

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

REIZEL MARTINS CARDOSO

WEBVISUALIDADES TELEVISIVAS:
A remixabilidade profunda em HITRECORD ON TV

SÃO LEOPOLDO

2016

REIZEL MARTINS CARDOSO

WEBVISUALIDADES TELEVISIVAS:

A remixabilidade profunda em HITRECORD ON TV

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

Linha de Pesquisa: Mídias e Processos Audiovisuais

Orientação: Prof.^a Dr.^a Suzana Kilpp

SÃO LEOPOLDO

2016

C268w

Cardoso, Reizel Martins.

Webvisualidades televisivas: a remixabilidade profunda em HitRecord on TV / Reizel Martins Cardoso. – 2016.

124 f. : il. color. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2016.

“Orientadora: Prof^a. Dr^a. Suzana Kilpp”.

1. Televisão – Programas. 2. Comunicação e tecnologia. 3. Mídia social. 4. Televisão interativa. 5. Comunicação de massa. I. Título.

CDU 659.3:654.197

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Bibliotecária: Carla Maria Goulart de Moraes – CRB 10/1252)

Reizel Martins Cardoso

WEBVISUALIDADES TELEVISIVAS:

A remixabilidade profunda em HITRECORD ON TV

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

Aprovado em 19 de maio de 2016.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Cybeli Almeida Moraes - **UNISINOS**

Prof. Dr. João Damasceno Martins Ladeira - **UNISINOS**

Prof.^a Dr.^a Suzana Kilpp - **UNISINOS**

Para Tárík e Joana Maria.

AGRADECIMENTOS

O sentimento de gratidão às pessoas que trilharam ao meu lado este caminho desafiador é imensurável. Cada uma dessas pessoas, por curto o tempo que tenham estado por perto, deixou uma marca indelével. Aquelas que aqui cito foram, ainda, cruciais para a realização deste sonho, há anos idealizado, e que, como esperado e além, molda a pessoa que sou hoje.

Agradeço e dedico este trabalho ao meu filho Tárík, meu grande companheirinho nesta jornada, e cuja existência é o grande propulsor de cada passo que dou. Assim como eu, ele também viveu o mestrado, e ainda sem saber falar me disse a cada noite que este caminho foi o correto.

Minha segunda dedicatória é à minha avó Joana Maria, minha incondicional apoiadora, sempre ao meu lado celebrando conquistas minhas como se fossem suas, porque também, de fato, são. Seu sonho de ver meu nome impresso na capa de um livro se realiza com a materialização deste volume.

Aos meus pais, Vânia e Adalto, por vinte e oito anos de noites em claro zelando pelo meu sono, assim como zelo pelo do meu filho. Sei que jamais me faltará coisa alguma porque os tenho comigo, incansáveis através de todas as provações pelas quais já os coloquei, jamais duvidando de minha capacidade em superar quaisquer desafios. E aos meus segundos pais, Rose e Renato, por terem feito por mim - e ainda fazem - somente o que, de fato, só se faz por um filho.

Aos meus amigos de longa data e aos meus familiares, que apesar de minha ausência jamais deixaram de enviar mensagens de apoio, que aplacavam um pouco da saudade, e que por vezes estiveram lá comigo, presencialmente, proporcionando-me boas risadas. Em especial ao Rafael Christino, amigo de longa data que ajudou a tornar São Leopoldo um lar.

Aos meus colegas, e novos amigos, por terem sido a melhor turma, a mais unida, da qual tive o prazer de participar. Colegas ainda de outros semestres e do curso de doutorado, participantes do Grupo de Pesquisa Audiovisualidades e Tecnocultura: Comunicação, Memória e Design (TCAv), pelos debates riquíssimos nos encontros mensais. E especialmente à Izabel Vissotto, que desde o primeiro instante (literalmente) foi uma mão amiga – e por vezes até mesmo minhas pernas -, e sua companhia sempre rica em abstrações complexas e empatia.

Aos amigos André Lisboa e Luciana Urbim, pelo engajamento e expertises presentes na estrutura deste trabalho.

Infindáveis agradecimentos aos mestres que encontrei ao longo da vida em sala de aula, cuja generosidade em compartilhar conhecimento – não restrito aos livros -, inspirou-me a também seguir o caminho da docência. Prof. Dr. Michael Kerr, pelos primeiros textos desconstrucionistas que transformaram pra sempre minha maneira de pensar, e por estar presente em todas as etapas da minha formação acadêmica, desde a graduação como orientador, passando pela especialização como avaliador, e finalmente como colega no PPG em Ciências da Comunicação da UNISINOS. Prof^a. Deisi Moura Rodrigues, por estar presente de forma tão marcante e catalisadora desde o ensino médio até os dias atuais.

Agradeço profundamente a todos os professores do PPG, pela excelência em conduzir aulas instigantes e discussões prolíficas em sala de aula. A competência demonstrada por estes, com os quais quase diariamente tivemos o privilégio de conviver no ambiente acadêmico, é uma admirável fonte de renovada inspiração para que, um dia, possa eu também inspirar outros estudantes da mesma maneira.

À minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Suzana Kilpp, cuja maestria está além do que estas poucas linhas possam alcançar. Tanto em sala de aula como nas orientações me ensinou o que é fazer pesquisa e o que é ser professora, e que em cada frase foi afiadamente precisa e contundente. “Dizer o que é preciso: nem a mais e nem a menos” nos habituamos a ouvir e certamente, para muitos, tornou-se um mantra. Deveras, tal e qual fora sua precisão em rapidamente diagnosticar aquilo que nós, alunos, não conseguíamos perceber em nossa fala e nossa escrita. A consistência de seu trabalho nas diferentes molduras acadêmicas é fonte inesgotável de respeito e admiração.

Ao atual coordenador do PPG, Prof. Dr. Gustavo Daudt Fischer, sempre acessível e generosamente atencioso para com os alunos. Às funcionárias da secretaria, sempre solícitas e eficientes em sanar quaisquer demandas da melhor maneira possível. E ainda o Atendimento da UNISINOS, na agilidade em resolver quaisquer trâmites.

E finalmente ao Conselho Nacional de Pesquisa, o CNPq, por viabilizar os recursos materiais para realização deste prestigiado curso, sem os quais essa caminhada não teria sido possível, promovendo a democratização do acesso à formação de qualidade no Brasil.

RESUMO

O propósito da dissertação aqui presente é o de lançar uma visada tecnocultural sobre o programa de televisão HITRECORD ON TV, a fim de dar conta das ethicidades televisivas ali inscritas. A metodologia das molduras, de Suzana Kilpp (2002), operacionaliza os procedimentos de cartografia e dissecação das sobreposições de territórios de significação onde se inscreve a imagem sintética, desopacificando sua imagicidade através da problematização dos aspectos éticos e estéticos dos construtos televisuais: suas molduras, moldurações e emolduramentos. O conceito de remixabilidade profunda, de Lev Manovich (2013), é o paradigma durante o qual buscamos autenticar no objeto empírico, produzindo o que chamamos de webvisualidades televisivas. As webvisualidades televisivas, conceito que aqui se desenvolve, designa o contágio algorítmico entre os meios web e televisivo, ocasionando uma quebra de paradigma da textura imagética nos panoramas, e assim refletindo um fenômeno comunicacional contemporâneo técnico e estético, dado a ver no écran televisivo.

Palavras-chave: webvisualidades televisivas, remixabilidade profunda, televisão.

ABSTRACT

The purpose of the present dissertation is to set a tecnocultural overview on the television program HITRECORD ON TV, in order to approach its televised ethnicities. The methodology of the frames, by Suzana Kilpp (2002), operates the procedures of cartography and dissection of the overlapped territories of signification where the synthetic image lies, therefore unveiling its imagicity through the problematization of the ethical and aesthetical aspects of the televisual construct: its frames, framing and enframings. The concept of deep remixability, by Lev Manovich (2013), is the during paradigm which we intend to authenticate onto the empirical object, this way producing what we have called televisual webvisualities. The televisual webvisualities is the concept we develop and it designates the algorithmic contagion between the web and televisual media that generates a paradigm shift of the imagetic texture on the panoramas, thus reflecting a technical and aesthetic contemporary communication phenomenon, as seen on the television screen.

Key-words: televisual webvisualities, deep remixability, television.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Página inicial do website ENIAC Programmers Project.....	24
Figura 2 – Exibições do documentário	25
Figura 3 – Em azul, a superfície terrestre mapeada pelo <i>Street View</i>	29
Figura 4 – Google Street View.	30
Figura 5 – Extremo sul do continente americano. Mapa tradicional 2D à esquerda, e à direita em 3D (relevo). Em azul, as rotas mapeadas pelo Google Street View.....	30
Figura 6 – Imagens de satélite. À direita, a opção "marcadores" indica os nomes das cidades e em zoom in os nomes das ruas	30
Figura 7 – Configuração de perfil.....	42
Figura 8 – Tela: <i>Collaborate</i> . Desafios criativos divididos por categorias (destacado em vermelho).....	42
Figura 9 – Tela: Explore. Ícones na parte superior indicam os tipos de mídia (destacado em vermelho).....	43
Figura 10 – Primeiro curta-metragem exibido em HITRECORD ON TV: motion graphics ..	44
Figura 11 – Sequência de abertura	59
Figura 12 – Sequência de dez segundos	60
Figura 13 – Sequência: área do usuário; desafios; e remixes	64
Figura 14 – Sequência do episódio S01E08 em 02 min. 48 seg. e 02 min. 52 seg	64
Figura 15 – Compósito: visão geral e molduras pareadas	68
Figura 16 – Sequência de banners da página inicial de HITRECORD.ORG, V5.....	73
Figura 17 – Sequência de um processo de produção.....	75
Figura 18 – Sequência ao vivo	77
Figura 19 – Sequência musical executada por diferentes artistas e instrumentos	79
Figura 20 – Página inicial de Pivot.tv.....	82
Figura 21 – Lado a lado, o site da Pivot e do Take Part, e a parte dedicada a HITRECORD ON TV dentro deles.....	89
Figura 22 – Projetos da Participant Media: Spotlight ainda não havia ganhado o Oscar.....	90
Figura 23 – Compósito de molduras de Pivot.tv	92
Figura 24 – Grade de programação de I.Sat	97
Figura 25 – Compósito de molduras de HITRECORD ON TV	98
Figura 26 – Compósito de molduras da primeira temporada	100
Figura 27 – Compósito de molduras dos episódios da primeira temporada.....	100

