenho, cinema, televisão, movimentos artísticos, criando um padrão estético “pesado” e com cores muito vibrantes. Podemos pensar que isso se dá devido ao tema polêmico do episódio que é o porte de armas.

Isso remete mais uma vez ao artigo de Manovich que abordamos anteriormente, a *Vanguarda como Software* (1999), ou seja, que as técnicas e estéticas que retornam ao dia-a-dia das pessoas e se renovam toda vez que aparecem novamente. Um exemplo disso são os filtros do aplicativo Instagram que buscam o efeito atingido em movimentos como Pop-Art, mas simplesmente por aplicar um efeito estético em uma imagem. Porém, isso leva a uma descontextualização tanto da situação original de movimentos artísticos, como também a uma naturalização da própria descontextualização que era antes um ato político e da imagem remixada.

Esses filtros também podem ser encontrados em programas de edição de fotos como o Adobe Photoshop, que conta com uma série de filtros pré-programados para a edição de imagens. Manovich afirma que a transformação das técnicas de vanguarda em princípios encontrados na relação humano-computador descreve como se encontra o legado das vanguardas em práticas atuais. Desse modo, essas são práticas que vão reverberando ao longo dos anos e vão sendo incorporadas nas mais diferentes coisas, como, por exemplo, um filtro em um aplicativo de celular. Isso se torna um remix tão grande que no fim nem sabemos onde começou.

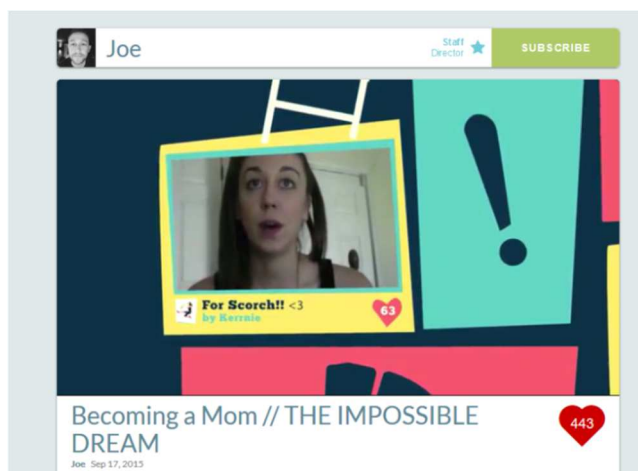
Para Manovich (2007a; 2013), muitos aspectos da cultura e de nossos estilos de vida (música, moda, arte, mídia, comida, internet) são regidos pelo remix, por colagens, fusões,

⁸¹ Pop-Art é uma abreviação de Popular Art, ou Arte Popular, termo que foi utilizado primeiramente pelo crítico inglês Lawrence Alloway quando quis se referir à arte que estava sendo criada através da publicidade, do design, entre outros. A proposta era uma arte que se comunicasse com o público através de símbolos que se encontravam no imaginário popular. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo367/arte-pop>>. Acesso em: 10 nov. 2016.

*mash-ups*⁸². Por isso, é interessante trazer o percurso do termo *remix* que o autor faz em sua pesquisa. Sendo assim, o termo surge como fruto da separação dos elementos das músicas que poderiam sofrer manipulação nos softwares de edição, como, por exemplo, separar a faixa instrumental da faixa de vocais. Isto é, através das múltiplas faixas de áudio que poderiam ser separadas e editadas, os *mixers* passaram a poder mudar o volume, trocar as faixas, podendo-se então *re-mixar* ou *re-misturar* as mesmas, formando o termo que hoje em dia é muito mais amplo.

Ainda, para Manovich alguns profissionais (cinegrafistas, artistas visuais, fotógrafos, web designers) terminam por não usar a palavra *remix* quando modificam conteúdos já existentes, por não ser um termo tão aceito. Com isso, eles utilizam o termo apropriação para designar os seus materiais que envolvem outros. Porém, o autor aponta que ele considera que a palavra *remix* consegue explicar muito melhor essa prática, considerando que ela sugere uma sistemática de trabalhar em cima de algum material, diferente de apropriação.

Figura 20 – Remix tradicional



Fonte: hitRECORD, 2017.

Dessa maneira, a união de diferentes tipos e formatos de vídeo e imagem são facilmente encontradas nos produtos gerados pela mídia. Como, por exemplo, composições que misturam *live-action*⁸³ e animações⁸⁴. Contudo, hoje, o *remix* é muito mais complexo que somente a

⁸² Manovich (2007) define *mash-ups* como os arquivos (dados, informações) que são remixados, ou seja, um software que combina mais de um conteúdo de diferentes fontes em uma única experiência.

⁸³ Imagens produzidas com pessoas ou animais reais, diferentemente das animações feitas em computadores.

⁸⁴ Por exemplo, o vídeo “First Stars I See Tonight” composto pela comunidade da hitRECORD em 2013 mistura elementos de animação com gravações em *live-action*. O *remix* aqui enunciado pela hitRECORD é tanto a capacidade de unir esses dois formatos, como a habilidade que ela fornece à comunidade de poder modificar os

junção de imagens diferentes. Ele é um *cross-over*⁸⁵ ou sobreposição de técnicas de diferentes origens. Por exemplo, uma mistura de técnicas do cinema unidas com técnicas da pintura, ao invés de uma simples sobreposição de elementos.

Podemos ver na Figura 20 uma coexistência de uma filmagem em *live-action* sobreposta em uma ilustração feita em computador. Não existe aqui uma troca de técnicas da filmagem sendo adaptadas a própria ilustração ou vice-versa. Elas coabitam a tela, nos lembrando do que Manovich considera como um remix mais clássico, mais tradicional.

Dito isso, convocamos o que ele chama de híbrido estético, que é a justaposição de diferentes estéticas visuais de diferentes meios dentro de uma só imagem. A linguagem do design, da tipografia, da animação, da pintura e da cinematografia se encontram dentro de uma só imagem através das possibilidades que os softwares de computador (ou outros aparatos tecnológicos, como celulares) fornecem. Por isso, ele afirma que o computador cria uma metalinguagem em que todas essas linguagens culturais apontadas se encontram.

Mais além, as técnicas de composição também podem ser vistas em diferentes meios, ou seja, técnicas de composição do cinema hoje se encontram no YouTube, na televisão, na fotografia e vice-versa. É com isso que ele introduz o conceito *deep remixability*, ou remixabilidade profunda. Nesse sentido, a integração de técnicas de composição visual, que anteriormente não seriam compatíveis, são possíveis pela metalinguagem advinda das possibilidades fornecidas pelos computadores e criam uma nova forma de remix.

Desse modo, a co-presença de vários estilos de mídia (cinema, internet, fotografia, entre outros) em um só vídeo, ou uma só imagem, mostra que não é somente a fusão das linguagens, mas a sua convivência dentro do mesmo material que também fundamenta o remix. Nesse sentido, Manovich (2013) então nos pergunta se podemos entender que a nova linguagem híbrida da imagem em movimento se torna um tipo de remix, visto que desde seu surgimento até a sua expansão, o remix vem afetando (globalmente) e moldando vários aspectos desde a música, cinema até a gastronomia e a moda.

Isso é um dos efeitos da remixabilidade profunda e é nesse sentido que podemos pensar a remixabilidade profunda como um efeito da tecnocultura. Considerando que estamos tratando aqui o termo efeito através de McLuhan, como afirma Irene Machado (2009, p. 10) “o estudo dos efeitos é uma forma de tratar, conjuntamente, as transformações operadas pelos meios”.

materiais postados por outros membros. Disponível em: <<https://www.hitrecord.org/records/1502955>>. Acesso em: 18 mai. 2016.

⁸⁵ *Cross-over* poder ser traduzido como uma mistura (de estilos musicais, por exemplo) ou um cruzamento.

Isto é, o meio que buscamos entender vem operando de forma que a tecnocultura produza o remix como algo intrínseco a si.

Faz-se necessário diferenciar o remix da remixabilidade profunda, sendo que o primeiro combina conteúdos que são da mesma ou de diferentes fontes/mídias, como, por exemplo, um desenho animado para televisão que se utiliza de animações cinematográficas. O segundo, como viemos apontando, mixa não só conteúdo de diferentes mídias, mas também suas técnicas, métodos de trabalho, formas de representar e expressar. Para efetuar-lo, ou seja, remixar as técnicas, devemos realizar combinações. Ele vai além da adição de elementos. Vemos a interação entre técnicas que anteriormente eram completamente separadas, como animação, cinematografia, animação 3D, design, artes, e assim por diante.

Manovich aponta que isso é possível porque hoje conseguimos realizar a interação dessas técnicas em um lugar, o computador, o que permite que elas possam ser colocadas em contato umas com as outras de maneira que quando se encontravam em meios diferentes não era possível. Outro aspecto interessante é que, mesmo que continuem aparecendo em seus meios de origem, algumas técnicas também são encontradas e aplicadas em outras. Ou seja, como os filtros que, por exemplo, o programa de edição de imagens, Adobe Photoshop, proporciona. Grande parte desses efeitos e filtros surgem das câmeras fotográficas analógicas, mas hoje em dia podemos aplicá-los na edição de uma imagem criada digitalmente. Com isso, passamos a gerar imagens com uma linguagem complexa, rica e híbrida além de profundamente anacrônica. A imagem passa a ser um espaço de múltiplos tempos e, neles, suas técnicas, métodos de trabalho, formas de representar e expressar. Cada imagem-remix pode ser pensada como mônada benjaminiana.

Voltando agora a nossas imagens-remix para perceber os tempos, técnicas e formas de dizer o mundo através do conceito de mônada benjaminiana, que está relacionado com a imagem dialética que já explicamos. Isto é, o presente se encontra parado e imobilizado, e através da dissecação das imagens é que vemos o que ele nos está mostrando. Essas imagens-remix contêm um presente imobilizado e que aqui buscamos ver as molduras, *ethicidades* e que imaginários dali emergem. A dialética de Benjamin (2006) buscava deter o movimento.

Ainda, outro elemento que vem dessa possibilidade de mesclar técnicas, são os elementos criativos e imagéticos que anteriormente a essa quebra de barreiras entre linguagens não seria possível. Por exemplo, Manovich aponta que imagens criadas digitalmente podem trazer elementos que advêm de se filmar com uma câmera física, como o ângulo de filmagem. Porém, elas também podem trazer ângulos que uma câmera física nunca poderia, devido a sua incapacidade de ser desmontada e continuar filmando (por exemplo, quando uma bomba

explode câmera segue rodando em um espaço criado digitalmente). Nesse cenário, passamos a ver recursos de um meio inseridos em outro, e como cada um termina por não usar todos os seus recursos. Técnicas de um meio sendo aplicadas a outro, podem ser utilizadas de um modo completamente diferente e dando possibilidades completamente novas.

Dessa forma, devemos considerar que os recursos tecnológicos de cada meio fundamentam diferentes linguagens, estilos, gêneros e principalmente visões de mundo. E, ao os remixar, estamos criando uma nova linguagem que aglutina a todos. É isso que o autor vai chamar de metalinguagem, que é padrão de uso de uma série de recursos que estão disponíveis no computador. O objetivo é criar composições que utilizem técnicas de diferentes tecnologias. Na hitRECORD, o remix está tanto nas produções que misturam texto, vídeo, fotografia e animações, mas também na própria interface do site, que busca unir elementos da computação com elementos do audiovisual em quase todas as suas interfaces.

Nesse sentido, parte do remix na hitRECORD surge pela possibilidade de *download*. Essa possibilidade é um elemento tenso no universo da internet, pois temos a impressão de que nela encontramos um ambiente libertador, porém, ao mesmo tempo, encontramos várias restrições: seja de acesso à informação, arquivos, imagens, vídeos. Contudo, essas restrições podem ser contornadas através de “invenções” tecnológicas não tão respeitadas aos avisos de “não se permite realizar o *download* dessa imagem”. Por exemplo, para ter um vídeo do YouTube, é preciso ter um aplicativo “alternativo”. O YouTube (mesmo provavelmente sabendo que isso ocorre) não estimula nem possibilita que eles sejam salvos diretamente do site. Na hitRECORD, encontramos a possibilidade de *download* em quaisquer arquivos ali postados. Porém, esse *download* é somente permitido para aqueles que possuem um cadastro no site e já aceitaram os termos de serviço da empresa.

O *download* na hitRECORD é moldurado com a figura de uma flecha para baixo, considerando que *down* significa “para baixo” e *load* “carregar”. Ou seja, é uma passagem de arquivos da internet para o computador (ou celular) do usuário. Essa moldura se encontra disponível em todos os arquivos da hitRECORD, dando sentidos de que ali sim existe a liberdade de se poder ter todos os arquivos. Mesmo que ele não seja nosso de origem, é possível ter em nossos computadores todos os arquivos postados no site. Porém, eles não podem ser utilizados fora do mesmo. Aqui vemos como o *download* é liberado, mesmo que somente dentro do próprio site. Caso algum arquivo do site seja encontrado fora, as leis de direitos autorais irão tirar o material da internet.



Fonte: hitRECORD, 2017.

Além disso, é o *download* que permite o remix na hitRECORD. Na Figura 21 vemos a figura da flecha embaixo de um arquivo, ela sempre se encontra dessa forma. Ao abrir um arquivo do site, entre as informações sobre ele como: nome, texto explicativo, quantas pessoas recomendaram, comentários, vemos do lado direito em tamanho pequeno o botão de *download* ao lado do botão de adicionar aos materiais já salvos. Apesar de ser um elemento muito importante no site, ele não tem uma posição de destaque, até mesmo sua cor é meio “apagada” em relação às outras. Por exemplo, logo abaixo podemos ver vários quadrados coloridos que são as marcações (*hashtags*) do arquivo. Depois de muito tempo no site, essa moldura pode ser mais facilmente encontrada pelos artistas, considerando que já estão mais habituados, mas para quem nunca o acessou, se torna mais fácil de perder-se nesses vários links que a tela apresenta.

Para o arquivo ser remixado ele deve ser baixado ao computador pessoal do usuário, tendo em vista que nenhuma ação em cima dos materiais pode ser realizada no site. A moldura remix se encontra fora da hitRECORD, fora do site quando ela deve ser posta em prática. Ou seja, quando o remix acontece de fato sobre o material, isso não ocorre dentro da hitRECORD. É interessante notar que isso demonstra como a hitRECORD não dá ferramentas ao usuário para ele exercer esse movimento, ele tem os materiais com os quais ele pode interagir, mas caso ele não tenha conhecimento dos softwares necessários para editar um vídeo, fazer uma animação, ilustrar, fotografar, entre outros, ele não será parte atuante da comunidade hitRECORD. Aqui ela dá sentidos de “estar dentro” ou “estar fora” da comunidade, visto que é possível realizar um cadastro no site e não realizar atividade nenhuma no mesmo, mas nem que o usuário queira fazer, se ele não tem acesso a esses softwares, ao domínio do entendimento de como funciona um editor de fotografias, ele não consegue ser um artista presente na comunidade.

O que também permite o remix no site é o botão vermelho da barra de navegações. É ele que busca lembrar o botão de gravar dos equipamentos de vídeo, visto que é através dele que o artista pode fazer o *upload* de arquivos, é ele que carrega o sentido de ser um produtor de

conteúdo. Ao clicar no botão vermelho é que se abre a janela de postar arquivos. Podemos ver na Figura 22 que o botão vermelho possui um espaço de destaque na barra de navegações, ainda mais considerando que a cor dela é azul escuro e o botão é em vermelho muito aberto, muito vivo. Isso termina por chamar muito a atenção do usuário quando ele entra no site.

Nela encontramos um vídeo de Joe explicando sobre o que são os arquivos para ele, ou *record*. Aqui realizamos a tradução de *record* por arquivo para facilitar a leitura, assim, toda vez que falamos arquivo estamos falando dos *records*, conteúdo postado por um artista. É interessante notar que o esse nome está intimamente ligado com o da *hitRECORD*. Ou seja, ele moldura, em muito, o que é ser *hitRECORD* ali dentro, uma vez que eles são, de fato, o fruto do trabalho de um membro da comunidade. Joe afirma⁸⁶, em entrevistas, que o *hitRECORD* é um símbolo para fazer algo ele mesmo, não esperar que alguém o deixe ser criativo. Lembrando que o diretor já comentou em entrevistas que, como teve dificuldades em se inserir novamente no universo cinematográfico, ele falava para si mesmo “estamos gravando?” (*are we recording?*) como um mantra de que ele devia procurar fazer coisas por si, não somente esperar que outros lhe dessem a oportunidade de ser criativo. O *aperte o play* do nome da empresa carrega esse imaginário de que todos podem ser realizadores de conteúdo, não necessariamente seguidores, quase que uma ideia e imaginário de empreendedorismo. Isto é, como todos tem a possibilidade realizar algo, torna a empresa mais acessível, mais divertida, mais amigável a todos que se encontram cadastros no site.

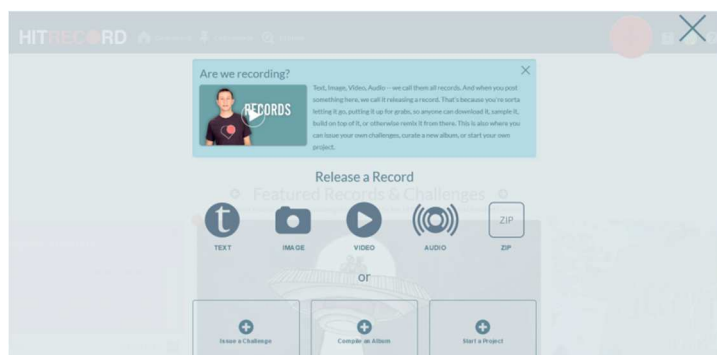
Figura 22 – Barra de Navegações



Fonte: hitRECORD, 2017.

Figura 23 – Upload de um arquivo

⁸⁶ Disponível em: < <https://www.fastcompany.com/3047803/my-creative-life/how-joseph-gordon-levitt-and-his-creative-army-of-artists-are-changing-tv>>. Acesso em: 05 jan. 2017.



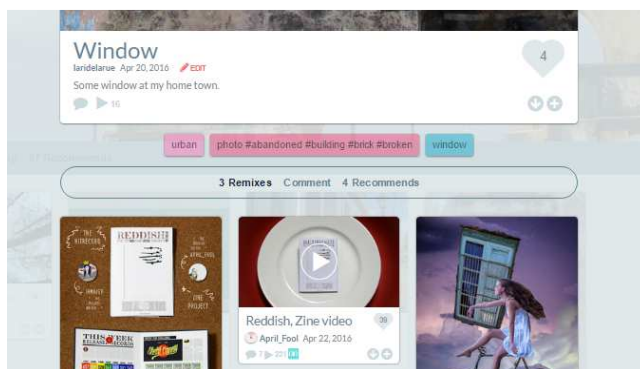
Fonte: hitRECORD, 2017.

Os artistas podem postar textos, imagens, vídeos, áudios ou arquivos comprimidos, como podemos ver na Figura 23. Aqui, para postar, vemos que os botões de cada tipo de arquivo são maiores, em um tom mais escuro do que o botão de *download*, o que nos leva a pensar que talvez seja mais forte a moldura de *upload* do que de *download*.

Os arquivos comprimidos servem para postar no site o arquivo do material editável, por exemplo, caso seja uma montagem realizada no programa Adobe Photoshop, o usuário pode upar também o arquivo em *psd*, que é a extensão dos arquivos desse programa. Podemos fazer uma relação com o que Chun (2011) fala sobre como passamos a ver o caminho do trabalho feito em softwares através da utilização dessas extensões como forma salvar e passar arquivos. Ao fornecer o arquivo editável, a hitRECORD e o usuário estão dando todas as possibilidades de remix possíveis nesse arquivo, é quase como dar o arquivo bruto para o remixador. Além disso, podemos também pensar em como sem o softwares e as interfaces, nossa pesquisa não iria existir, nem mesmo as relações entre as imagens, os usuários, o remix, a hitRECORD. O software moldura tudo, as interfaces são mediadas por ele.

Depois que o arquivo foi postado, é possível ver, na página do perfil, quais arquivos pessoais foram remixados, como na Figura 24. Abaixo do arquivo postado se encontra a moldura remix através de um botão que informa quantas vezes o ele foi modificado. A partir daí é possível ver quais foram essas alterações, quem as realizou e até onde elas foram sendo modificadas. Também não é um botão que tenha muito destaque na página como um todo.

Figura 24 – Remix



Fonte: hitRECORD, 2017.

O remix na hitRECORD é estimulado para que a produtora siga funcionando, tendo em vista que é através dessas operações que ela realiza o seu ciclo produtivo. Dessa forma, podemos ver muitas fusões, colagens, *mash-ups*, sobreposições, que é considerado por Manovich (2013) como um remix mais clássico, porém, como falávamos antes, o autor também busca entender o que é a remixabilidade profunda, em que diferentes técnicas são remixadas.

Nesse sentido, existem muitos remixadores no site que conseguem transformar, por exemplo, um texto qualquer em uma poesia. Ou seja, se apropriar de um conteúdo e o transformar em algo diferente. Porém, é mais complexo quando um artista realiza o *download* de um texto e o transforma em vídeo, através de técnicas da tipografia e as anima. Apesar de alguns membros da comunidade realizarem essas atividades mais complexas, não são todos o que se dispõem a fazer. Isso se dá, principalmente, porque os artistas que são remixadores pelo que Manovich chama de remixabilidade profunda, são aqueles que fora da hitRECORD também são profissionais que trabalham diretamente com esse universo (edição, fotografia, cinegrafia, montagem, ilustração, entre outros). E esses já dispõem de um conhecimento técnico mais avançado que os outros. Ou ainda, quando o remix é realizado dessa forma, o arquivo final não foi editado pelos artistas da comunidade, e sim pelos editores funcionários da hitRECORD, o que nos mostra que, no fim, os artistas não tendem a ir tão profundamente nas lógicas da remixabilidade profunda pois os que são estimulados a produzir mais na hitRECORD são os artistas mais experientes e também que se encontram há mais tempo nela.

Por exemplo, a produção *The Encyclopydia of Lydia* realizada entre 2016 e 2017 conta com três vídeos sobre sexualidade e comportamento. Essa foi uma produção autofinanciada pela hitRECORD, isto é, dinheiro advindo de outras produções pagas foi separado para a elaboração desses vídeos. É a empresa tentando dar mais autonomia para a comunidade, mas ainda dentro de seus padrões. Nela, a animadora final foi uma artista da comunidade que não é

funcionária da empresa, porém, se entramos no perfil de Marie Ivanova (está na comunidade desde 2010), podemos ver que ela é uma animadora profissionalmente fora da hitRECORD.

Figura 25 – *The Encyclopydia of Lydia*



Fonte: hitRECORD, 2017.

No vídeo *Your First Time*⁸⁷, que vemos dois recortes na Figura 25, que faz parte dessa produção, vemos as diferentes técnicas de animação conjuntas com pessoas falando para a câmera (*live-action*). A base desse projeto foram desenhos, realizados por Lydia e outros artistas, que foram animados para acompanhar os depoimentos mostrados no vídeo. Manovich (2006) fala que essa capacidade de unir diferentes técnicas em um só material foi possível nos anos 1990 quando os computadores pessoais atingiram a capacidade de carregar arquivos pesados para poder editá-los. Com isso, as imagens híbridas, como ele vai chamar, começaram a surgir e se tornar norma na produção de vídeos e fotos, isto é, a animação de computador se torna um integrador e remixador de *live-action*, tipografia e design.

O autor vai dizer que essa com mudança através da inserção de programas como Adobe Photoshop e Adobe After Effects as possibilidades de edição se ampliaram e mudaram radicalmente. Grandes empresas de cinema ou produção de vídeos usam programas de edição que são mais caros e complexos (e talvez melhores) que o After Effects, mas esse programa pode ser usado em computadores sem tanta capacidade de processamento disponível.

Às vezes a sobreposição de técnicas é mais visível, como no caso do *Your First Time*, mas às vezes se torna mais difícil ver os diferentes efeitos e técnicas aplicados no material. Contudo, a ideia é que apareçam diferentes tipos de mídia em um só *frame* (ou quadro, de quadros por segundo). No *Your First Time* podemos ver vídeos das pessoas em *live-action*, sobrepostos com textos animados, ilustrações animadas, e efeitos de colorização sobre as gravações dos artistas da comunidade que podem ser de variados estilos artísticos.