Figura 28 – Compósito de molduras da segunda temporada.....	101
Figura 29 – Compósito de molduras dos episódios da segunda temporada	101
Figura 30 – Sequência da vinheta de abertura do episódio	102
Figura 31 – Vinhetas de final e início de blocos, ou “atos”	108
Figura 32 – Letreiro de abertura de "Sleep Cycle", primeiro curta do episódio	110
Figura 33 – Letreiro de "RE: RE: REMIX"	110
Figura 34 – Letreiro de “We can ho back again”	110
Figura 35 – Letreiro de abertura com o número total de colaboradores do episódio	111
Figura 36 – Sequência de “ <i>Either/Order</i> ”	112
Figura 37 – Sequência do vídeo introdutório ao curta.....	114
Figura 38 – Sequência do curta “Sleep Cycles”	117
Figura 39 – Modelo mecânico de Jurassic Park.	118

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Transcrição e tradução (nossa) do conteúdo do vídeo de apresentação	84
Quadro 2 – Dissecção dos tempos de duração cronológica das atrações em S01E08: <i>PATTERNS</i>	107

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 REMIXABILIDADE.....	22
2.1 No Início, Havia o <i>Hardware</i>	22
2.2 <i>Software</i> e Metameio.....	25
2.3 O <i>Software</i> e as Novas Mídias.....	28
2.4 Evolucionismo, Hibridização e Cultura do <i>Software</i>	33
2.4.1 Híbrido <i>Versus</i> Multimídia.....	40
2.5 Moldura-televisão	45
2.6 Estética da Remixabilidade Profunda: Hibridez, Fragmentos e Contágios	57
3 HITRECORD ON TV	67
3.1 Macromolduras Intrínsecas.....	69
3.1.1 Joseph Gordon-Levitt	69
3.1.2 HITRECORD.ORG	72
3.1.3 ON TV e Molduras Pareadas.....	74
3.2 Macromolduras Extrínsecas	81
3.2.1 Pivot.....	82
3.2.2 I.Sat.....	93
3.3 Episódios e Temas; Blocos e Quadros do Programa	98
4 HITRECORD ON TV <i>S01E08</i>	102
4.1 Padrões e Remixabilidade.....	102
4.2 Dissecção: Duração Cronológica das Atrações-Molduras Televisivas em <i>S01E08</i>	106
4.3 Curtas-Metragens em <i>S01E08</i>.....	109
4.3.1 <i>Either/Order</i>	111
4.3.2 <i>We Can Go Back Again</i>	112
4.3.3 <i>Sleep Cycles</i>	113
5 CONCLUSÃO.....	121
REFERÊNCIAS	123

1. INTRODUÇÃO

Aby Warburg levou de 1895 a 1923¹ pra ser capaz de dar início ao processo de escrita sobre a experiência indígena que teve no mais antigo vilarejo ainda habitado dos Estados Unidos, o Oraibi, fundado em 1100 d.C., no deserto de Navajo, Arizona. O episódio é relatado por Georges Didi-Huberman (2013, p. 317). Warburg passou anos em uma clínica psiquiátrica, internado em quadro clínico de uma grave psicose, com sintomas como obsessão e delírio, e ainda alterações de excitação psicomotora. Fora tratado por Ludwig Binswanger, em Kreuzlingen, Suíça, sobrinho de Otto Ludwig Binswanger, quem havia tratado Nietzsche quando declarada sua insanidade. Ludwig – o sobrinho – trocava cartas com seu antigo professor e amigo Sigmund Freud sobre o caso do paciente Warburg, que, na época, já era renomado cientista e autor, e, uma vez curado, retoma seus escritos.

O que vi e vivi, portanto, só fornece a aparência superficial das coisas que agora tenho o direito de falar, se começo por dizer que o problema insolúvel que elas levantam pesou sobre minha alma de maneira tão opressiva, que nunca teria ousado expressar-me como cientista a esse respeito na época em que estava com saúde. No presente, porém, em 1923, em março, em Kreuzlingen, num estabelecimento fechado em que tenho a impressão de ser um sismógrafo fabricado com pedaços de madeira provenientes de uma planta transplantada do Oriente para a planície nutriz da Alemanha setentrional, e na qual foi enxertado um galho proveniente da Itália, deixo saírem de mim os sinais [*die Zeichen*] que recebi (WARBURG apud DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 317).

Experimentamos na escrita desta dissertação algo semelhante ao processo descrito por Warburg, e em sua fruição nos sentimos contemplados. Há como que um imperativo do tempo, tomado desde o prisma de suas duas acepções, a saber: tempo quantitativo e tempo qualitativo; de *Cronos* e *Aion*; tempo-convenção, especializado, dos relógios e dos calendários, e tempo-espessura, tempo-profundidade da duração; tempo finito, de perecimento da matéria, e tempo dos efeitos incorporais, tempo-arte, movimento de transformações incessantes do cosmos para o qual não há refugio, nada é excluído, e tudo se inter-relaciona.

¹ WARBURG, Aby, 1923. *Reise Erinnerungen aus dem Gebiet der Pueblos* [Lembranças de uma viagem à terra dos pueblos]. Londres: Warburg Institut Archive, III, 93.4. Trad. S. Muller em E-A. Michaud, *Aby Warburg et l'image en mouvement*. Paris, Macula, 1998, p.247-280. [Ed. Brasileira: E-A. Michaud, *Warburg e a imagem em movimento*, trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.]. Citado conforme Didi-Huberman (2013, p. 455).

Este foi o tempo, da internalização e maturação dos conceitos-chave dos autores de referência aos quais somos apresentados no transcorrer das disciplinas do currículo do PPG, para que sintamos que então temos “o direito de falar”, como bem expressou Warburg.

A intensidade da jornada produziu marcas indeléveis no trinômio objeto/ pesquisa/ pesquisador, os quais foram submetidos a uma profunda *desconstrução* (princípio de Jacques Derrida, é antes um princípio-guia do que um método, e busca desmontar o hegemônico no conceito-objeto, experimentando-o e o reinventando desde outras perspectivas²) e readequação do olhar: o olhar da pesquisa, que sofreu incontáveis reveses; o olhar do objeto, que nos olha de volta ao olharmos pra ele³; mas, fundamentalmente, o olhar do pesquisador, que inventa a pesquisa e autentica o objeto. Uma trajetória sobre a qual incide o programa de pós-graduação (em especial na linha de Mídias e Processos Audiovisuais do PPGC/Unisinos) tal como se propõe: desorienta, desacomoda, *desfamiliariza*. Movimento prévio à produção de um outro olhar, desapegado de seus hábitos (*memória-hábito*⁴), vícios, e zonas de conforto (ao menos almeja-se atingir tal desprendimento, sendo este um exercício de esforço contínuo em permanecer alerta e não sucumbir ao hábito), um olhar fundado nas prerrogativas do conceito de *tecnocultura*, que diz respeito à época em que vivemos, onde máquinas e cultura se *contaminam* de maneira radical; olhar cuja angulação projeta foco sobre as *audiovisualidades*, isto é, que não se restringe ao audiovisual mas a uma certa qualidade durante, incluindo em suportes não reconhecidamente audiovisuais⁵. Gustavo Fischer (2013) movimenta os conceitos e indaga: o que se produz ao lançar um olhar, uma visada tecnocultural, sobre as audiovisualidades?

A idéia de investigar materialidades que transcendem as mídias é essencialmente provocadora, a nosso ver, para que o pesquisador do campo do audiovisual/audiovisualidades desnaturalize o olhar, busque inventar seu objeto de pesquisa tanto na opacidade das mídias “tradicionais” e seus produtos recorrentes, como também em materiais empíricos que flertam nas fronteiras entre o reconhecível e o (ainda) não dizível, que carecem de

² Referência: KILPP, Suzana. *Interfaces contemporâneas da TV: paradigmas durante em telas de dispositivos móveis*. In KILPP, Suzana [et.al]. *Tecnocultura Audiovisual: temas, metodologias e questões de pesquisa*. Porto Alegre, Sulina: 2015.

³ DIDI-HUBERMAN, Georges. *O que vemos, o que nos olha*. Trad. Paulo Neves. Coleção TRANS. São Paulo: Editora 34, 2010.

⁴ Memória-hábito, conceito de Henri Bergson a ser desenvolvido no decorrer do texto, versa sobre as reações-reflexo, automatizadas, do corpo e da consciência a fim de objetivar a ação do corpo sobre uma realidade percebida.

⁵ Referência: Manifesto Audiovisualidades. In: SILVA, Alexandre Rocha da; ROSSINI, Miriam de Souza (orgs.). *Do audiovisual às audiovisualidades: convergência e dispersão nas mídias*. Coleção Óculo. Porto Alegre: Asterisco, 2009.

dissecação, autenticação, conceituação. A visada tecnocultural aqui teria o papel de reforçar esse processo de desnaturalização, ao convocar a exploração dos sentidos produzidos pelas entranhas dos aparatos como essenciais para a compreensão desse contemporâneo, certamente aí demandando outras formas de instrumentalizar esse movimento. (FISCHER, 2013, p. 51)

Movimento de imbricação de si com o objeto (o empírico e o de conhecimento) em *simultaneidade de durações*, “exploração dos sentidos produzidos pelas entranhas dos aparatos” (op. cit.) a fim de compreender a natureza própria das imagens que nos interpelam: como são e como agem (o misto bergsoniano, *virtuais e atuais*⁶); o que subjaz de sua constituição (*devir, memória*⁷); quais *percepções* (imagens da exterioridade) e *afecções* (imagens da subjetividade) são evocadas (*ética, estética, aspectos identitários e imaginários*⁸); quais são os tensionamentos intrínsecos a cada regime de visualidade, uma vez que cada um constitui uma realidade em si, encerra território de significação com suas próprias leis e regras (*molduras*⁹); e o que decorre do contágio entre molduras algorítmicas (*hibridização e remixabilidade*¹⁰).

O universo dura. Quanto mais nos aprofundamos na natureza do tempo, mais compreendemos que duração significa invenção, criação de formas, elaboração contínua do absolutamente novo. Os sistemas delimitados pela ciência só duram porque estão indissolivelmente ligados ao resto do universo. (BERGSON, 2006a, p. 8).

A partir dessa reflexão, já damos a antever alguns procedimentos e as visadas, desde tais autores (vide referências) que serão mobilizados para dar conta do empreendimento de nos debruçar sobre o objeto empírico multifacetado que é o programa de televisão HITRECORD ON TV. Utilizaremos sempre esta grafia, em caixa alta, como um recurso de padronização frente às variações de estilística de escrita com as quais deparamo-nos em diferentes fontes em que o programa é citado. O programa de tevê em questão, aliás, é um entre os tantos braços corporativos da produtora que pode ser referida como HitRecord (caixa alta no início de cada uma das duas palavras que formam sua designação própria), hitRECORD

⁶ Referência: DELEUZE, Gilles. *Bergsonismo*. São Paulo: Editora 34, 2012.