⁸⁷ Disponível em: <<https://www.hitrecord.org/records/3110579>>. Acesso em: 07 fev. 2017.

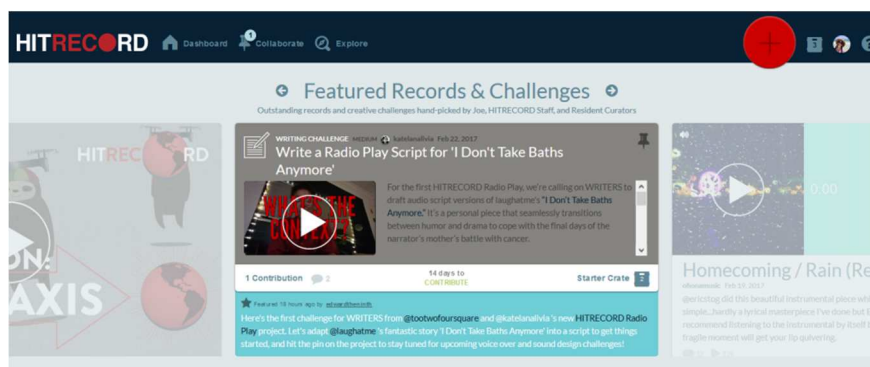
Manovich explica que isso cria um novo metameio. O computador simula todas as mídias: texto, imagem, áudio, vídeo, entre outros. “Aqui, softwares como o After Effects se tornaram uma lâmina de Petri em que a animação, cinematografia de pessoas, design gráfico, animação 2D e tipografia começaram a interagir entre si e criar novos híbridos” (MANOVICH, 2006, p. 11, tradução nossa)⁸⁸.

Esse híbrido pode se dar de forma sutil ou até bem visível, como é o caso de *Your First Time*. Na Figura 25 podemos ver as diferentes técnicas e métodos se justapondo, revelando camadas de trabalho sendo articuladas entre si. A proposta de ser parecido com um caderno de anotações físico se torna facilmente percebida enquanto vemos folhas de caderno e desenhos sendo animados, tudo aparecendo no mesmo *frame*. O teórico vai falar que isso se dá pela composição digital ou *digital compositing*, é isso que permite que os designers mixem diferentes elementos visuais de quaisquer mídias e, além disso, controlem os elementos enquanto vão criando diferentes camadas sem necessariamente ter que buscar alguma verossimilhança com a realidade. Como cada elemento pode ser manipulado separadamente, isso permite que o remix dos arquivos da hitRECORD seja potencializado, pois cada aspecto dos arquivos pode ser alterado e recolocado no site para outros usos.

A própria interface do site apresenta diferentes tipos de mídia em só quadro, nela podemos ver vídeos, textos, imagens, animações, tudo interagindo entre si e formando uma grande tela mesclada. Na Figura 26 podemos ver a página principal do site que tem em si um vídeo em um player pequeno, interagindo com tipografia dentro e fora e si, mas se passarmos esse vídeo para o lado já podemos ver outras gravações sonoras que também tem texto e tudo isso interagindo com a barra de tarefas. São várias camadas se sobrepondo na apresentação do site que nos dão uma aparência de hibridez, como Manovich falava. Além disso, existe também a possibilidade termos vários vídeos “rodando” sem a necessidade do *play*, o que pode gerar um estranhamento inicial pelo movimento contínuo.

Figura 26 – Remix na tela

⁸⁸ “Here software such as After Effects became a Petri dish where computer animation, live cinematography, graphic design, 2D animation and typography started to interact together, creating new hybrids” (MANOVICH, 2006, p. 11).



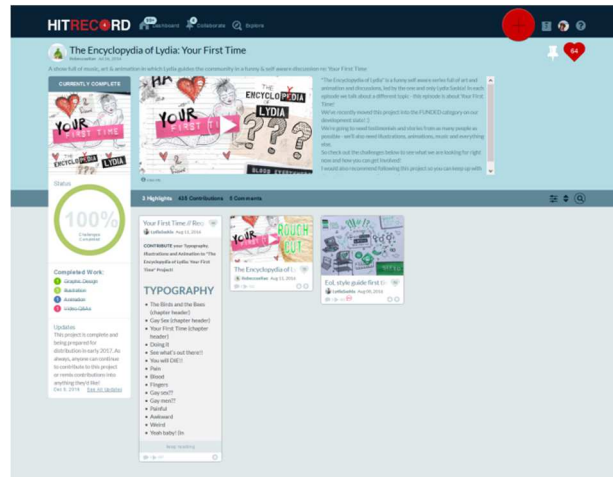
Fonte: hitRECORD, 2017.

4.6 Artistas: o colaborativo entre usuários e softwares

Além disso, a produção *The Encyclopydia of Lydia* conta com outros dois projetos. Cada projeto é como uma colaboração entre artistas que buscam criar algum arquivo de acordo com os desafios que ele propõe. Cada desafio é um convite a outros membros do site para postarem arquivos de acordo com alguns parâmetros pré-definidos pelo criador do desafio. Esses são os elementos que compõe uma produção: desafio < projeto < produção. As produções só podem ser iniciadas pela própria hitRECORD, considerando que dependem de parcerias externas ou do autofinanciamento.

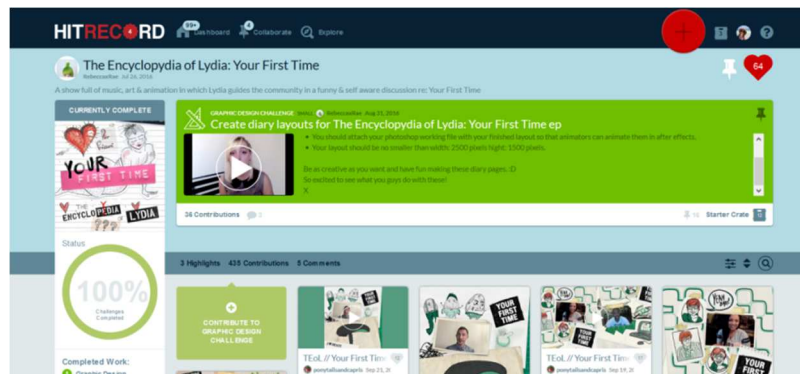
Na Figura 27 vemos como é a página de um projeto no site. Temos o nome do projeto e o artista que o criou, mas vemos como há um destaque para o vídeo introdutório do mesmo. Ao lado do vídeo se encontra o avatar que também, junto com o círculo em verde que representa a porcentagem de conclusão do projeto, possuem uma posição de destaque em relação aos outros elementos da tela. A moldura vídeo é, na hitRECORD, a principal forma de comunicação entre as pessoas e entre os projetos e produções, por isso, podemos pensar que ela ocupa um lugar tão grande na tela. Ele é uma das formas como o audiovisual colaborativo se constrói no site, considerando que ele permite, em muito, a própria colaboração entre os artistas e também serve, muitas vezes, de resultado de um projeto colaborativo.

Figura 27 - Projeto



Fonte: hitRECORD, 2017.

Figura 28 - Desafio



Fonte: hitRECORD, 2017.

Figura 29 – Tabela de Desenvolvimento de Projetos

Projetos Regulares

The Project Development Slate		
Keep up with all the projects HITRECORD is currently focused on, follow where we are in the creative process, and find ways to get involved.		
1. Concept Development	2. Advanced Development	3. Funded Projects
<ul style="list-style-type: none"> Little Prince Someday Soon Scissorhand Heart Silver Dollar song project Funk like a Monkey! Women's March Mini Doc HitRECORD Sketch Comedy Same Story, Different Ending Tales of the Book Fairy 	<ul style="list-style-type: none"> The Hot Button (2/1/17 - 2/7/17) Modern Day Book of Manners for Adults Morning Monsters The Art Of Breaking Up Book A NEW GENERATION OF FAMILY SONGS Tortuga THE HITRECORD MIXTAPE Finally Begin to See - MIXTAPE 5 / Track 1 Buildings - MIXTAPE 5 / Track 2 Monster Beat - MIXTAPE 5 / Track 3 	<ul style="list-style-type: none"> EVERYDAY SPECTACULAR (HITRECORD x LG) Everyday, Spectacular (HITRECORD x LG) RECIPE REMIX A NEW GENERATION OF FAMILY SONGS A New Generation of Family Songs THE HITRECORD MIXTAPE THE HITRECORD MIXTAPE - VOL 5 THE BODY BOOK BLOOD / THE BODY BOOK HEART / THE BODY BOOK MOUTH / THE BODY BOOK SKIN / THE BODY BOOK BRAIN / THE BODY BOOK BONE / THE BODY BOOK HANDS / THE BODY BOOK EYES / THE BODY BOOK
<small>Promising concepts selected by the Resident Curators and Staff that we want to explore further.</small>	<small>Projects that we're actively developing towards an identified final format.</small>	<small>Projects in production, with a distribution outlet, funding, and a timeline.</small>

Fonte: hitRECORD, 2017.

Os desafios podem ser encontrados no site sem fazerem parte de um projeto. Na figura 28 vemos o desafio dentro da página do projeto, em verde. Para lançar um desafio é necessário ter um vídeo explicando sobre o que ele é e também dizer qual o seu nível de dificuldade (fácil, médio, difícil). Novamente há um destaque no topo da página para o desafio que conta com um vídeo, sendo que este deixa de ter uma posição de tanto destaque, mas ainda assim é um meio de comunicação superior ao texto. Assim, o desafio aqui mostrado conta com um vídeo, um título, o grau de dificuldade e também sobre o que ele é, qual categoria (edição, animação, filmagem, fotografia, poesia, entre outros). Tanto o projeto quanto o desafio podem ser lançados no site ao clicar no botão vermelho.

Além disso, todos os projetos em que a empresa hitRECORD e seus funcionários estão trabalhando no momento se encontram na tabela de desenvolvimento de projetos na página principal, como podemos ver na Figura 29. Nós já abordamos essa tabela enquanto falávamos sobre a moldura TV, mas ela também moldura o artista, pois ela serve como um grande guia do que está acontecendo no site. A tabela foi criada para servir como um encarte do que está sendo produzido e ajudar a encontrar novas ideias e arquivos no site – e quais poderão ter financiamento.

Logo abaixo do título *Project Development Slate* se encontra a seguinte afirmação: acompanhe todos os projetos que a HITRECORD está focada no momento, acompanhe onde eles se encontram em seu processo criativo e ache formas de estar envolvido⁸⁹. Nesse sentido, vemos no topo da tabela o seu nome com a seguinte descrição: se atualize em todos os projetos que a hitRECORD está focada atualmente, veja onde eles estão no processo criativo, e encontre maneiras de se envolver⁹⁰. Há um enfoque, na sua posição de destaque na página principal, de fazer com que os artistas colaborem nesses projetos, sem ir buscar outros sem o envolvimento da empresa.

Essa tabela está dividida em três eixos: desenvolvimento conceitual; desenvolvimento avançado; projetos financiados. Cada categoria congrega todos os projetos que se encontram nessas fases de produção. Também nos é apresentado o que significa cada categoria logo abaixo de cada eixo.

A primeira coluna comporta as ideias que a empresa considera promissoras, são as ideias que provavelmente poderiam se tornarem em produções remuneradas. Ela ainda comporta os

⁸⁹ “Keep up with all the projects HITRECORD is currently focused on, follow where they are in the creative process, and find ways to get involved”. Disponível em: <<https://www.hitrecord.org/>>. Acesso em: 02 nov. 2016.

⁹⁰ Original: Keep up with all the projects HITRECORD is currently focused on, follow where they are in the creative process, and find ways to get involved.

projetos regulares, esses são aqueles que são fixos na empresa e demandam um fluxo de produção constante. É interessante notar que na hitRECORD qualquer membro pode lançar um projeto, mas existem projetos que são idealizados pela hitRECORD, mas quem comanda não são os funcionários e sim os curadores. Vários desses projetos são comandados por curadores. Curadores de conteúdo são aqueles membros escolhidos pelos funcionários da hitRECORD para ajudarem na demanda da produção. Ou seja, a ajudarem na criação de desafios, projetos, produções e cuidar os seus prazos e necessidades. Eles também indicam os arquivos que consideram mais interessantes e que podem ser transformados em algo maior.

São sete projetos: *Play Along*, *The Lens Project*, *Weekly Writing Challenge*, *Character Collab*, *Tiny Tunes Project*, *The Cutting Room* e *The Crate Challenge*. Esses sete projetos são comandados por curadores. Por exemplo, *Tiny Tunes Project*, *The Crate Challenge*, *Character Collab* e *The Cutting Room* são regidos por curadores do site, os outros são comandados por membros da comunidade que são convidados, pela equipe da hitRECORD, a atuarem como líderes dos projetos pelo período do desafio semanal ou bissemanal.

A moldura projeto regulares traz para a hitRECORD o sentido de rotina, considerando que sempre existe alguma coisa a ser feita. Os projetos regulares conseguem fazer que a empresa mantenha um fluxo produtivo de criação sempre em funcionamento. Uma empresa sempre possui tarefas que necessitam ser lidas diariamente.

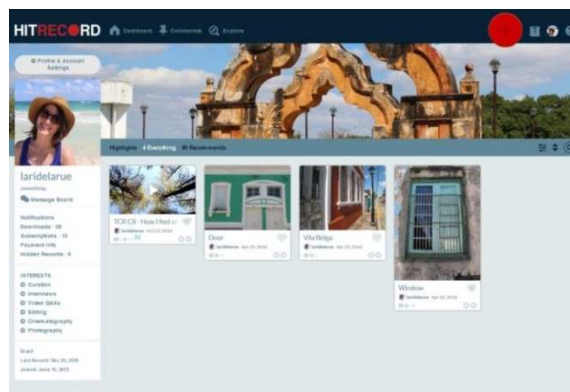
Logo abaixo dos projetos regulares, se encontram os projetos em fase de criação de conceito que podem ou não evoluir para desenvolvimento avançado. Esses projetos podem entrar e sair da tabela, caso não consigam endosso de participação da comunidade (e também aprovação de Joe) para continuar sendo produzidos. Novamente, quem decide quais ficam e quais saem é a equipe da hitRECORD, provavelmente supervisionados por Joe. Vemos como ele sempre se encontra no centro de tudo.

Na segunda coluna se encontram os projetos que fazem parte da moldura desenvolvimento avançado, são todos aqueles que têm um conceito e objetivo mais definidos, que estão em “vias de”. São como projetos que já passaram por uma banca e foram aprovados para seguir em diante. Esses projetos ainda não são produções, mas se encontram com mais corpo, possuem vários desafios completos e buscam por maneiras de conseguirem se tornarem vendáveis. Isto é, nessa parte da tabela se encontram todos os projetos que tem a pretensão e capacidade de se tornarem produções financiadas, ou pela hitRECORD ou por terceiros.

A ultima coluna, dos projetos financiados, conta com todas as produções da hitRECORD do momento. Essa moldura comporta as produções que se encontram com um propósito sólido e com recursos para atingi-los. As produções contam com um canal de distribuição, recursos e

um prazo específico. Por exemplo, o *The Encyclopydia of Lydia* tem como prazo de distribuição o início do ano de 2017, seus desafios se encontram completos, por isso poderá ser retirada da tabela para que os membros da comunidade não achem que ela ainda se encontra em aberto.

Figura 30 – Perfil



Fonte: hitRECORD, 2017.

Figura 31 – Perfil no Facebook



Fonte: Facebook, 2016.

Nesse sentido na Figura 30, em outro lugar do site, na página de perfil dos artistas vemos o audiovisual colaborativo na hitRECORD. Encontramos daí uma capa para o perfil. Invadindo o espaço da capa se encontra outra moldura que é o avatar do usuário, em que abaixo se encontra o nome, os botões, que são de caixa de mensagens, notificações, *download*, inscrições, informações de pagamento, arquivos escondidos. Mais abaixo, separados por um linha divisória, se encontram os conteúdos da hitRECORD marcados como interesses, por exemplo: curadoria, entrevistas, edição, fotografia (os talentos). Por fim, separado por outra linha divisória, se encontra o país de origem, quando seu último arquivo foi postado e quando ele de cadastrou no site. O avatar e a capa ganham uma posição de destaque, o que vai contra a ideia

que no site a proposta é expor os seus trabalhos, considerando que eles aparecem em tamanho menor e mais abaixo. Podemos ver que a data de postagem dos arquivos ajuda ao artista a não se tornar “esquecido” na comunidade, pois quanto menos ele colaborar, menor serão as suas chances de ser escolhido em produções.

Apesar da empresa não se classificar como uma rede social, o fato de ter uma página de perfil para o usuário já lhe confere sentido de redes sociais, ou seja, pessoas entrando em contato através da internet com um propósito em comum. Existe um perfil uma foto do usuário, seu nome, de onde ele é, quais seus interesses e quem ele segue. Por exemplo, na Figura 31 que é a página de perfil na rede social Facebook, vemos uma barra de navegação, uma imagem de capa sendo invadida pelo avatar do usuário, o nome e dados pessoais sobre localidade e interesses. É interessante notar que, apesar da hitRECORD não se apresentar como uma rede social, ela segue o molde de página de perfil da maior rede social que existe atualmente.

Os artistas tem que saber colaborar entre si, com Joe, com os funcionários e também, talvez acima de tudo, com os softwares de edição e a própria forma como a interface opera. Eles são molduras e também são moldurados pela televisão, cinema, Joe, comunidade e remix. Eles precisam entender o funcionamento dos projetos, desafios e da própria tabela de desenvolvimento para se manter em fluxo. Necessitam saber se entender com a colaboração entre artista e software para conseguir existir dentro da comunidade e dentro da própria interface que os torna obsoletos se eles não se pronunciarem seguidamente.

Passamos até aqui por grande parte do nosso contato (e contágio) com as interfaces da hitRECORD, não pudemos trazer o site em seu fluxo natural, nem teríamos como. Sabemos que isso faz com que às vezes se torne mais complicado de ver o fluxo através das dissecações que realizamos nesse trajeto. Trouxemos também os pontos mais brilhantes para nossa pesquisa, isso não significa que não existem outros pontos, talvez, igualmente, importantes, mas que aqui não tiveram espaço. Por isso, agora iremos apresentar nossas imagens dialéticas que construímos a partir das molduras, *ethicidades* e imaginários aqui presentes.

5 IMAGENS DIALÉTICAS DO AUDIOVISUAL COLABORATIVO: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Até aqui apresentamos como consideramos o colaborativo como uma audiovisualidade e também onde a hitRECORD constrói em seu site *ethicidades* e molduras que dão a ver esse

audiovisual colaborativo. Numa nova *flanêurie* que olha para as molduras destacadas tentamos perceber o desenho que elas formam do colaborativo, ou seja, a imagem dialética que o mostra como tenso, contraditório e como algo a dizer sobre o audiovisual, sobre a web e sobre a construção do audiovisual colaborativo na hitRECORD.

Consideramos que o audiovisual colaborativo passa aqui por molduras específicas como Joe como construto e o modelo de líder das empresas ponto.com; pela remixabilidade como colaboração entre imagens (entendendo imagens audiovisuais nas mais diversas formas: vídeo, som, desenho, texto, etc); pela comunidade como colaboração entre usuários; pelos artistas como colaboração entre usuários, softwares e imagens e pelo lucro como colaboração entre a empresa, mercado (inclusive outras mídias como mercado) e usuários. Entretanto cada uma dessas estrelas da constelação do audiovisual colaborativo na hitRECORD é uma heterocronia e uma heterotropia (o que caracteriza as constelações, conforme já abordamos no capítulo metodológico) que faz da interface e da web o espaço por excelência de uma colaboração de todos estes elementos embora essa colaboração esteja moldurada das mais diversas hierarquias e sentidos.

A *ethicidade* “Joe” é moldurada com sentidos que vem do cinema e da televisão, de seus anos de Hollywood e de suas apresentações televisivas atualizadas na maior parte dos vídeos na plataforma. Contudo, também a este construto se sobrepõem sentidos reciclados dos imaginários de líderes de empresas ponto.com. Mistura de criativo, empresário bem sucedido, ousado e benfeitor que busca trazer um espaço diferente para aqueles cidadãos “comuns” que tem talentos e não tem um espaço na indústria hollywoodiana. Nesse sentido, quando a hitRECORD se enuncia como espaço alternativo a Hollywood, não seria por questionar este espaço com outras lógicas, o sentido do construto “alternativo” nos confins da hitRECORD parece ser moldurado pelos mesmos sentidos: um espaço para quem não tem espaço lá. Ao mesmo tempo, a *ethicidade* Joe moldura o audiovisual colaborativo com sentidos que diluem fronteiras entre trabalho e lazer no audiovisual e leva esses sentidos a toda a plataforma. Em torno de sua própria figura (junto com os curadores e outras molduras) é que produções audiovisuais ganham o status comercial e outras ficam como produção de conteúdo por parte do usuário (como tantas redes sociais e como a web em geral, embora a hitRECORD faça questão de se distinguir desses espaços). Joe é quem abre a porta do site com seus vídeos e explicações e quem envia os cheques, é a última palavra na toma de decisões e quem ao mesmo tempo aparece nos vídeos tocando bateria, filmando e dirigindo, pelo menos é assim que é construído no design de interface da hitRECORD. Dificilmente Joseph Gordon-Levitt participe de todos estes processos, entretanto Joe é construído como *poder referente*, conforme já comentado,

como se todos os níveis do colaborativo do site estivessem sendo significados por ele, ao mesmo tempo em que todas as *ethicidades* mais sólidas da hitRECORD molduram a *ethicidade* Joe.

Retomando, outra grande moldura do audiovisual colaborativo da hitRECORD é a comunidade. O “juntos” é uma moldura importante, atravessada por certo imaginário de harmonia e ausência de conflito. A estética que predomina o site e os imaginários convocados na *persona* do Joe uma estética de “capitalismo fofo” contribui para esse ideal de comunidade. Entretanto aqui a comunidade (mediada pelo diretor) é uma comunidade que trabalha e se diverte. Os sentidos de liberdade familiaridade que Bauman (2003) atribuía à comunidade parecem ser substituídos aqui pelo fluxo da interface. É a interface que de alguma forma coloca os usuários em seus *dashboard*⁹¹, lhe dá recomendações de outros membros do site, filtra materiais a partir de alguns critérios e associa materiais a partir de outros critérios, ou melhor, algoritmos. Colaborar em comunidade, colaborar em desafios, projetos ou arquivos são resultado da ação de softwares. A hitRECORD é uma comunidade programada para compartilhar (fazer *upload* mais do que *download*). O sentido principal da comunidade no audiovisual colaborativo da plataforma não está no valor de exibição do vídeo. O audiovisual é moldurado para ter nele uma troca entre usuários. Essa questão nos leva ao remix e a remixabilidade.

O remix e a remixabilidade como uma colaboração entre imagens coloca em funcionamento diferentes aspectos da produtora. Se por um lado as imagens são levadas muitas vezes ao extremo de sua remixabilidade: textos animados, ilustrações animadas, e efeitos de colorização sobre as gravações, o remix consegue se manter em padrões estéticos definidos e não leva a mesma saturação suas texturas e formas contendo um certo padrão comum da produtora.

O remix moldura ressignifica também os usuários: ser hitRECORD é estar disposto a fazer alguma coisa nas imagens dos outros e deixar fazer alguma coisa pelos outros nas nossas imagens, textos, desenhos. Essa moldura movimenta Joe, os artistas, a comunidade, o lucro, a própria interface e tudo através das técnicas, das imagens, dos softwares que precisa para existir. Além disso, os artistas precisam entender os softwares para conseguir ajudar fazer funcionar o audiovisual colaborativo na hitRECORD, sem esse conhecimento a hitRECORD não teria o seu banco de materiais para poder criar conteúdo colaborativo.