⁷ Referência: BERGSON, Gilles. *Memória e Vida*. Textos escolhidos. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

⁸ Referência: KILPP, Suzana. *Audiovisualidades do voyeurismo televisivo*: apontamentos sobre a televisão. Porto Alegre, Zouk: 2008.

⁹ Referência: op. cit.

¹⁰ Referência: MANOVICH, Lev. *Software Takes Command*. Massachusetts: The MIT Press, 2013.

(o mais corrente enfatiza o “REC”, ou seja, a função de gravar imagens em movimento, dos Hitrecord (menos corrente, mas ainda assim existente, tratado como um substantivo) e hitrecord.org – elegemos esta última para evidenciar objetivamente quando estamos nos referindo, no texto, ao *segmento aglutinante*, o *online*, matriz de todos os outros segmentos da empresa, os quais, por sua vez, apontam diretamente para a plataforma virtual que os alimenta.

Contudo, é necessária uma breve digressão. Até o surgimento de HITRECORD ON TV como caso de estudo desta dissertação, estivemos em deriva, *flaneuriando* entre casos mais ou menos emblemáticos de um fenômeno que subjaz a todas as pistas que seguimos, e permeia a temática de praticamente todos os artigos produzidos nas disciplinas curriculares. Tateamos a buscar conceitos e a tentar formular outros que pudessem ser mais acurados em descrever um aspecto inerente à nossa visão de mundo e pungente nos processos comunicativos, que é precisamente a já citada imbricação das partes nas trocas comunicativas. Além da declaração, aparentemente óbvia, de que só existe comunicação *se* houver envolvimento entre as partes. É o contrário o que propomos: que *só* o que existe são trocas, traduções, inter-relações, contágios, e mesmo mal-entendidos, quebras de protocolo, ruído. De qualquer maneira, não vislumbramos a mais remota chance de que seja possível isolar quem ou o que quer que seja, desde a comunicação interpessoal humana até a comunicação macro e *sinestésica* das espécies com o ambiente em que habitam; a comunicação entre afluentes de um rio, em última análise, está conectada ao total da porção de água existente no planeta; mesmo as experiências de laboratório, que alegam isolar artificialmente os elementos para testar a influência de uma variação por vez (variação de pressão, de temperatura, reação de substâncias, etc.), não são capazes de residir em um “não mundo”, na “não matéria”, logo, há sim uma influência de pressão, temperatura e contatos que, na verdade, são controlados a fim de minimizar as trocas até o ponto de possam ser consideradas insignificantes para um dado caso em específico – o que não quer dizer que tenham sido extinguidas. Se há um isolamento de uma parte de dentro *versus* uma parte de fora, *endo* e *exo*, entre um lado e o outro há uma interface que intermedeia as trocas entre essas dimensões.

A *interface* seria, então, uma instância de gerenciamento de trocas comunicativas ordenadas, que, especialmente no âmbito das tecnologias da informação e comunicação, configura material rico para problematizar uma série de questões, que versam do *design*

(projeto, intencionalidade, visualidade¹¹) de uma interface *web* à usabilidade de uma interface de *software*; ao interfaceamento cultural entre comunidades geograficamente distantes em uma época de globalização; interfaceamento de usuários dentro de uma rede social; e ainda outras. Mas a verdade é que a palavra designa quaisquer relações de limiar entre materialidades. Tanto mais rica será uma dinâmica de interface quanto maior for o número de elementos implicados relacionalmente. Quanto mais ricas as dinâmicas de trocas, mais complexas serão as formas através das quais expressam sua estética.

Outras trocas comunicativas, que não as ordenadas por um projeto de *design*, trocas do tipo anárquicas, caóticas, imprevisíveis, já faziam parte do escopo de interesse da pesquisa e estavam sendo inventariadas desde o início. São desordenadas porque implicam um circuito que prescinde do corpo humano e dos sentidos afectivos que produz (em oposição ao sentido hermenêutico) para se realizar, tais como os conceitos de *embodiment*, de Mark Hansen, e *sinestesia*, desde Susan Buck-Morss. O *embodiment* traduz-se literalmente por corporificação, e busca realocar o protagonismo de um corpo que estava sendo considerado, sob a lente dos estudos em cibercultura, como falho e obsoleto se comparado às máquinas. Hansen, em *New Philosophy for New Media* (2006, p. 21-22) advoga no sentido de inverter essa lógica, propondo que as mídias, uma vez digitais, perderam sua diferenciação intrínseca e, constituídas pelo código binário, só produzem sentido se “in-formadas” (no sentido de dar forma) e “emolduradas” (atribuição de territorialidade) pela ação do usuário. O aspecto anárquico reside na centralidade da ação humana livre, da qual devém a programação dos *softwares*, implicando nesse fazer questões éticas, estéticas e políticas, próprias do humano, e não do maquínico, que só replica. Em relação à sinestesia, Buck-Morss relaciona, num único circuito, o sistema nervoso central ao sistema nervoso que “não está contido nos limites do corpo” (2012, p. 164), ou seja, implicando relação com o meio-ambiente onde ele se insere – crítica ao pretense isolamento artificial entre sistema nervoso e meio, ou posto em termos bergsonianos - isto é, desde a filosofia de Henri Bergson que configura a mais importante moldura, mais profundo embasamento teórico onde estabelecemos as fundações de nosso território de produção - isolando a imagem primeira (o próprio corpo, aquele cuja percepção acontece através da interface dos cinco sentidos) daquelas outras imagens da percepção às quais conferem à minha uma posição relativa, produzindo estímulos sensoriais que afetam.

¹¹ Referência: FLUSSER, Vilém. O mundo codificado. Por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

Utilizávamos desde o início e trazemos até aqui um outro conceito, ou melhor dizendo, um verbete, que por si só nos parece produtivo: *contágio*, aqui e ali substituído por um sinônimo, a *contaminação*. Segundo o minidicionário da língua portuguesa Silveira Bueno (2000, p. 193): “Contagiar, v. t. Contaminar; pegar; transmitir; comunicar”. A definição etimológica nos ajuda a construir os sentidos que queremos empregar, o da interconexão de elementos, de uma comunicação que se alastra, irrompendo à revelia das contenções, e que uma vez transmitido produz no contagiado uma mudança. A primeira imagem-lembrança que vem à tona é a de um laboratório onde “as amostras não devem ser contaminadas” como se diz no jargão, e é necessário encerrar o transmissível, como um vírus, através da assepsia do ambiente controlado – podemos aqui pensar nos ambientes comunicativos, das mídias, como o da televisão com seus contornos bem marcados. O contágio decorre do contato entre duas materialidades, que, uma vez contaminadas, passam a ocupar um mesmo ambiente e a interagir em relações mais ou menos harmônicas de amálgama de DNAs, produzindo uma outra materialidade, uma evolução da cepa primeira. A escolha de permanecer com esse verbete quer explicitar uma ideia contrária a de uma pureza, de um isolamento artificial asséptico e ascético; tem caráter antieugenista, pois devém da miscigenação, de amálgama, evolução, inclusive em contrafluxo aos rumos imaginados, produzindo combinações inéditas e, por consequência, produzindo uma duração própria, que não a de uma parte nem a de outra, mas uma terceira que não é apenas uma soma de características das anteriores. Tais características explicitadas nos parecem descrever a lógica dos processos produtivos de uma sociedade em rede, própria da horizontalidade das relações comunicativas de caráter colaborativo em detrimento de uma hierarquia vertical da lógica competitiva. Aquilo que contamina é também contaminado pelas materialidades com as quais se relaciona na trajetória de sua duração autônoma. Portanto, quando utilizamos tal verbete, é para nos referir ao equivalente audiovisual do que seria um organismo vivo, que chamamos de *materialidades audiovisuais*. Com o que essas novas “criaturas” se parecem?

Eis que, de posse de toda essa bagagem, nos deparamos com o empírico HITRECORD ON TV. Imediatamente, o olho habituado à estética televisiva, que conta, principalmente, com a replicação de formatos, gêneros e linguagem, é cooptado por um audiovisual que, no fluxo da programação televisiva, não nos parece facilmente rotulável, da maneira instantânea como nos habituamos a fazer ao visitar todos os canais disponíveis no aparelho televisivo numa prática – até obsessiva – de *zapping*. E não saber é produtivo, é ponto que deflagra o início de uma construção de saber.

O que salta aos olhos e produz um estranhamento na especiação logo de cara é talvez a variedade de suportes imagéticos que se sobrepõem e dialogam no decorrer vertiginoso das atrações, mas isso só vamos sintetizar mais adiante, pois o *acontecimento* acontece, irrompe, desestabiliza. O que se produziu, relatadamente nesta que escreve, foi uma *experiência estética*: como o acontecimento, irrompe do cotidiano, produzindo um estado que se opõe ao fluxo contínuo da existência automática guiada pela memória-hábito: Gumbrecht fala em *pequenas crises*, que são esses momentos em que se produz um estado de atenção diverso perante uma aparição aurática, única, pois nem buscando as *imagens-lembrança* (conceito de Henri Bergson, que em linhas gerais são aquelas às quais recorreremos voluntariamente, em um esforço de tensionamento do espírito tanto mais profundo buscamos ir para reunir todas as referências relativas ao que se põe diante de uma realidade percebida), que o repositório audiovisual de nossa memória provê, nem assim se consegue classificar como um gênero audiovisual bem definido. Talvez uma *assemblage* de imagens-lembrança, localizadas em diferentes níveis da memória, comece a dar conta de identificar, por fragmentos, os elementos visuais que vemos na tela da televisão, ao entrar em contato pela primeira vez com o programa de nosso interesse: HITRECORD ON TV.