Ou seja, chegamos ao entendimento de que as principais molduras e *ethicidades* que dão sentidos ao audiovisual colaborativo, que se tensionam e se reforçam, na hitRECORD são: TV e

⁹¹ O *dashboard* é a página em que o usuário pode encontrar os arquivos que lhe são recomendados, mas também pode ver, de forma mais extensa, quais projetos e desafios estão sendo realizados no momento.

cinema; Joseph Gordon-Levitt a Joe; empresas ponto.com e o sentidos *éticos* de lucro; a comunidade; a remixabilidade; os artistas.

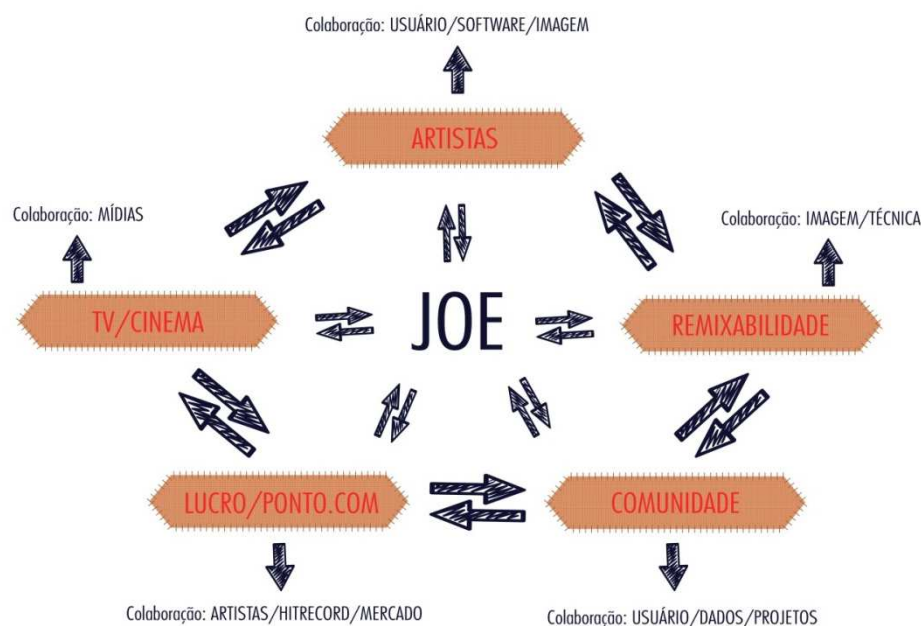
Devido a isso, através do esquema da Figura 32 buscamos deixar, visualmente, a forma como entendemos como a *eticidade/moldura* Joe se encontra em relação às outras *eticidades/molduras* do audiovisual colaborativo. Acreditamos que ela que operacionaliza tudo e é operacionalizada por tudo que acontece na hitRECORD e assim vai construindo o audiovisual colaborativo. Joe é uma moldura central porque, como mostra o esquema, os sentidos a ele atribuídos nessa construção do audiovisual colaborativo na hitRECORD molduram e são moldurados por todas as outras *eticidades*. Porém, não entendemos que essa é uma moldura central por grau de importância em relação às outras.

Consideramos que a *eticidade/moldura* TV/cinema pode ser vista como uma colaboração entre mídias, tendo em vista que ela opera com molduras do cinema e da TV através de um audiovisual mais “clássico” e trás sentidos mesclados dele para o audiovisual da hitRECORD. A próxima, lucro/ponto.com é pensada aqui como uma colaboração entre os artistas, a própria hitRECORD e o mercado em que ela se insere, como ela coloca em contato as produções e os próprios artistas com o mercado de produção de TV, publicitário, entre outros.

Ainda, a *eticidade/moldura* comunidade seria uma colaboração entre usuários, dados e projetos. Utilizamos o termo dados porque consideramos que a hitRECORD e seu site funcionam como um grande “banco de dados” (usando o termo em seu sentido leigo) em que os usuários estão constantemente postando arquivos e se relacionando com projetos (projetos, desafios, produções) e com as pessoas neles. Já a *eticidade/moldura* remixabilidade é uma colaboração entre imagens e técnicas, tendo em vista que a hitRECORD desenvolve uma estética própria através do uso do remix em suas criações, mas ela opera através das imagens postadas e da própria colaboração entre técnicas para criar conteúdo diariamente.

Por fim, a *eticidade/moldura* artista é uma colaboração entre usuários, softwares e imagens. Isto é, colaboração entre as pessoas dentro do site da hitRECORD, colaboração também com o próprio site e os softwares que ele precisa para existir, também com os softwares que elas usam para criar e editar arquivos e para postar no site, bem como uma colaboração com as imagens que criam e que postam como comunidade.

Figura 32 – *Eticidades/Molduras* do Audiovisual Colaborativo



Fonte: Elaborado pela Autora.

Dessa forma, as molduras se atualizam e criam uma constelação de imagens dialéticas que nos levam a dizer que o audiovisual colaborativo da hitRECORD se constrói em quatro constelações: software, interface, produtor de conteúdo (dados) e audiovisual. Chegamos à conclusão de que o software é a grande “cola invisível”, através de Manovich (2013), que une tudo e todos. Ou seja, ele une todas as páginas, permite o usuário logar no site, produzir, interagir e visualizar outros trabalhos e a página inicial, navegar entre as páginas do site, entre outros. Já a interface é uma imagem dialética do audiovisual colaborativo por ser a “cola visível” do software, suas dinâmicas e suas imagens. Isto é, a interface é como a visibilidade de todas essas ações. Tudo o que vemos mostrando aqui e que vimos na hitRECORD acontece através do software e da interface.

Mais adiante vemos a o produtor de conteúdo (dados) também é uma imagem dialética do audiovisual colaborativo na hitRECORD. Sendo assim, o vemos como a ação moldurada pela interface e o software, e a participação do usuário sendo ele como um produtor de dados (vídeos, textos, desenhos, etc) seu sentido identitário mais determinante. O produtor de conteúdo é quem faz os projetos, quem posta um arquivo, quem faz um comentário no site que pode ou não ter visualizado por outros. Ou seja, nem tudo que é postado será visto por outros.

No fim nos perguntamos, o que é o audiovisual para a hitRECORD?, justamente enxergamos que essas três (software, interface, produção de conteúdo) são a dinâmica central que constitui o audiovisual no site na sua relação dinâmica e simultânea. Apesar de ser o vídeo o que enunciativamente ocupa o centro das interfaces, o audiovisual propriamente dito na

hitRECORD se constrói na relação dinâmica, tensa e tecnocultural de software, dados e interface. A imagem dialética audiovisual tem como moldura mais significativa o botão vermelho e o termo “REC”, vemos essa moldura como uma das mais expressivas da relação dinâmica entre essas constelações que constituiriam um constante “estamos gravando”. Ou seja, o *are we recording* de Joe.

Na interface, a centralidade do vídeo como o elemento de comunicação é o mais forte na plataforma. Encontramos *players* espalhados por todas as interfaces, mostrando a forma como a plataforma opera entre artistas, comunidade, Joe e os softwares que a atravessam. Mostrando também como a presença do vídeo que não precisa de *play* para funcionar pode gerar certo embate entre nosso olhar que está acostumado a ver elementos fixos em algumas telas da internet com a fluxo ininterrupto da hitRECORD. Contudo, na plataforma como um todo, o vídeo é mais um dado, um território atravessado por software, interface e produção de conteúdo visando à comercialização desse território que sobreviveu a tantos outros não visíveis no site.

Estas questões dizem respeito à natureza do audiovisual colaborativo na hitRECORD, mas também dizem respeito ao meio, à internet e particularmente à web, onde a hitRECORD se atualiza. O atravessamento das molduras, *ethicidades* e imaginários irrompe nas imagens dialéticas pela sua capacidade de gerar tensões e contradições que foram precisos esses dois anos para conseguir perceber e articular em nossa pesquisa. A preponderância da interface se dá pelo concatenamento de ações que são ali operadas: tela inicial, criar um cadastro, ver os vídeos, dar *play*, ver os projetos e produções, colaborar, participar, *download* e *upload*. Nesse sentido, a interface congrega algumas ações básicas aos usuários, como, por exemplo: barra de busca, página inicial, perfil, botão vermelho. Ela, através da operação de softwares dentro e fora do site (navegadores e programas de edição, por exemplo), trás diferentes tempos da internet e de audiovisual clássico como televisão e cinema (até mesmo o teatro). Chegamos à noção de que Joe, os artistas, a comunidade e o remix, tudo ocorre dentro da interface e é operado através de softwares. Resultando também no produtor de conteúdo e na construção do audiovisual.

Assim, o trabalho chegou a um fim em termos de prazos. A hitRECORD segue mudando, o seu audiovisual colaborativo segue mudando. Porém, nosso acompanhamento termina aqui. Mesmo que o objeto siga se modificando, o que aconteceu mesmo durante nosso processo em conjunto, nosso olhar precisou de uma delimitação temporal para poder executar sua função.

Durante o processo da pesquisa pudemos ir descobrindo novas formas de entender e aceitar o objeto, o que pode ter resultado em alguns tropeços ao longo do texto que, seguramente

ficaram visíveis ao leitor. Algumas considerações sobre o objeto empírico ainda ocorrem, mesmo com o fechamento deste texto. Por isso concluir se torna mais complexo, apesar da pesquisa precisar terminar, nosso pensamento segue em funcionamento para continuar a entender o que audiovisual colaborativo da hitRECORD nas suas imagens dialéticas.

A escolha pela hitRECORD, uma comunidade online que se enuncia (no sentido de atribuir significação) como uma produtora aberta e colaborativa permitiu entender algumas questões que levam a uma visão crítica do audiovisual colaborativo e da web colaborativa como construto e como estágio atual da técnica.

Devido a isso, a primeira parte da dissertação foi voltada a uma exploração do universo em que estávamos nos inserindo. Buscamos apresentar ao leitor o universo da colaboração no cenário acadêmico de uma forma mais coesa e organizada apontando como a perspectiva de alguns autores contribui para descrever o cenário atual, mas também foi preciso outros autores que pensem ecologicamente, isto é na dinâmica tecnocultural o estágio atual da técnica.

Nosso olhar de *flâneur* aconteceu também sobre essas teorias que no início nos pareciam todas produtivas e, na medida em que avançou nossa escolha teórico-metodológica, começamos a perceber que algumas teorias eram mais produtivas que outras a este trabalho. Desde 2014 até hoje nosso olhar não se fixa por muito tempo no mesmo lugar, é um olhar é movente. Por isso a organização da pesquisa se deu em níveis, em camadas que buscassem funcionar separadamente, mas em conjunto. Cada capítulo buscou ser ao leitor como um ponto de parada, no qual existe todo um universo a ser explorado e que, após isso, o leitor conseguisse enxergar melhor a pesquisa como um todo e acompanhar nosso caminhar entre as interfaces do audiovisual colaborativo da hitRECORD. Como se a *pesquisa* se comportasse como o final de todas as paradas que realizamos em nossa *flanêurie*, tanto a análise quanto o quadro teórico.

Por isso que decidimos realizar um capítulo somente para a metodologia. O Capítulo 2 *Apontamentos Metodológicos* foi preciso para que nós pudéssemos passar ao leitor, de forma mais coordenada e detalhada, a forma como o percurso foi feito. Isto é, a metodologia não serve somente para a dissecação ou pra a análise em si, mas ela serviu para concretizar a forma como nós olhávamos para o objeto e tudo que o circundava.

No Capítulo 3, *O Colaborativo como expressão da Tecnocultura Audiovisual*, realizamos uma trajetória por diferentes autores e exemplos de onde víamos o colaborativo. Esse mapeamento do cenário acadêmico sobre o termo e seus pares ajudou a entender melhor o universo em que a nossa pesquisa se inseria e como poderíamos entender melhor nosso próprio objeto. Isto é, como, a partir de outros exemplos, podíamos enxergar melhor o que a hitRECORD apresentava como colaborativo e como nós passaria a compreender esse

colaborativo. E principalmente, esse capítulo nos levou a clarear a visão do tempo: um tempo arqueológico sobre as mídias que engendram um ambiente e são engendrados por esse ambiente. Esse capítulo também nos levou a ver que o colaborativo se atualiza em todo e qualquer audiovisual e tem sempre um resto em devir que ainda não se atualizou e pode vir a se atualizar de formas impensadas. O colaborativo é uma audiovisualidade.