Juntamente à prolífica coleção de imagens da memória, está a imagem – ou melhor, a coleção heterogênea das imagens em movimento, como que um retrato dos produtores: os próprios telespectadores, dos mais diferentes lugares, sem restrição etária, racial, de gênero, classe. Desde que produza ou inspire a produção de audiovisuais com uma boa história, qualquer telespectador/usuário tem uma chance muito real de ir parar na telinha através da colaboração online com HITRECORD ON TV. Texturas de imagem de câmeras profissionais misturam-se em igualdade de respaldo a imagens de *webcams* caseiras muito inferiores, que produzem imagens granuladas, pixeladas, ruidosas, que, assim como a qualidade do áudio, não obedece a um padrão, mas reflete as condições “naturais” de onde foi gravado – acústica de banheiro, que se reverbera, barulho do vento em cenas externas, voz abafada de microfone básico de computador de mesa; há um sem-número de exemplos variados, justapostos em alto contraste de texturas, que em HITRECORD ON TV aparecem em pleno regime de trocas algorítmicas e comunicacionais. Não há dúvida, trata-se de um ambiente profundamente contaminado, consistindo em um caso bastante rico para observarmos a radicalização das miscigenações entre as espécies de audiovisuais, e, em uma moldura exterior, uma miscigenação entre meios – o da tradicional televisão com o *metameio* computacional investido da caótica *web*.

Para dar conta de buscar compreender as lógicas internas do programa, bem como o fenômeno que propicia as condições favoráveis para o desenvolvimento de tal mutação (sim, pois, para que a TV aceite uma singularidade tão destoante em sua programação, só pode haver um fenômeno em andamento), deixamos de lado algumas preocupações e especificamente alguns conceitos com os quais estivemos trabalhando no desenvolvimento do olhar da pesquisa sobre outro objeto, anterior ao aparecimento de nosso empírico de interesse aqui constante. Muito embora ainda permaneça uma preocupação fundamental. Uma característica constante, uma memória, que une os muitos objetos que por ventura vieram a cruzar caminho do nosso olhar no momento da coleta na pesquisa empírica. Chegamos, enfim, ao conceito que será o fio condutor de no percurso da pesquisa (da vivência, do olhar) bem como no percurso deste texto, que é uma a molduração nevrálgica da nossa contemporaneidade, a qual Manovich (2013) chama de *remixabilidade profunda*. Trata-se de um novo paradigma cultural, próprio de nossa época, que abriga sob sua chancela uma série de objetos midiáticos híbridos, alastrando-se ainda para além dos limites do campo da Comunicação.

A metodologia das molduras, de autoria de Suzana Kilpp (2008), mostrou-se especialmente produtiva para “atacar” o objeto multifacetado, que, por sua vez, encontra-se no interior de outras macromolduras, encerrando dentro dos quadros-limite – as bordas do aparelho emoldurando o écran - os territórios de significação com os quais tratamos ao reter o fluxo da duração televisiva e dissecar cirurgicamente suas partes. Desnaturalizar o olhar habituado, retendo o fluxo dos tempos de televisão; dissecar para olhar dentro das partes; e produzir uma cartografia de afinidades eletivas dentre os elementos inventariados da constituição do objeto empírico, são etapas de procedimentos constantes na metodologia das molduras, pois “para compreender a televisão é preciso um modo de olhar que a desnude de sua aparência, que é de grande apelo e nos cega e ensurdece” (KILPP, 2008, p.12).

O que sucede são os três eixos que buscamos construir, ainda que não de maneira sucessiva ou discriminada em uma padronagem sequencial fixa, mas que guiam nosso olhar em toda extensão do texto para “adentrar o vídeo, atravessar a opacidade das imagens aparentes e chegar à TV dentro da TV – sua imagicidade, ou o propriamente televisivo – que é a sua singularidade em relação a outras mídias” (KILPP, 2008, p.12). Ainda segundo a autora, os três eixos correspondem ao das ethicidades, das molduras e moldurações, e o eixo dos imaginários. A saber:

1. O eixo das *ethicidades*, entendidas como as subjetividades (durações, pessoas, objetos, fatos e acontecimentos) que a televisão dá a ver como tais, mas que são, na verdade, construções televisivas. As *ethicidades* são virtualidades que se atualizam em certas e diversas molduras [...]
2. O eixo das *molduras* e das *moldurações*, entendendo-se as molduras como molduras e quase-molduras que instauram, a partir de seus corpos, suas bordas ou manchas, territórios de significação; e a molduração como um procedimento de ordem técnica e estética que realiza certas montagens no interior das molduras. Com as molduras e moldurações procede-se a uma oferta de sentidos. Como cada termo remete aos demais, proponho que a percepção de uma *ethicidade* deve levar à situação e à compreensão das molduras e moldurações em que ela foi enunciada [...];
3. O eixo dos *imaginários*, que permite a comunicação dos sentidos, entendendo-se o imaginário como o conjunto de marcas de enunciação das culturas (identidades coletivas) [...]; e os imaginários televisíveis como os imaginários televisivos atravessados pela moldura do corpo do espectador – um corpo singularmente inserido na sociedade e na cultura, com um repertório singular de imagens e molduras. (KILPP, 2008, p. 12-13)

Assim sendo, ao identificar os construtos de *ethicidades* (os que nos interessam) que habitam os territórios de significação (igualmente construtos), e os sentidos que incita nos imaginários da audiência, queremos constatar se a remixabilidade profunda, de fato, está investida por sobre as molduras e moldurações de HITRECORD ON TV, como uma superestrutura. E, caso incida, quais são os rastros que estamos seguindo.

O que buscamos empreender é localizar e dar a ver, no construto midiático de HITRECORD ON TV, os rastros de uma molduração da cultura constituída pelo que Manovich (2013) chama de remixabilidade profunda, e em que esta difere da remixabilidade regular. Evidentemente, estamos diante de uma questão estética, pois a remixabilidade, seja como for, incide sobre o modo de ser das imagens, uma vez que precisamos desenvolver uma maneira de lidar com a oferta excessiva de imagens na sociedade tecnocultural. A remixabilidade se dá no nível de um certo fazer próprio, instaurando procedimentos no tratamento das imagens onde que produz, e, com isso, uma lógica formal; ou seja, age desde um plano ético que fundamenta as escolhas estéticas, que, por sua vez, representam a parte visível desse paradigma, não restrito ao processo técnico de produção de imagens. É além disso um fundamento que perpassa e que é a constituição de sua virtualidade.

Empreendemos tal esforço, no capítulo dois, traçando um histórico evolutivo das tecnologias e procedimentos que possibilitaram o desenvolvimento de tecnoestéticas até as suas consequências mais recentes – a remixabilidade profunda. Ainda no capítulo dois, após a ambientação a um meio – o metameio, em específico –, vamos a outro – a televisão –, para, finalmente, culminar no que decorre dessa ponte entre dimensões.

No capítulo três, vamos apresentar formalmente nosso material empírico, buscando realizar um reconhecimento de território, e, assim, fornecer informações relevantes para determinar como se posiciona a HITRECORD ON TV dentro dos âmbitos em que se insere: na produtora, nas emissoras, para o apresentador, na mídia como um todo, etc.

Finalmente, no capítulo quatro, nos dedicamos a uma dissecação que constitui a análise propriamente dita à qual nos propomos desde o título, lançando as bases para discussão, localizando visualmente os elementos próprios da estética híbrida que engendra. Com isso, decorre a necessidade da produção de um conceito que descreva com acuidade esse produto midiático, tarefa que requer um esforço depreendido ao longo de todo corpo do texto, até formular, sobre um alicerce teórico e analítico sólido, o que significa dizer *webvisualidades televisivas*.

2 REMIXABILIDADE

2.1 No Início, Havia o *Hardware*

O computador incidiu drasticamente sobre as mídias existentes, tais como o cinema, a fotografia, as artes gráficas, as quais, depois dele, jamais seriam as mesmas. Mas não foi sempre assim. Os primeiros computadores eram máquinas enormes, pesadas, para processamento de operações matemáticas, com pouca capacidade de armazenamento, ainda mais se comparado ao que temos hoje. Parece-nos até cômico quando nos deparamos com imagens dessas enormes máquinas, que preenchiam salas, ocupavam espaços massivos de *hardware*, com muitos cabos aparentes, e sem qualquer interface gráfica. Algo muito inacessível. Olhamos hoje estas imagens como verdadeiras peças de museu¹², olhamos como quem olha para seus antepassados, e ficamos imaginando o longo caminho até que, o que ocupava metros quadrados e movimentava uma fração irrisória de dados, foi parar dentro do nosso bolso, sob a forma de *smartphone*, *tablet*, *netbook*, muitíssimo mais potentes.

Manovich, à conclusão de *Software Takes Command* (2013, p. 332) – obra que norteia grande parte das discussões desta pesquisa –, afirma que só é possível falar em teoria do *software* levando em consideração a relação intrínseca entre o desenvolvimento paralelo dele e do *hardware*, uma vez que este último participa ativamente no interfaceamento da relação humano-máquina, ao prover o suporte físico que torna possíveis as traduções digitais (algorítmicas) ao analógico (análogo aos sentidos humanos), e vice-versa.

O ENIAC (*Electrical Numerical Integrator and Calculator*) foi o primeiro computador programável, precedido pelo computador eletromecânico de Alan Turing, o Colossus. A história de Turing e do Colossus foi recentemente trazida a público e amplamente disseminada no longa-metragem de 2014, intitulado *The Imitation Game*¹³ (“O Jogo da Imitação”, como foi oficialmente traduzido para o público brasileiro). Em linhas gerais, o filme é biográfico não só porque conta a história de vida de Turing, seus dilemas e conquistas pessoais, mas também porque nos conta a história do nascimento da ciência da computação. Brevemente: em um contexto de Segunda Guerra Mundial, Turing era parte da inteligência militar britânica e desenvolveu uma máquina capaz de interceptar a comunicação do exército

¹² De fato, existe um museu chamado Computer History Museum, localizado em Mount View, na Califórnia, Estados Unidos. No prospecto online, o texto de abertura tem apelo: informa-nos que a história do computador remete há 2000 anos, para logo a seguir explicar que os primeiros modelos datam das décadas de 1940 e 1950. Disponível em: <<http://www.computerhistory.org/visit/>>. Acesso em: 11 fev. 2016.

¹³ Fonte: <<http://www.imdb.com/title/tt2084970/>>. Acesso em: 11 fev. 2016.

alemão, com isso, prevendo onde ocorreriam as ofensivas. Posteriormente, o próprio Alan Turing chegou a participar da elaboração do ENIAC, antes de sua morte trágica e “enigmática”¹⁴.

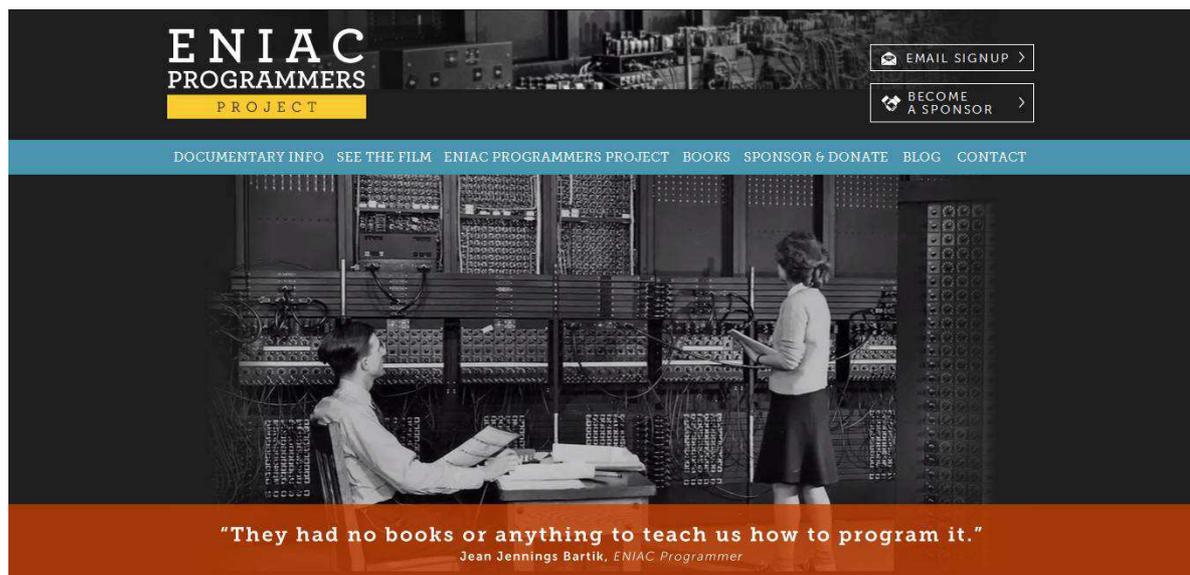
O ENIAC, por sua vez, também teve sua história contada recentemente, no documentário *The Computers*, que revela um fato ocultado até então sobre os primórdios da computação como a conhecemos: o ENIAC teve como programadoras – atividade que até então nem existia, e por isso teve de ser desenvolvida a partir “do zero” – seis brilhantes mulheres, cujas identidades permaneciam anônimas até muito recentemente. O título, “As Computadoras” (em tradução livre) faz alusão ao fato de que o ENIAC realizava operações, apresentava dados, mas esses dados só faziam sentido uma vez que eram “computados”, primeiramente pelas cientistas, em suas mentes, para que então a máquina pudesse ser programada para executar ações repetidas baseadas em regras estabelecidas. Ou seja, as “computadoras” (em espanhol, “Ordenadoras”, nos soa ainda mais próximo da ideia da “ordenação da leitura de dados”), estavam de fato inventando a programação de *software*, o que representa o ponto crucial que deflagra o início da revolução digital – que só começa a se tornar realidade ao final dos anos 1970. Lê-se, em uma das imagens cambiantes da capa do site do projeto ENIAC Programmers (figura a seguir): “Eles não tinham livros ou qualquer coisa que nos ensinasse” (tradução nossa). O computador, ao desenvolver sua capacidade programática, emula toda gama de linguagens previamente existentes, bem como constrói suas próprias, o que gera um impacto não só sobre o campo da Comunicação, como também incide drasticamente sobre todas as áreas da vida humana. É possível afirmar, sem perigo de incorreção, que as marcas produzidas por essas tecnologias são tão profundas que inauguram uma nova era para a civilização – quiçá para o ser humano como espécie – ao alterar as relações tempo-espaciais entre indivíduos, sociedade e campos de conhecimento.

Tal feito, a invenção da programação de *software* computacional, é de autoria de seis mulheres às quais o reconhecimento havia sido negado até hoje, ano de lançamento do documentário, precisamente setenta anos depois (1946-2016). Merecem reconhecimento: Kathleen McNulty Mauchly Antonelli, Jean Jennings Bartik, Frances Snyder Holberton, Marlyn Wescoff Meltzer, Frances Bilas Spence e Ruth Lichterman Teitelbaum

¹⁴ Ironicamente, além do mistério envolvendo a *causa-mortis* de Turing, a máquina que ele estava a desenvolver chamava-se “Enigma”. Fonte: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/1111611-alan-turing-a-vida-curta-e-brilhante-e-a-morte-tragica-de-um-enigma.shtml>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

O *ENIAC Programmers Project*¹⁵ reúne um acervo de imagens e vídeos datados da década de 1940, bem como relatos das cientistas, e visa preencher uma lacuna histórica acerca do surgimento do computador – essa metamídia, nos termos de Manovich –, bem como coloca a questão da iniquidade de gêneros em mais essa esfera de atuação civil, ou seja, a da engenharia da computação, uma vez que essas pioneiras permaneceram praticamente anônimas por setenta anos.

Figura 1 – Página inicial do website ENIAC Programmers Project



Fonte: <<http://eniacprogrammers.org/>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

Até o momento, o *ENIAC Programmers Project* difundiu visibilidade ao tema, de modo que diversas premiações¹⁶ têm sido concedidas, desde 1997, em reconhecimento às importantes realizações do grupo, em uma tentativa de reparação retroativa, mas que também ajudam a movimentar o debate sobre o tema que permanece um tabu, em grande parte. O produto final culminou no documentário “*The Computers*” citado anteriormente, que estreou em 2015, e até o início de 2016 só era possível assistir em exibições presenciais especiais, mas, atualmente, encontra-se disponível *online*, na seção *on demand* do Vimeo¹⁷. Em texto divulgado na página inicial do site do projeto – reproduzido a seguir –, lê-se (tradução nossa):

¹⁵ <http://eniacprogrammers.org/>

¹⁶ <http://eniacprogrammers.org/eniac-programmers-project/awards/>

¹⁷ <https://vimeo.com/ondemand/eniac6>

Figura 2 – Exibições do documentário

The screenshot displays the website for the ENIAC Programmers Project. At the top, there is a navigation bar with links for DOCUMENTARY, PRESS INFO, ENIAC PROGRAMMERS PROJECT, CREDITS & SPONSORS, and CONTACT. Below this is a large banner image featuring a woman looking at a computer terminal, with the title 'THE COMPUTERS' overlaid. A red bar at the bottom of the banner announces the 'THEATRICAL PREMIERE: MAY 29 - JUNE 4, 2015, NEW YORK CITY'. Below the banner, there are two columns of text: 'ENIAC PROGRAMMERS PROJECT' and 'ABOUT THE DOCUMENTARY'. The 'DOCUMENTARY SCREENINGS' section lists four dates: Sept 10, 2015 (Tahoma Park Screening), May 31, 2015 ('The Computers'), May 30, 2015 ('The Computers'), and May 29, 2015 ('The Computers'). The 'THE LATEST REVIEWS' section contains two testimonials with 'MORE >' links.

Fonte: <<http://eniacprogrammers.org/>>. Acesso em: 11 fev. 2016.

2.2 Software e Metameio

Apesar do sucesso em termos do avanço tecnológico que conquistou, não se pode dizer que o ENIAC tenha representado uma mudança de paradigma cultural. A vastidão e o peso de seus componentes, a mão de obra especializada, necessária para operá-lo, e o fato de constituir uma ferramenta de aplicabilidade a fins bélicos das Forças Armadas americana, faziam dele um objeto (ou um ambiente inteiro, devido ao seu tamanho) inalcançável.

Nas palavras de Manovich (2013, p. 102), o computador deixa de ser apenas uma “máquina versátil” (pois programável) para se tornar uma “máquina cultural” apenas a partir da década de 60, quando visionários como J. C. R. Licklider, Ivan Sutherland, Ted Nelson, Douglas Engelbart, Alan Kay, Nicholas Negroponte e Seymour Papert desenvolvem

Em 1946, seis brilhantes jovens programaram o primeiro computador totalmente eletrônico programável, o ENIAC, um projeto conduzido pelo exército dos Estados Unidos, na Filadélfia, como parte de um projeto secreto na Segunda Guerra Mundial. Elas aprenderam a programar sem linguagem de programação ou ferramentas (pois nada disso existia) – apenas com diagramas lógicos. À época que elas concluíram, o ENIAC calculava uma trajetória balística – uma equação de cálculo diferencial – em segundos. Entretanto, quando ENIAC foi revelado à imprensa e ao público, em 1946, as mulheres nunca foram apresentadas; elas permaneceram invisíveis.

O ENIAC *Programmers Project* dedicou-se nos últimos 20 anos a pesquisar seu trabalho, gravar suas histórias, e buscar as honras para as Seis do ENIAC – as grandes mulheres do ENIAC.

aplicações tais como editor de texto e desenho de formas. O computador só se torna um meio cultural quando passa a se apresentar através de uma interface gráfica ao usuário – GUI é a expressão em inglês para *Graphic User Interface*. Se até então os dados gerados por computador eram visualizados em papéis impressos (e em cartões perfurados que armazenavam alguma quantidade limitada de dados), o monitor, tela ou écran, na década 80, é o *link* que faltava para a interação do usuário leigo (leigo em oposição aos engenheiros que, até o momento, eram os únicos a terem acesso) com o mundo digital. O monitor de fósforo apresentava caracteres verdes em um fundo preto, no qual linhas de comando eram inseridas através de um teclado alfanumérico. Somente no final da década de 80 surgem os monitores a cores, que, nos anos 90, se popularizam, e só então se torna possível trabalhar com imagens.

Velvet Revolution é a metáfora de Manovich para o processo que se deflagra na década de 1990. A expressão que usamos em português é “Primavera de Praga” (que não funciona para produzir o mesmo sentido da metáfora, como em inglês), que se refere à transição não violenta da Tchecoslováquia do comunismo à democracia. Também conhecida como *Gentle Revolution*, ou “revolução suave” em tradução livre, a expressão busca “ênfatisar o ritmo gradual, quase invisível das transformações que ocorreram na estética das imagens em movimento entre, aproximadamente, 1993 e 1999.” (MANOVICH, 2013, p. 253).

A interface gráfica de intermédio humano-computador representa uma mudança radical se pensarmos na nossa relação com as mídias tradicionais da sociedade industrial, tais como o livro e a fotografia, até o século XX. O que as diferencia substancialmente das máquinas nas quais manipulamos igualmente páginas de conteúdos de linha e páginas de conteúdo de superfície (texto e imagem), é que, naquelas, *hardware* e *software*, ou seja, os suportes e os conteúdos eram indissociáveis: livro e texto; película sensibilizada com nitrato de prata (para inscrição), papel fotográfico (no produto finalizado) e imagem.