No Capítulo 4 *Sentidos de Colaborativo na hitRECORD* entramos mais propriamente na hitRECORD e em suas materialidades. Foi um caminho longo e difícil. Muito pouco desse caminho, das pesquisas exploratórias, das descrições sem fim de cada interface, ficou na última versão deste texto. Mas ele está presente no amadurecimento do processo que nos permitiu construir as imagens dialéticas do audiovisual colaborativo na hitRECORD.

Nesse capítulo pudemos dissecar as imagens, enxergar as *ethicidades* e molduras que ela apresenta em suas interfaces. Foi um longo processo de idas e vindas ao redor do site e dos fluxos que ele possui. No fim, sendo o capítulo mais longo dessa pesquisa, ele representa como o processo foi demorado. Talvez tenha sido o capítulo mais lento de ser construído. Ele exigiu que retornássemos a interface da hitRECORD seguidamente, sempre tentando ver elementos diferentes que estavam ali não por acaso e sim dando significado. Por último, foi esse capítulo que nos ajudou a adquirir um senso crítico próprio do pesquisador e sair – com esforço – da ingenuidade do lugar comum que recebe os sentidos como eles querem ser. Não teríamos como ter construído as imagens dialéticas em nossa observação da hitRECORD sem os capítulos anteriores. Esse capítulo contém todas as etapas anteriores.

Essa pesquisa conseguiu ser finalizada, mesmo que sempre fiquem algumas questões em aberto, as quais não teríamos como responder especificamente através de nosso olhar e do tempo que tínhamos. Entender e enxergar a atualização do audiovisual colaborativo na hitRECORD e suas imagens dialéticas se tornou nossa proposta ao longo dos dois anos. Sabemos também que esta pesquisa poderia continuar por muito tempo levando em conta todos os interstícios, as molduras, as *ethicidades* e imaginários da hitRECORD que não tivemos tempo de abordar aqui. Uma das contribuições desta pesquisa, acreditamos, que sejam as imagens dialéticas da hitRECORD como um modo de desabituar todas as formas em que o site e o audiovisual colaborativo em geral nos levam a perceber. Além disso, também percebemos a construção de uma pesquisa sobre o colaborativo através de um olhar próprio e tecnocultural como uma forma de construir esse conceito através dessa forma desse entendimento da relação entre cultura, vida social e tecnologia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. Campinas: Papyrus, 1993

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. **Amor Líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BEIGUELMAN, Giselle. **Entre cinemas lascado, tecnofagias e outras alternativas ao “capitalismo fofo”**. Entrevista concedida ao site do TCAV em 2011. Disponível em: <<http://tecnoculturaaudiovisual.com.br/?p=454>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas II**: Rua de Mão Única. São Paulo: Brasiliense, 1987.

_____. **Obras Escolhidas III**: Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo. São Paulo: Brasiliense, 1989.

_____. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

BERGSON, Henri. **A evolução criadora**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

CADÉ, Charles Henrique Brito. **Documentário colaborativo: modos de produção no ciberespaço**. 2014. 141f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014.

CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica**. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

_____. **A comunicação entre corpos e metrópoles**. Revista Signos do Consumo, São Paulo, v.1, n.1, 2009. P 8-20.

CARDOSO, Reizel Martins. **Webvisualidades Televisivas: a remixabilidade profunda em HITRECORD ON TV**. 2016. 124f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2016.

CHUN, WENDY. **Always already there, or software as memory**. In: Programmed Visions. MIT Press, 2011.

CHUN, Wendy Hui Kyong. **On software, or the persistence of visual knowledge**. In: grey room, n. 18, p. 26-51, 2005.

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

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

ERKKI, Huhtamo; PARIKKA, Jussi (Orgs). **Media archaeology: approaches, applications and implications**. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press, 2011.

FISCHER, Gustavo. Do audiovisual confinado às audiovisualidades soterradas em interfaces enunciativas de memória. In: Kilpp, Suzana (Org). **Tecnocultura Audiovisual: temas, metodologias e questões de pesquisa**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

FLUSSER, Villém. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo: Relume Dumará, 2002.

GALLOWAY, Alexander. **The interface effect**. Cambridge: Polity Press, 2012.

HITRECORD. **Comments**. Los Angeles. 2016. (58 s). Disponível em: <<https://www.hitrecord.org/help/Comments>>. Acesso em: 09 jan. 2017.

ISAACSON, Walter. **Steve Jobs**. New York: Simon & Schuster, 2011.

JENKINS, Henry. **Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture**. New York: New York University Press, 2006.

_____. FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

KILPP, Suzana. **Ethical Televisives**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

_____. **Audiovisualidades do voyeurismo televisivo:** apontamentos sobre a televisão. Porto Alegre: Zouk, 2008.

_____. **A traição das imagens.** Porto Alegre: Entremeios, 2010.

_____. Interfaces contemporâneas da TV: paradigmas durante em telas de dispositivos móveis. In: Kilpp, Suzana (Org). **Tecnocultura Audiovisual:** temas, metodologias e questões de pesquisa. Porto Alegre, Sulina, 2015.

LESSIG, Lawrence. **Cultura Livre:** Como A Grande Mídia Usa a Tecnologia e a Lei Para Bloquear a Cultura e Controlar a Criatividade. São Paulo: Trama, 2005. Porto Alegre: Entremeios, 2010.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva:** por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1994.

LOPES, Tiago Ricciardi Correa. **Aura e Vestígios do audiovisual em experiências estéticas com mídias locativas:** performances algorítmicas do corpo no espaço urbano. 2014. 235f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2014.

LUNENBERG, Fred. Power and Leadership: An Influence Process. 2012. Disponível em: <<http://www.nationalforum.com/Electronic%20Journal%20Volumes/Lunenborg,%20Fred%20C%20Power%20and%20Leadership-An%20Influence%20Process%20IJMBA%20V15%20N1%202012.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

MACHADO, Irene. Tudo o que você queria saber sobre as novas mídias mas não teria coragem de perguntar a Dziga Vertov. 2002. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1271>>. Acesso em: 02 mai. 2016.

_____. Ah, se não fosse McLuhan!.. In: [S.l: s.n.], 2009.

MANOVICH, Lev. Cinema as cultural interface. 1997. Disponível em: <<http://manovich.net/index.php/projects/cinema-as-a-cultural-interface>>. Acesso em: 02 mai. 2016.

_____. Avant-garde as Software. 1999. Disponível em: <<http://manovich.net/index.php/projects/avant-garde-as-software>>. Acesso em: 09 dez. 2016.

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

_____. Models of Authorship in New Media. 2002. Disponível em: <<http://manovich.net/index.php/projects/models-of-authorship-in-new-media>>. Acesso em: 09 dez. 2016.

_____. After Effects, or Velvet Revolution Part I. 2006. Disponível em: <<http://manovich.net/index.php/projects/after-effects-part-1>>. Acesso em: 08 fev. 2017.

_____. What Comes After Remix?. 2007a. Disponível em: <<http://manovich.net/index.php/projects/what-comes-after-remix>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

_____. Information as an Aesthetic Event. 2007b. Disponível em: <<http://manovich.net/index.php/projects/information-as-an-aesthetic-event>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

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

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix Ltda, 2007.

MONTAÑO, Sonia. **Plataformas de vídeo**: apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade. 2012. 174 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2012.

OTTE; Georg; VOLPE, Miriam Lídia. **Um olhar constelar sobre o pensamento de Walter Benjamin**. Florianópolis: Fragmentos, No. 18, jan-junh. 2000.

OTTE, Georg. Resenha: BENJAMIN, Walter. Passagens de Walter Benjamin. TIEDEMANN, Rolf; BOLLE, Willi; MATOS, Olgária Chaim Feres (Org.). Trad. Irene Aron e Cleonice P. B. Mourão. **Revista do Centro de Estudos Portugueses**, Belo Horizonte, v. 27, n. 37, p. 223-226, 2007.

O'REILLY, Tim. O que é web 2.0? Padrões de design de modelos de negócios para a nova geração *software*. 2005. Disponível em: <<https://pressdelete.files.wordpress.com/2006/12/o-que-e-web-20.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2015.

PRAZERES, Selma Miranda dos. **Telejornalismo na TVD**: interatividade e mudanças na rotina da redação. 2014. 98f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista. Bauru, 2014.

SENNETT, Richard. **Juntos**: os rituais, os prazeres, e a política da cooperação. Rio de Janeiro: Record, 2012.

SHAW, D. B. **Introduction: Technology And Social Realities**. In: Technoculture: The Key Concepts. Oxford: Bloomsbury Academic, 2008

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo**: o poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

TIEDMANN, Rolf. Introdução. IN: BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

APÊNDICE

Sabendo que existem muitas aplicações para o conceito de colaborativo, aqui busquei focar nos estudos desse conceito especificamente da hitRECORD. Devido a isso, um dos primeiros passos para me acerrar do cenário em que esses estudos estavam sendo realizados foi a prática intitulada de pesquisa da pesquisa. Sendo como um levantamento de dados realizado a partir de palavras-chave.

Então, primeiramente apresento as pesquisas realizadas sobre a hitRECORD e as suas especificidades. Para após aprofundar o exercício focado nos trabalhos voltados ao conteúdo colaborativo, que demonstram o cenário atual comunicacional. Decidi também, tendo em vista

que se trata de uma empresa estadunidense, pesquisar textos estrangeiros sobre ela, para poder ver como é vista em outras publicações.

Apesar de não encontrar muitos resultados específicos sobre a hitRECORD, os poucos estudos existentes sobre ela ajudam a entender melhor como é percebida em outros âmbitos e com outros vieses de observação. Ainda, aqui estão expostos apenas os resultados encontrados em buscas na área da comunicação. Apesar de ter encontrado e lido trabalhos do campo da educação e das letras nos resultados da pesquisa da pesquisa, entendi que o enfoque na comunicação era mais proveitoso aqui.

As pesquisas encontradas são, em sua maioria, de mestrado. Com isso, posso entender que talvez o conjunto de conceitos que me utilizo esteja se inserindo no cenário da comunicação mais recentemente e vagorosamente. Desse modo, o movimento se deu no Banco de Teses e Dissertações da CAPES⁹² e no Google Acadêmico⁹³. Os termos usados para a pesquisa foram: colaborativo, remix, tecnocultura, audiovisual colaborativo e hitRECORD. Parti do termo hitRECORD, tanto dissertações, teses e artigos, para em um segundo momento procurar por teses e dissertações com os termos escolhidos; por fim, encontrar os artigos com o conjunto de conceitos apresentado anteriormente.

Infelizmente, a partir do termo hitRECORD não encontrei nenhuma dissertação ou tese. Somente no Google Acadêmico pude encontrar artigos que tinham a hitRECORD como objeto ou parte do estudo. Para encontrar pesquisas relacionadas à hitRECORD se faz interessante cuidar para não separar o termo *hit e record*, se não as pesquisas resultantes são de obtenção de metas, tendo em vista que escritos dessa maneira os termos significam “atingir recordes”.

O primeiro trabalho encontrado é o texto *Are we RECORDing? A case study of hitRECORD.org, an open, online, collaborative production company*⁹⁴, de Katelyn Attanasio que realiza uma análise da estrutura e do histórico da empresa, como ela funciona, como ela se desenvolveu durante o seu período de criação, 2005, até 2012 – ano de publicação da pesquisa. Seu estudo de caso foca na maneira como a empresa lidou com as violações de direitos autorais e as medidas que ela tomou em 2012 para resolver esses problemas de propriedade intelectual. A autora, ao se referir a empresa, afirma que eles apontam que não podem postar em seu site ou utilizar materiais que não tem direitos autorais garantidos, uma vez que ela pode sofrer com processos legais a respeito disso. Até 2012, apesar de existirem no site informações sobre os

⁹² Disponível em: <<http://bancodeteses.capes.gov.br/>>. Acesso em: 11 mai. 2016.

⁹³ Disponível em: <<https://scholar.google.com.br/>>. Acesso em: 11 mai. 2016.

⁹⁴ Disponível em: <https://www.academia.edu/13898033/_Are_we_RECORDing_A_case_study_of_hitRECORD.org_an_open_online_collaborative_production_company>. Acesso em: 11 mai. 2016.

direitos autorais, o link específico sobre isso não estava funcionando, fazendo com que os usuários tivessem que entrar em contato via e-mail para obter mais informações.