Manovich (2013, p.92) sobre isso comenta que, nesse contexto histórico, para que uma dada mídia pudesse desempenhar novas ações, deveria adquirir novas propriedades que passavam necessariamente por uma mudança de suporte físico. Já no *hardware* computacional, para que diversificadas e até inéditas ações sejam executadas, basta que a programação de regras do *software* seja alterada internamente, e até mesmo que um totalmente novo programa seja escrito através das linhas de códigos binários. Isto é, *hardware* e *software* deixam de ser um só, e essa quebra de paradigma revoluciona completamente o status daquilo que chamamos de meios, suportes, ou mídias.

É evidente, como havíamos dito, que foi necessário que os suportes passassem a ter maior capacidade de performance e armazenamento para que o *software* pudesse se desenvolver, incidindo inclusive sobre o *hardware*. Como resultado, temos muitos diferentes tipos de *gadgets*, que nos “alfabetizam” em seus gestos de manuseio específicos, como o GPS, *tablet*, *smarthphone*, *notebook* e ainda outros. Como objetos de *design*, esses *gadgets* produzem novos obstáculos, novas necessidades artificiais, criando uma dinâmica de evolução constante para que sejam compatíveis com todo tipo de extensão de arquivo, e, assim, garantindo a função de compartilhamento, que é uma das necessidades do usuário habitante das redes sociais. Em aparelhos móveis que se utilizam de sistemas operacionais diferenciados como o Android (mais popular) e o iOS (da Apple), os programas são chamados de *apps*, ou aplicativos. São diferentes maneiras de dizer *software*, em última análise.

A programação de *software* permite ao computador executar a performance das mídias tradicionais, desempenhando as mesmas funções, com as mesmas características. Porém, aqui reside seu diferencial: muitas outras propriedades ou funcionalidades, até então inexistentes – impossíveis, se considerando o estado da técnica nos séculos XIX e XX – podem ser desenvolvidas e desempenhadas pelo computador (muito importante), sem a exclusão das ferramentas e funções dos aparelhos pré-existentes. Falamos hoje em fotografia digital, em vídeo, ou melhor, em *motion graphics*, mais do que em filmes (os rolos de filme ficam reservados ao grande cinema), em função da popularização das tecnologias que hoje são diariamente utilizadas por grande parte da população mundial, sem exclusão etária e, muitas vezes, presentes em classes sociais de insegurança financeira, inclusive.

Este é, pois, o *princípio da extensibilidade permanente* (MANOVICH, 2013, p. 91): a mídia computacional, através da programação, é capaz de acumular funções sem prejuízo das anteriores, agregando continuamente funcionalidades. É, nesse sentido, que Manovich fala em *metamedium*, que traduzo por “metameio”, que significa dizer que “a propriedade que é mais importante do ponto de vista da história da mídia é *que o metameio-computador é simultaneamente um conjunto de diferentes mídias e um sistema para geração de novas ferramentas de mídia, e novos tipos de mídia*” (2013, p. 102, tradução nossa¹⁸). Dito de outra forma, o computador “pode ser usado pra criar *novas ferramentas para trabalhar com os*

¹⁸ Do original: “the property that is the most important from the point of view of media history is that *the computer metamedium is simultaneously a set of diferent media and a system for generating new media tools and new types of media*”.

tipos de mídia os quais já provém, bem como desenvolver novas mídias ainda-não-inventadas.” (2013, p.103, tradução nossa¹⁹).

Portanto, “metameio”, para Manovich (2013), pode ser compreendido através de uma ideia de autogeração. Podemos dizer que a geração de si ocorre da sobreposição de propriedades – da emulação das mídias pré-existentes, do desenvolvimento de capacidades próprias do meio digital para lidar com as existentes e ainda as que surgem nativas do ambiente computacional – sem esquecer: sob o princípio da extensibilidade permanente, sabemos, com certeza, que muito mais, do que ainda não temos hoje, será inventado.

O metameio é, portanto, um ambiente “controlado”, como um ecossistema, no qual uma simultaneidade de durações midiáticas compõe uma ecologia cujas espécies – as mídias – estão em pleno estado de trocas. Tensionamentos, intercâmbios, misturas e contaminações de toda espécie podem ocorrer no processo de reprodução, isto é, de combinações, bastando o olhar criativo de um designer de programação ao realizar esses cruzamentos.

2.3 O *Software* e as Novas Mídias

A programação de *software* é essencialmente uma atividade de contaminação, seja sob a forma de releitura dos códigos abertos, pelo desenvolvimento e acoplamento de *plug-ins*, e mesmo sobreposições de compêndios de dados. Só para citar um exemplo bem emblemático, o Google Maps²⁰, Google Earth²¹ e o Google Street View²², apesar de independentes (na verdade o Street View, como se lê no endereço de seu link, é subsidiário do Maps), remetem uns aos outros, sobrepõem-se, formando camadas de molduras de *software* que foram gradativamente sendo adicionadas uma a uma com o passar do tempo. Como resultado, temos uma padronização da crosta terrestre, um globo virtual onde é possível visualizar mapas em 2D e 3D, os quais encerram um número significativo de tipos de pacotes de dados, mesclando o clássico mapa rodoviário com visualização aérea do percurso em imagens de satélite, drone, de algum dos veículos mapeadores do Street View, o ponto exato em que se está nessa linha de percurso através da leitura do GPS, e, ainda, comentários, recomendações e críticas dos usuários aos estabelecimentos nesse percurso e às condições da via; relevo, vegetação e condições climáticas; estatísticas; quanto tempo cada meio de transporte leva para cruzar de

¹⁹ Do original: “can be used to create *new tools for working with the media types it already provides as well as to develop new not-yet-invented media.*”

²⁰ <https://www.google.com.br/maps/>

²¹ <https://www.google.com.br/intl/pt-BR/earth/>

²² <https://www.google.com/maps/streetview/>

um ponto A ao B – totalizando uma superfície de sete milhões de milhas mapeadas (o que dá mais de 11 milhões e 200 mil quilômetros), de 65 países dos sete continentes.

Resguardadas algumas diferenças entre os produtos, todas essas informações são facilmente localizáveis, se não dentro do domínio em um *outlink* (apontando para fora do *website*) que na verdade é *inlink* para (dentro de um) outro produto do Google. Ou seja, não se sai de fato do meio-ambiente Google, não é preciso, mas sim se flana entre um habitat e outro dessa ecologia. Ao usuário mais bem-adaptado, que alimenta constantemente o banco de dados, postando suas contribuições como fotos, resenhas, classificação opinativa de qualidade e etc., é lhe outorgado a autenticação de Guia Local²³, certificado pelo Google. Esse engajamento da comunidade *online* é recompensado, no sentido do reconhecimento, do acúmulo de capital social desses indivíduos dentro da rede, os quais recebem supostos privilégios como o selo oficial do Google ligado ao seu perfil e também o acesso antecipado a novos produtos da empresa – a qual está na verdade pagando por um trabalho formal com a moeda de troca corrente nas mídias sociais, a do status social e visibilidade *online*.

Figura 3 – Em azul, a superfície terrestre mapeada pelo *Street View*



Fonte: <<https://www.google.com/maps/streetview/>>. Acesso em: 17 mar. 2016.

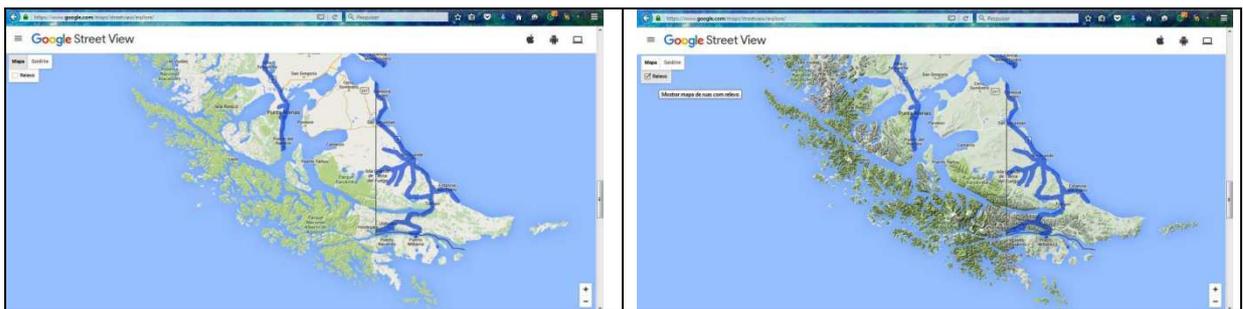
²³ <https://www.google.com/local/guides/>

Figura 4 – Google Street View.



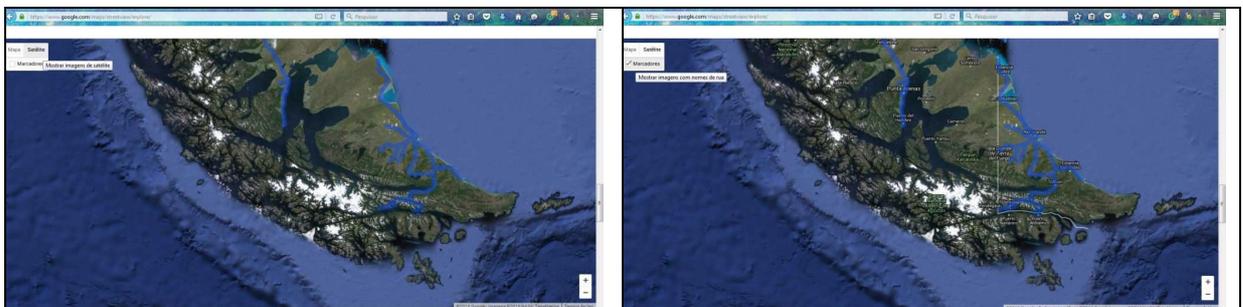
Fonte: Ibidem.

Figura 5 – Extremo sul do continente americano. Mapa tradicional 2D à esquerda, e à direita em 3D (relevo). Em azul, as rotas mapeadas pelo Google Street View.



Fonte: <<https://www.google.com/maps/streetview/explore/>>. Acesso em: 17 mar. 2016.

Figura 6 – Imagens de satélite. À direita, a opção "marcadores" indica os nomes das cidades e em zoom in os nomes das ruas



Fonte: <<https://www.google.com/maps/streetview/explore/>>. Acesso em: 17 mar. 2016.

A “contaminação” à qual nos referimos – verbete a que recorremos como em um primeiro movimento de aproximação descritiva do fenômeno sobre o qual nos debruçamos – diz respeito à capacidade (melhor dizendo, o imperativo geral) de adicionar, alterar, permear, amalgamar, sobrepor *ad infinitum* propriedades que possibilitem a execução de ações pelo *software*, as quais só dependem da imaginação – e da escrita dos algoritmos – do programador/hacker/designer, posteriormente referendados pela comunidade *online*. Nas imagens de satélite acima, vemos duas imagens ainda mais detalhadas que as duas anteriores, revelando vegetação, picos nevados e até o relevo submarino. À direita, mais uma camada de informação: é possível dar zoom in para encontrar as rodovias e as ruas, com seus nomes.

A ideia de uma contaminação evoca um sentido negativo em alguns setores da ciência clássica, como se fosse possível de fato isolar qualquer materialidade que seja de seu entorno. Reconhecer a contaminação é advogar contra uma certa ideia de pureza, de “originalidade”, de criacionismo. O original, o “novo” nas mídias é uma singularidade produzida desde um agenciamento de trocas transversais; “de uma contaminação entre amostras”; de correspondências entre terrenos inscritos dentro dos limites de diferentes molduras: “Resumindo, as “*novas mídias*” são “*novas*” porque *novas propriedades (por exemplo, novas técnicas de software) podem sempre ser facilmente adicionadas*”²⁴, nas palavras de Manovich (2013, p. 92) acerca do polêmico conceito de “novas mídias”.

Esta é, aliás, uma importante discussão, controversa no meio acadêmico da Comunicação. Incurremos no erro de usar a expressão “novas mídias” como sinônimo de tecnologias computacionais de processamento de dados digitais, ou simplesmente “mídias digitais”; como o antônimo de “analógico”; e no erro de presumir que as “novas mídias digitais”, por si só, representam a revolução avassaladora ocorrida na Comunicação como um todo. Manovich (2013, p. 147) resgata a genealogia do termo “digital”, remontando ao compêndio de artigos da renomada revista de design e tecnologia *Wired*²⁵, publicado na forma de livro, de Nicholas Negroponte, o então diretor do MIT Media Lab²⁶. O livro de Negroponte, intitulado *Being Digital*, de 1996, estabelece o paradigma durante do conceito de digital associado às novas mídias.

²⁴ Do original, em inglês: “In short, ‘*new media*’ is ‘*new*’ because *new properties (i.e., new software techniques) can always be easily added to it*” (tradução nossa).

²⁵ <https://www.wired.com/>

²⁶ MIT: Massachusetts Institute of Technology. <https://www.media.mit.edu/>. O atual diretor do MIT Media Lab é Joi Ito, responsável por introduzir, entre outras inovações, o exercício da consciência meditativa no expediente do Media Lab. <https://www.media.mit.edu/people/joi>. Acesso em: 16 fev. 2016.

Hoje, 20 anos após a publicação de *Being Digital*, Manovich quer refinar a maneira com que lidamos com a questão. Ele é taxativo: “*só existe o software*” (2013, p.147, tradução nossa). Vamos a alguns argumentos em relação a isso. Primeiramente, analógico e digital não se antagonizam, pois, para os sentidos humanos, aquilo que é ouvido, visualizado, percebido, é obrigatoriamente analógico, ou seja, análogo aos sentidos humanos, perceptível ao corpo.

Lidamos com o digital através de uma interface de computador que transmuta os códigos binários em manifestações perceptíveis, logo, não faria sentido ler linhas e linhas de sequências binárias que representem as cores de uma imagem. Aquilo que está no limiar das trocas é a interface computacional, no contato físico do *hardware* e nas traduções legíveis do *software*. Com isso, percebemos que o analógico e o digital são partes de uma experiência sensorial. É preciso que o *software* do editor de texto faça a conversão dos impulsos eletrônicos do teclado em que escrevo em letras, palavras, parágrafos. Só assim, na interface do editor de texto, que, de maneira análoga ao papel, posso exercitar a escrita. “A mudança para o digital habilita o desenvolvimento dos *softwares* de mídia – mas não constrange as direções nas quais ela já evoluiu e continua a evoluir” (MANOVICH, 2013, p.149, tradução nossa²⁷).

Outro ponto reside nas mídias em si, pois não é o *hardware* que determina todas as funcionalidades de uma câmera digital; não é o computador, sem um sistema operacional, que permitirá visualizar e tratar as imagens capturadas. Não são as “mídias digitais” ou as “novas mídias” que irão determinar a capacidade de processamento e os atributos intrínsecos, mas o *software* contido nelas. São as propriedades de determinado *software* que irão possibilitar manipular as informações desta ou daquela forma. Quanto mais complexo for seu *software*, mais ações irá desempenhar uma câmera fotográfica, por exemplo. Evidentemente que o corpo físico da câmera, seu *case*, componentes e uma lente de boa qualidade, são fundamentais para abrigar o *software* de comandos, que, por sua vez, irá ordenar os mecanismos da materialidade física da lente, da abertura do diafragma, o tempo de exposição e muitíssimas outras funcionalidades além dessas que já existiam nas primeiras máquinas fotográficas. Portanto, quando falamos em “novas mídias”, que isso nos remeta ao princípio da extensibilidade, isto é, a capacidade de adicionar mais e mais propriedades ao *software*, sem prejuízo das funções anteriores.

²⁷ Do original: “The shift to digital enables the development of media software – but it does not constrain the directions in which it already evolved and continues to evolve.”

Isso significa que os termos “mídias digitais” e “novas mídias” não capturam muito bem a singularidade da “revolução digital”. (Eu gosto do termo “computação de mídia” – entretanto não é utilizado amplamente senão em algumas comunidades de ciência da computação principalmente na Europa). Por que eles não funcionam? Porque todas as qualidades das “mídias digitais” não estão situadas “dentro” dos objetos midiáticos. Ao contrário, todas elas existem “fora” – como comandos e técnicas de visualizadores de mídia, animação, composição, e *software* de edição, *software* de mecanismo de games, *software wiki* [aberto, colaborativo], e todas as outras “espécies” de *software*. (MANOVICH, 2013, p. 149, tradução nossa²⁸)

Portanto, não se tratam dos dispositivos em si mesmos, tampouco os dados gerados. Nós interagimos, visualizamos e moldamos os conteúdos audiovisuais através das técnicas e ferramentas (propriedades – de editar, de compartilhar, etc.) ofertadas pelo *software*. “Para resumir essa discussão, deixe-me fazer uma enfática afirmação: *não existe tal coisa como uma ‘mídia digital’*. *Existe apenas software – aplicado à mídia (ou ‘conteúdo’)*” (MANOVICH, 2013, p. 152, tradução nossa²⁹).

A partir de tal “*bold*” afirmação (enfática, ousada), compreendemos que toda capacidade humana de processamento de informações digitais, não só na área da Comunicação, está subordinada ao *software*. Especificamente em termos de audiovisualidades, isso significa o estágio das técnicas para produção de objetos midiáticos audiovisuais. A centralidade do *software* é um entendimento crucial na tentativa de compreender com o que estamos lidando; até onde nossa capacidade técnica e intelectual pode realizar; qual a natureza das imagens?

2.4 Evolucionismo, Hibridização e Cultura do *Software*

Uma vez que dependemos das propriedades do *software*, do que essas propriedades dependem? Manovich (2013) recorre a diferentes metáforas, e uma, prolífica, é a metáfora da evolução biológica para abordar a evolução do metameio computacional. Sendo assim, de acordo com o proposto anteriormente perguntamos: como “nascem” os *softwares*? Quem, ou o que determina o surgimento de “novas espécies” de *software*? De imediato, a imagem-

²⁸ Do original: “This means that the terms “digital media” and “new media” do not capture very well the uniqueness of the “digital revolution.” (I like the term “media computing”—however it is not used widely apart from some communities in computer science primarily in Europe). Why do they not work? Because all the new qualities of “digital media” are not situated “inside” the media objects. Rather, they all exist “outside”—as commands and techniques of media viewers, authoring software, animation, compositing, and editing software, game engine software, wiki software, and all other software “species.”

²⁹ Do original: “To summarize this discussion, let me make a bold statement. *There is no such thing as “digital media.” There is only software— as applied to media (or “content”).*”

lembrança do esquema que ilustra a cadeia do ciclo da vida emerge, e assim formulamos: como nascem, crescem, se reproduzem e morrem os *softwares*?

O *software* dura. E no movimento de sua duração não cessa em cambiar – princípio extensivo a toda matéria, e basilar da constituição do *software*. Devém de sua duração a memória que acumula, na qual se sobrepõem camadas de passado presente, dos antecessores (naturais de áreas diversas, e, por isso, pulverizados) que, em suas próprias durações, evoluíram até a culminância do que dispomos em tecnologia, na realidade atual, e ainda a expectativa de um porvir que é uma realidade virtual latente de mutações ainda não concebidas – ou talvez concebidas, mas carecendo de meios ou de técnicas para execução, talvez disponíveis em um tempo futuro. Notadamente, o consagrado diretor de cinema George Lucas foi o primeiro a utilizar efeitos computadorizados em filmes, e isso porque até então tais efeitos não existiam. *Star Wars*, lançado em 1977, conta com efeitos especiais analógicos tanto na criação dos cenários quanto na ação do filme de ficção científica. Após quase trinta anos, o filme é relançado pelo próprio George Lucas, dessa vez com a substituição de diversos elementos de *live action* (o que Manovich [2013] prefere chamar de *lens-based images*, ou imagens baseadas em/capturadas por lentes, que, assim como *live action*, se refere àquilo que podemos descrever como “3D analógico”) por inserções de CGIs (*Computer Generated Imagery*).³⁰ O que ele fez foi desenvolver a tecnologia, de que até então carecia, para realizar imagens ainda mais fidedignas àquelas de sua imaginação – um aprimoramento de um virtual-real³¹ existente, para ele, e que já dispunha de uma versão (o atual possível à época do primeiro lançamento de *Star Wars*, datado de 1977). Lucas é, portanto, pioneiro nas tecnologias *software* para produção audiovisual – e até de algumas que se replicaram tanto que tocam nossa vida cotidiana, executadas em certos utilitários domésticos³². Eis o sucesso de um *software*, quando sua usabilidade é extensiva a muitas aplicações em diferentes esferas do conhecimento e da vida humana, inclusive para além do que seus idealizadores imaginavam.

³⁰ Referência: dissertação de mestrado de Daniel Bassan Petry (UNISINOS), intitulada “01010110 01000110 01011000: EFEITOS VISUAIS E SOFTWARES NO CINEMA DA NOVA HOLLYWOOD” (2013, p.91). Disponível em: < <http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/3318/Daniel%20Bassan%20Petry.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 04 abr. 2016.