Ela aponta que a empresa conseguiu controlar parcialmente que os arquivos postados e remixados no site fossem devidamente creditados, quando contratou o funcionário Matt Conley, que possui o cargo de diretor da comunidade. Contudo, ela afirma que a hitRECORD ainda não tinha conseguido controlar totalmente a violação de direitos autorais, por isso ela dependeu e depende massivamente dos membros da comunidade para cuidar que os créditos de propriedade intelectual sejam respeitados. No seu artigo, ela apresenta dois cenários que ocorreram na hitRECORD antes de 2012 e antes da contratação de Matt Conley: um em que o usuário postou arquivos sem os direitos autorais, mas foi descoberto por algum membro da comunidade e os materiais não foram utilizados em produções que visavam lucro; outra em que o usuário postou um material sem os direitos autorais, não foi descoberto e o arquivo foi utilizado em uma produção monetizada. Ela conclui oferecendo três sugestões de como a questão dos direitos autorais deveria ser tratado no site: revisão dos membros da comunidade, um seguro para erros e omissões de pagamentos; um software de detecção de direitos autorais.

O artigo *Emergent Remix Culture in an Anonymous Collaborative Art System*⁹⁵ de Kathleen Tuite e Adam Smith da Universidade de Washington e da Universidade da Califórnia (EUA), se debruça sobre os sistemas de crowdsourcing⁹⁶ que permitem que os indivíduos participantes sejam de fato atingidos pelas ideias artísticas e criativas de outros. O princípio de seu trabalho é descrever modelos de criatividade colaborativa e demonstrar uma gama de atividades que se baseiam no remix.

Os autores se utilizam da hitRECORD para demonstrar uma maneira pela qual o remix e o *crowdsourcing* podem ser utilizados. Para eles, a hitRECORD e o Scratch – site para crianças que desejam aprender a editar e compor vídeos – possuem um ambiente que permite que diferentes pessoas trabalhem juntas em projetos criativos. Após apresentar empresas que busquem trabalhar de forma colaborativa, eles apresentam o aplicativo de desenho colaborativo Sketch-a-bit. Eles também analisam como se dá o processo de criação conjunta dos desenhos nesse aplicativo específico. Por fim, eles apontam que o propósito do trabalho foi ver como se dão os padrões de comportamento através do remix feito nos desenhos realizados no Sketch-a-bit.

⁹⁵ Disponível em: < <https://homes.cs.washington.edu/~ktuite/tuite-hcide-sketchabit.pdf> >. Acesso em: 11 mai. 2016.

⁹⁶ *Crowdsourcing* pode ser considerado como as ações realizadas em conjunto por diferentes pessoas, como cooperativas, por exemplo.

Por fim, outro trabalho a respeito da hitRECORD, é a pesquisa de Ana Ecaterina C. Tan (2015) intitulada *Exploring the Boundaries of Crowd Creation: A study on the value of voice in neoliberal media culture*, que pode ser traduzida como *Explorando as barreiras da criação coletiva: um estudo sobre o valor da voz na cultura midiática neoliberal*. Em seu trabalho, Ecaterina explora a criação em coletivo como um método emergente da produção midiática e como isso permite que o conceito de voz, que ela aplica através de Couldry (2010;2012;2015), seja articulado e ouvido dentro do contexto neoliberal da cultura de mídia mainstream. O foco de sua pesquisa é o processos de criação coletiva no online, baseado na hitRECORD, tendo em vista que o método de produção de conteúdo da empresa aplica a produção midiática mainstream e alternativos.

Sua pesquisa circunda através dos conceitos: neoliberalismo, mídia alternativa, mídia, moralidade e poder, voz. O conceito de voz vem como a forma de se respeitar o que as pessoas tem a dizer, considerando que na cultura neoliberal não existiria espaço para a voz, segundo Ecaterina. Ela separou cinco grandes grupos teóricos para representar a sua discussão em torno da voz: voz; base social; cultura neoliberal; cultura do julgamento; relações de poder.

Com isso, ela chega ao seu problema de pesquisa: *Como a criação coletiva providencia um espaço de valorização da voz dentro do cenário midiático contemporâneo?* E seus objetivos: 1) entender como a hitRECORD conduz o seu processo de criação coletiva, com atenção particular aos seus aspectos, práticas e efeitos únicos; 2) investigar a percepção dos membros sobre a hitRECORD e seus processos; 3) comparar e contrastar a percepção dos membros sobre as oportunidades e limitações da voz através dos dados retirados dos episódios do hitRECORD on TV.

Para ela, o hitRECORD on TV é tão importante porque significa a presença da hitRECORD na mídia mainstream, mesmo que ela tenha uma série de materiais muito relevantes no site. Desse modo, sua pesquisa se utiliza de entrevistas em profundidade, com análise textual como métodos de coleta de dados, seguidos pela análise do discurso para a sua composição metodológica. A partir disso, ela afirma que o que diferencia a hitRECORD de outras empresas que criam conteúdo é o remix. Há uma liberdade nesse processo que geralmente não é associado como criação coletiva como modelo de trabalho.

Ela vê em suas entrevistas que para os entrevistados a lógica operativa da hitRECORD é única, muito diferente de Hollywood e eles também não sabem definir exatamente o que é a empresa, mas que tem muito apreço pela comunidade. Para ela, o processo de seleção de ideias e conceitos para o programa tem traços de mídia alternativa, pois dá uma chance a aqueles que dificilmente teriam contanto com executivos de empresas de marketing. Em sua pesquisa ela

vê que um dos aspectos preponderantes sobre a hitRECORD é o forte senso de comunidade que ela cria. Ali, mesmo com diferenças etárias e estilos de vida, os membros são capazes de compartilhar ideias e arte, mas também valores e metas. Por isso, as vezes os membros são mais uma família e um grupo de apoio do que uma comunidade criativa.

Os entrevistados se entendiam como “nós”, mas usam “eles” quando estão falando de coisas que envolvam dinheiro com a hitRECORD. Não existe direito um equilíbrio entre os interesses da comunidade e os da empresa. Eles também acreditam que o programa hitRECORD on TV oferece voz a eles, mas de certa forma essa oferta é limitada. A presença do narrador Joseph Gordon-Levitt termina por corporificar a cultura neoliberal. Para ela, a própria edição do programa se assemelha ao neoliberalismo, mesmo que no programa seja dito que ele é feito em comunidade, ele não diz como são selecionados os arquivos e temas. Porém, ele tenta colocar imagens em qualidades diferentes e falas em outras línguas.

Por fim, Ecaterina afirma que a criação coletiva ainda sofre com respingos da cultura neoliberal, pois esta nos afeta em muitos aspectos de nossa vida diária. Para ela, a hitRECORD ainda é neoliberal, pois ainda propaga isso e a voz não é tão expressiva quanto devia se, mas a hitRECORD ainda é uma comunidade e não só empresa.

A seguir, busquei por dissertações e teses no Banco da Capes. Com o conceito *colaborativo* encontrei, em nível de mestrado, encontrei a dissertação *Comunicação e Geografia: da cartografia tradicional aos mapas colaborativos na internet*⁹⁷ de Leonardo Branco Lima. Ela foi defendida em 2011 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia. A pesquisa é sobre a forma de realizar mapeamentos, especificamente sobre o Google Maps⁹⁸. Para ele, esse dispositivo modifica o modo de mapear, pois na internet esse exercício pode ser feito de modo colaborativo, na medida em que posso personalizar meu mapa com a inserção de conteúdos de comunicação, por exemplo. Esses mapas estariam mudando a forma de fazer comunicação, uma vez que as ferramentas de geolocalização permitem um uso colaborativo. O autor fala que os mapas colaborativos se legitimam nas práticas sociais que operam nos lugares dos mapas online, e não no conhecimento de saber ou não o que é uma cartografia tradicional de mapas. Com isso, os mapeamentos estariam se transformando na sua produção, consumo e circulação.

⁹⁷ Disponível em: <<http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Leonardo-Branco-Lima.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

⁹⁸ Google Maps é a ferramenta de navegação do Google, hoje em dia podemos utilizá-la tanto nos dispositivos móveis quanto nos computadores. Ela oferece mapas das cidades, mas também oferece a visualização 360° das ruas.

A base (e objetivo final) do texto de Leonardo é entender o fenômeno do mapeamento colaborativo pelo viés da comunicação, para construir uma tipologia de como produzir mapas na internet de modo colaborativo. Para isso, ele se utiliza dos procedimentos metodológicos de análise de mapas colaborativos, para ver quais aspectos se repetem, quais diferem e a produção de uma matriz com os resultados dessa análise (com escalas de percepção, conteúdos, origem dos mapas e as ferramentas colaborativas usadas). Através dessa matriz, ele pode entender que os projetos colaborativos de mapeamento são uma possibilidade aberta para a comunicação e para a apropriação social do espaço urbano (que se reflete na internet).

Ainda, através do termo remix, encontrei a dissertação *Play it Again, Sam: a cultura em fluxo do remix no vídeo online*⁹⁹ de Edson Andrade Silva, defendida em 2011 na Universidade Anhembi Morumbi na área da concentração Comunicação Audiovisual. O trabalho se debruça sobre o vídeo remix que é criado a partir de padrões pré-estabelecidas, pois ele entende o remix como o ato de refazer a forma e o conteúdo de um produto audiovisual.

Então, ele analisa os processos de produção e fluxo do vídeo remix em uma cultura intitulada remix que tem essa qualidade como poder de transformação social e política. Ademais, é interessante notar que ele não busca definir o termo, mas sim reconhecer como e onde ele está no processo comunicacional. Para isso, estrutura o seguinte problema de pesquisa: *o remix realmente se manifesta ao longo de todo o processo comunicacional? E se a resposta for afirmativa, como estes mecanismos se configuram?.* Ele busca entender o remix não só na reapropriação e remontagem de materiais existentes, mas também em processos sociais.

Para isso, se vale principalmente dos estudos de Manovich (2001) sobre as novas mídias e de seu artigo *What comes after remix? (2007)*¹⁰⁰, mas também do estudo sobre remix de Lawrence Lessig (2008). E chega nas conclusões de que a criação de padrões que possam e devam ser alterados por outros colaboradores é uma das futuras estratégias de produção, mas ele não trata sobre a questão de direitos autorais em sua pesquisa.

Outra dissertação, na mesma busca, é a escrita por Helena Klang, defendida em 2011 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Em *Antropofagia Digital: a questão autoral na era do compartilhamento*¹⁰¹ ela discute sobre a relação conceitual entre a antropofagia e a cultura do remix, focadas no direito autoral nas

⁹⁹ Disponível em: <<http://periodicos.anhembi.br/arquivos/trabalhos001/409510.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

¹⁰⁰ What comes after remix?. 2007. Disponível em: < <http://manovich.net/index.php/projects/what-comes-after-remix>>. Acesso em: 13 mai. 2016.

¹⁰¹ Disponível em: <http://www.academia.edu/2375348/Antropofagia_digital_a_quest%C3%A3o_autoral_no_tempo_do_compartilhamento>. Acesso em: 14 mai. 2016.

políticas culturais desenvolvidas pelo Ministério da Cultura. Para a análise, ela parte do Manifesto Antropofágico de Oswald de Andrade para ver como as noções de autoria se transformam na Cultural Digital ao modificar o território entre amadores e profissionais.

Ela monta seu referencial teórico com Manovich (2001), Lessig (2008), Brett Gaylor¹⁰² e Eduardo Navas (2010) para entender o cenário cultural, a cultura do remix, a digitalização da cultura e a questão dos direitos autorais atualmente (além de Oswald de Andrade). Para ela, a diferença da hibridação, apontada no Manifesto Antropofágico, para hoje em dia, é inserção do público no processo. Principalmente por causa da conexão à rede que os permite interagir com os materiais.

Ainda, as próximas três pesquisas de mestrado foram encontradas através do termo *remix*. *Avatares em Rede: comunicação, mobilidade e transformação* de Renato Teixeira Bressan foi realizada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Aqui, o autor aborda os contextos, suportes e processos desde o surgimento do avatar¹⁰³ até a sua apropriação nas ciências da computação. Especificamente através de uma pesquisa empírica na plataforma Second Life, buscando entender o avatar em uma tecnocultura contemporânea.

Ele aponta para a relevância dos avatares em jogos eletrônicos e em plataformas online, ou seja, para ele, existe um processo de avatarização¹⁰⁴ e busca entender como se dá esse processo. Para isso, ele se utiliza dos conceitos de tecnocultura contemporânea (DAVIS, 1998; LÉVY, 1999; MACEK, 2005), o conceito de redes (BARBASI, 2003) e o conceito de perplexidade (MAGNO, 2004)¹⁰⁵. Bressan se utiliza da Nova Psicanálise para o desenvolvimento metodológico, com o intuito de analisar os problemas relativos à presença dos avatares na contemporaneidade. Por fim, ele aponta que o processo de avatarização é muito grande e complexo para ser definido em sua pesquisa, mas chega à conclusão de que os sentidos, graus e modos de engajamento de cada jogo afeta esse processo. Além disso, também se debruça sobre três definições sobre o avatar: que ele está dentro de um processo dinâmico, complexo e em rede; ele se vincula com o usuário tanto como prótese dentro do jogo quanto

¹⁰² RIP: A Remix Manifesto. Direção de Brett Gaylor, 2008. Digital (90 min). Disponível em: <<http://youtu.be/Ycdt1yW096g>>, legendado. Acesso em: 13 mai. 2016.

¹⁰³ Avatares são figuras que representam o usuário no digital, por exemplo, em jogos nós temos um avatar que realiza as ações que desejamos.

¹⁰⁴ Para Bressan o fenômeno da avatarização são os acontecimentos de interação, comunicação ou dinâmicas que envolvam avatares. Disponível em: <http://www.ufjf.br/ppgcom/files/2013/08/renato_Bressan.pdf>. Acesso em: 14 mai. 2016.

¹⁰⁵ O autor aponta que o conceito, ao ser utilizado em sua pesquisa, serve para dar a ver as equi-valências e as equi-vocações (simultaneidade) que as formações emaranhadas e entrelaçadas que os avatares fomentam e frequentam.

como parte da constituição da pessoa; e que ele tem lógicas algorítmicas de comunicação, mobilidade e transformação.

Bruno Viera, autor de *Digital Signage: a 5ª Tela e Publicidade que advém do Programa anterior*¹⁰⁶, se debruça sobre as modificações no ambiente comunicacional. Principalmente relacionado à publicidade, bem como na sua capacidade de atingir o público-alvo e o surgimento de uma nova mídia chamada *digital signage*. Ele se propõe a entender criticamente as representações e a eficiência do *digital signage* na sociedade contemporânea e na publicidade. O autor compõe seu texto a partir de uma revisão bibliográfica voltada aos estudos dos cenários publicitários brasileiros e norte-americanos. Para isso ele se vale de autores como Maria Aparecida Baccega (2008), Néstor Garcia Canclini (2001), Francisco Gracioso e Roberto Penteadó Jr. (2007), Lev Manovich (2001) e Lars-Ingemar Lundström (2010). Com isso, mesmo apontando que existem poucos materiais que se debruçam sobre a ferramenta *digital signage*, Vieira conclui que ainda existem muitos recursos dessa ferramenta que devem ser melhor entendidas e utilizadas. Para ele, a principal característica do *digital signage*, e que deve ser explorada, é a sua capacidade de adaptação a diversas situações e usos.

Outra dissertação é a de Lilian Werneck Rodrigues. Ela pesquisa sobre a conexão entre novas mídias, série de TV, usos e interações colaborativas nas redes sociais da audiência da série de televisão norte-americana *The L World*. Para desenvolver seu texto *The L World em Movimento: convergências de uma série lésbica*¹⁰⁷, ela se baseia na criação de um novo ambiente nas mídias digitais, mais participativo e colaborativo com os fãs.

Para entender a questão de gênero (considerando que a série é sobre um grupo de amigas homoafetivas que moram na cidade de Los Angeles e os seus cotidianos e dilemas), a pesquisadora recorre a Adriana Agostini (2010), Tânia Navarro-Swau (2000) e Eve Kosofsky Sedgwick (2006). Já para entender a transmidiação utilizada na série, ela convoca Henry Jenkins (2014) e o seu estudo sobre a cultura da convergência. Rodrigues busca entender como se dá a transmídia da série e o comportamento dos fãs ao redor desse conteúdo participativo.

Para conseguir realizar esse estudo, ela faz uso da abordagem qualitativa na internet que Nancy Baym e Annete Markham (2009) e Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral (2011) propõem. Após a sua pesquisa teórica e a aplicação de um questionário, ela pode concluir que as fãs brasileiras do seriado tiveram um grande papel na luta contra a censura do

¹⁰⁶ Disponível em: <http://www.ufjf.br/ppgcom/files/2013/08/2012_MOREIRA-Bruno-Vieira.-Digital-Signage-a-Quinta-Tela-e-a-Publicidade1.pdf>. Acesso em: 14 mai. 2016.

¹⁰⁷ Disponível em: <<http://www.ufjf.br/ppgcom/files/2013/08/WERNECK-RODRIGUES-Lilian.-The-l-word-em-movimento-Converg%C3%A2ncias-de-uma-s%C3%A9rie-l%C3%A9sbica.pdf>>. Acesso em: 14 mai. 2016.

mesmo, criação de comunidades e também no movimento de convergências das mídias para conseguirem acesso aos episódios. Ou seja, a série criou uma grande interlocução com as fãs, através de redes colaborativas e comunidades online. Ela considera que o seriado tenha gerado um movimento lésbico fluido e contínuo dentro da internet, e que continua a acontecer mesmo após o fim da exibição do programa.

Sobre as teses de doutorado, encontrei os três seguintes trabalhos com o conceito *colaborativo*. Paulo Cajazeira, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, propõe um estudo sobre a colaboração entre os espectadores com os telejornais. Interação realizada principalmente a partir dos dispositivos móveis que existem hoje em dia. Essa é a base de seu texto *O Jornalismo Colaborativo no Telejornal com as Novas Mídias Digitais*¹⁰⁸. Os empíricos de Cajazeira são o quadro jornalístico “Na hora certa” e outros espaços interativos produzidos e apresentados nos telejornais da Rede Paranaense de Comunicação, como os programas Bom Dia Paraná, Paraná TV Primeira Edição e Paraná TV Segunda Edição. Para isso, ele se utilizou das teorias do Agendamento e do Gatekeeper, aplicadas ao telejornal na Era Digital.

Metodologicamente ele utilizou três experimentos qualitativos, para ajudar na compreensão do processo de colaboração do público através das novas, realizando entrevistas com os funcionários do canal estudado, entrevistas com telespectadores que tinham colaborado com os programas e acompanhou os programas diariamente pelo período de três meses. Tudo isso para entender como se dava a colaboração do público. A inserção do telespectador e suas imagens tem se tornado cada vez mais comum no ambiente jornalístico e isso resulta em padrões híbridos de linguagem (internet e televisão, imagens tecnicamente diferentes, narrativas diferentes). Para ele, isso é um dos frutos das modificações que os novos dispositivos de gravar, editar e compartilhar arquivos inserem na sociedade. Essas modificações geram um novo espectador: o colaborador da notícia jornalística na Era Digital.

Ademais, Ivana Buys Menna Barreto em *Autoria Em Rede: modos de produção e implicações políticas*, da mesma universidade, aponta para a maneira que o processo autoral surge e como funcionam seus modos de articulação. Como corpus ela possui as ações performativas urbanas da artista Cláudia Müller através da videodança. Para ela, questões de rede, compartilhamento são necessárias para o entendimento de autoria¹⁰⁹.

¹⁰⁸ Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cajazeira-paulo-2014-jornalismo-colaborativo-telejornal.pdf>>. Acesso em: 14 mai. 2016.

¹⁰⁹ Aqui só conseguimos acesso ao seu resumo publicado no Banco de Teses e Dissertações da Capes.

Izabel Cristina da Silva realiza um estudo sobre a aprendizagem em rede através de um estudo de caso teoricamente e metodologicamente embasado na Teoria Ator-Rede¹¹⁰ (LATOUR, 2005). Seu objeto é o Visualizar 11, programa do Medialab Prado que é um projeto de pesquisa aberto, participativo e colaborativo. Sua pesquisa, *Cartografias da Aprendizagem em Rede: rastros das dinâmicas comunicacionais do Visualizar 11, Medialab Prado*¹¹¹, também foi realizada na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo na Pós-Graduação em Comunicação.

A pesquisadora se propõe a realizar uma cartografia das novas condições da subjetividade de jovens alunos, a partir de Gilles Deleuze e Félix Guatarri (2000), além de analisar semioticamente o seu empírico a partir de Charles Sanders Peirce (2010). Ainda, ela procura entender como a tecnologia está inserida nos grupos de aprendizagem que ela visitou ao longo de sua pesquisa. Por fim, ela elabora uma cartografia de dinâmicas da aprendizagem em rede e com isso busca entender os padrões de apropriação e mediação na linguagem hipermídia relacionada ao aprendizado em rede.

Em relação ao audiovisual colaborativo, o artigo *Um panorama da produção jornalística audiovisual no ciberespaço: as experiências das redes colaborativas*¹¹² apresenta uma reflexão sobre a utilização do audiovisual e dos processos interativos existentes nos sites jornalísticos e em redes colaborativas. Ele se utiliza das redes Overmundo, Canal Contemporâneo e dos portais UOL e G1 para realizar sua observação do audiovisual na produção e consumo de informação jornalística. Outro artigo é *O Audiovisual na Era do YouTube: Pro-Amadores e o Mercado*¹¹³ que aborda os diferentes formatos de vídeo para a internet e as relações entre amadores e profissionais no audiovisual, principalmente no YouTube, que mantém métodos da mídia tradicional e uma estrutura colaborativa.

Em *Cinema e Cultura Digital: uma abordagem colaborativa*¹¹⁴, os autores abordam o cinema colaborativo construído em plataformas online e off-line através do curta-metragem “O Maldito Ladrão de Memórias”. Nele se discute a abertura do processo de produção audiovisual e a coletividade fílmica. O texto *Trabalho Colaborativo e Em Rede com a Cultura*¹¹⁵ é sobre a

¹¹⁰ Ator-rede é uma Relação reversível entre a parte e o todo. Essa teoria ajuda a entender as conexões sociais na formação de grupos sociotécnicos, ou seja, as relações sociais como algo que está sempre se movimentando e se modificando de acordo com as suas diferentes associações.

¹¹¹ Disponível em: <http://www.sapientia.pucsp.br/tde_arquivos/1/TDE-2013-01-14T08:08:30Z-13331/Publico/Izabel%20Cristina%20Goudart%20da%20Silva.pdf>. Acesso em: 14 mai. 2016.

¹¹² Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewArticle/6316>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

¹¹³ Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewArticle/9258>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

¹¹⁴ Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/wordpress/24792.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

¹¹⁵ Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/wordpress/24717.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

noção de rede e de processos colaborativos na cultura, através da análise de métodos de trabalho que se intitulam como colaborativos e os limites que isso exerce nos profissionais envolvidos.

O artigo *Remix, mashup, paródia e companhia: por uma taxonomia multidimensional da transtextualidade na cultura digital*¹¹⁶ apresenta um estudo sobre o hibridismo na cultura digital, através da incorporação do remix e do *mashup*¹¹⁷ como práticas discursivas. Ademais, o texto *Remix no Ciberespaço: da perda da aura à diluição da autoria*¹¹⁸ aborda, sob uma perspectiva de Walter Benjamin, a diluição da autoria através da recombinação e modificação de arquivos ao os tirar de seu contexto original. A análise é feita em três trailers¹¹⁹ de filmes encontrados no YouTube.

¹¹⁶ Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/28141/1/S1984-63982013000400011.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

¹¹⁷ *Mashup* pode ser traduzido como uma mistura, aglutinação de dois elementos, como de duas músicas por exemplo.

¹¹⁸ Disponível em: <<http://www.biblionline.ufpb.br/ojs/index.php/cm/article/view/11715>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

¹¹⁹ Trailers são segmentos de cenas escolhidas que são postas em conjunto para serem expostas como uma peça promocional de determinado filme.