³¹ Segundo a filosofia bergsoniana, real e virtual não são antagônicos. O real é que se divide em duas tendências: uma de ser, de potência, de devir – virtual – e uma de agir, de se realizar, se materializar – atual.

³² Fonte: Dois artigos do portal Terra, seção de Hardware e Software. Disponíveis em: <<http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI533819-EI15607,00-A+tecnologia+deve+muito+a+George+Lucas.html>> e <<http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI533789-EI15607,00-Criador+de+Star+Wars+e+pioneiro+da+tecnologia.html>>. Acesso em: 04 abr. 2016.

O *software* é vivo, pois, produzido e disseminado desde o engajamento de toda uma comunidade de visionários, usuários, designers de *software*, e engenheiros da computação, que trabalham produzindo e testando propriedades que, assim como no meio natural, contribuem para a melhor adaptação de uma dada espécie ao meio ecológico em que está inserida. Caso haja sucesso de sobrevivência, o *software* pode ser replicado *ad infinitum*. George Lucas, como citado, não criou tudo sozinho, mas conta com uma grande equipe, como descrita acima. Ou melhor, equipes, pois é dono de diferentes empresas que se destinam a fins específicos:

Além da divisão da Industrial Light & Magic, divisão da Lucasfilms para efeitos especiais, a Lucasfilm para produção de cinema, a Skywalker Sound para pós-produção de áudio e da LucasArts para videogames, George Lucas inspirou ainda a Pixar, a Avid e a Sonic Solution, já citadas. Outras empresas incluem a desenvolvedora de efeitos visuais Visual Concept Entertainment, o estúdio de produção Digital Domain e as companhias de videogame BioWare e Nihilistic Software. (PORTAL TERRA, 2016).

O desenvolvimento de um *software* é marcado por um processo profundamente fragmentado, dependente de uma série de fatores, de etapas. Da adaptação de suas propriedades a diferentes tipos de ambientes ecológicos, da utilidade que proverá ao usuário, da posição que terá no mercado, etc. Para ser agregado, o *software* deve se acoplar, contaminar o ambiente, permear tecidos das camadas de telas, sobrepor moldura sobre moldura, amalgamar-se com outros *softwares*, reproduzir-se em combinação com outras espécies. Ao se combinar, ocorre o processo evolutivo sob a forma de mutações. Manovich corrobora:

Todas essas mutações de *software* e novas espécies de técnicas de *software* são profundamente sociais – elas não vêm simplesmente de mentes individuais ou de alguma propriedade “essencial” de um computador digital ou rede de computadores. Elas vêm de *softwares* desenvolvidos por grupos de pessoas, vendidos para grandes grupos de usuários, e então constantemente refinados e expandidos para permanecerem competitivos em relação a outros produtos na mesma categoria de mercado. (Google e Facebook atualizam seus códigos algumas vezes por dia; GitHub, o popular *software* de serviço de hospedagem, atualiza seu código dezenas de vezes por dia. (MANOVICH, 2013, p. 149, tradução nossa³³).

³³ Do original: “All these software mutations and new species of software techniques are deeply social—they do not simply come from individual minds or from some “essential” properties of a digital computer or a computer

O princípio da extensibilidade permanente na cultura do *software* associa-se à metáfora evolutiva, uma vez que sua premissa é a da constante mutação, através de combinações entre tipos. A extensibilidade permanente é o que permite às mídias serem chamadas de “novas”, na medida em que isso significa a adição constante de propriedades, de características, ações e aplicabilidades.

Até aqui estamos lançando algumas bases para uma ambientação na tecnocultura, de modo a tratar corretamente algumas questões que são cruciais para o campo da comunicação e, em especial, aos estudos em audiovisualidades. O que pudemos perceber é que existe uma tendência generalizada à horizontalidade de relações. Da mesma maneira que uma propriedade de *software* não pode ser classificada como hierarquicamente superior à outra (não é possível comparar, já que cada algoritmo tem seu valor de usabilidade em si, e a presença de cada propriedade confere a identidade de um tipo diferente – *software* de modelagem 3D, de edição de som, de visualização de documentos criptografados, de publicação de postagens online, etc. –, dentro dos quais, ainda, cada produto/marca é uma mutação, uma combinação específica de elementos constitutivos); na cultura do *software*, tanto as grandes empresas como os desenvolvedores individuais estão em plena corrida no desenvolvimento de mais propriedades de *software* que criem mutações mais interessantes, as quais passam obrigatoriamente pela aceitação de toda comunidade de usuários digitais para sua “institucionalização”, por assim dizer, daquilo que percebemos como hegemônico. O sucesso de uma espécie de mutação é o resultado de um processo partido em muitas secções, fragmentado em todas as suas etapas, e depende, em última análise, do reconhecimento das pessoas que constituem a comunidade mundial.

Assim, chegamos a um ponto que estávamos construindo. Partindo da prerrogativa de que estamos indubitavelmente numa sociedade tecnocultural, compreendemos que a cultura do *software* está amplamente difundida, não só restrita a ambientes de interface humano-computador, mas permeando o tecido comunicacional e gerando mutações em todos os âmbitos, no que é conhecido como “softwarização da cultura”. Deste muito amplo cenário, nos interessa o que isso acarreta para o audiovisual e que estética produz essa softwarização.

Apresentamos nossa proposta, a de analisar HITRECORD ON TV sob a luz que incide desde a angulação em que nos colocamos. Propomos objeto midiático para dissecar, a fim de

network. They come from software developed by groups of people, marketed to large numbers of users, and then constantly refined and expanded to stay competitive in relation to other products in the same market category. (Google and Facebook update their code a few times a day; GitHub, the popular software hosting services, updates its code dozens of times a day.)”.

identificar e autenticar rastros que possamos caracterizar como emblemáticos de uma softwarização que extrapola os limites do metameio, contaminando as demais mídias. Trata-se de um audiovisual desenvolvido para um meio de comunicação ao qual estamos muito bem familiarizados, que é a televisão. Embora, à primeira vista, pareça um meio tradicional, HITRECORD destaca-se, ao destoar, diferenciar-se (de si) ao demonstrar traços sintomáticos da “viralização” da cultura do *software*. HITRECORD ON TV só é concebível dentro de um contexto em que o estágio da técnica e a mentalidade incutida no modo de agir dessa técnica – ou melhor dizendo, a ética dessa estética – produz um modo de ser e agir próprios da tecnocultura, dados a ver no construto televisivo que focalizamos.

Se as prévias restrições na tecnologia da animação – desde os primeiros brinquedos óticos no início do século XIX até o sistema padrão de animação [*cel animation*] no século XX – resultaram uma estética de mudanças temporais limitadas e discretas, as interfaces de *software* de animação de computador rapidamente levaram a uma nova estética: a das contínuas transformações da maioria (ou todos) elementos visuais dentro de um frame. (MANOVICH, 2013, p. 311, tradução nossa³⁴).

HITRECORD ON TV é um produto nativo da cultura do *software*. Seus elementos constitutivos são fragmentos, são amálgamas, contágios entre regimes visuais. Nesses termos, sentimos o impacto no ritmo acelerado em que somos interpelados por imagens cambiantes, testando nossas habilidades de leitura dinâmica de superfícies (imagens). O que nos é ofertado a assistir são colaborações criativas cujo modo de produção se dá entre pessoas de uma comunidade que, conjuntamente, autenticam esses audiovisuais, tal e qual ocorre com a institucionalização dos *softwares* (resguardadas as devidas proporções).

Estamos assistindo a televisão, sim, mas podemos ver através das camadas constitutivas, elas não nos são escondidas. A linguagem de HITRECORD ON TV é marcada por enquadramentos desnivelados, que revelam o *backstage* e os holofotes acima; por texturas de imagem típicas de gravações amadoras ou de câmeras não profissionais; por câmeras por detrás das câmeras; cenas que iniciam antes de o *chroma-key* ser ativado; letreiros de abertura de curtas-metragens que trazem informações discriminatórias acerca dos elementos visuais constituintes, apontando para eles; e um apresentador que está sempre revelando o processo

³⁴ Do original: “If previous constraints in animation technology—from the first optical toys in the early nineteenth century to the standard cel animation system in the twentieth century—resulted in an aesthetics of discrete and limited temporal changes, the interfaces of computer animation software quickly led to a new aesthetics: the continuous transformations of most (or all) visual elements appearing in a frame.”

de produção, explicando-o ludicamente. A contaminação entre as mídias – o meio computacional e a televisão – é fundante da estética e do modo de ser de HITRECORD. Age nele o princípio da extensibilidade permanente, da adição de elementos constitutivos, da cocriação e curadoria de toda uma comunidade. É, enfim, uma materialidade midiática que se apresenta como metáfora para a cultura do *software*: uma mutação.

E, por falar em mutação, vamos aqui permanecer em um dos caminhos possíveis (e ingressar em outros, posteriormente) para explicação do fenômeno comunicacional da revolução midiática proporcionada pelo *software*, a fim de exercitar os *links* que o tema propõe: o da metáfora biológica, evolutiva, darwiniana. Interessa compreender melhor como ocorrem as contaminações entre as “espécies” (os suportes midiáticos e suas propriedades), como decorre o processo de mutação (identificando padronagens de espécies que se misturam), e, finalmente, como se comporta cada indivíduo (nosso caso, a HITRECORD ON TV). Ou seja, exercitar o olhar sob a luz das diferentes analogias na tentativa de cobrir aspectos variados do objeto empírico, partindo, desde já, do entendimento de que se trata de um produto audiovisual que constitui uma mutação midiática entre espécies.

A hibridização é constituinte do segundo estágio das mídias (MANOVICH, 2013, p.46), também chamado de estágio da softwarização. Melhor dizendo, a hibridização é prerrogativa da softwarização da qual devém. Se, no primeiro estágio, o mote era a simulação das mídias existentes de maneira autônoma entre si, dentro do suporte do metameio computacional, na segunda etapa, as mutações passam a ocorrer. Isto é, a convivência de espécies midiáticas em um mesmo “ecossistema”, eventualmente, passou a produzir simbioses, trocas de “material genético” entre elas. Essa cruzada de DNAs pode ser pensada como metáfora da cruzada de programações de *software*, cujos programas resultantes passam a conter propriedades e aplicabilidades em comum, ou ao contrário, muito diferentes entre si, uma vez que a cruzada de duas espécies pode resultar em uma que não pende nem para uma, nem para outra, mas em uma espécie totalmente nova, *híbrida*, deflagrando um processo evolutivo.

A passagem do tempo, que é um dos fatores condicionantes da evolução biológica, vem a calhar nesse aspecto, pois, desde os primeiros computadores até o segundo estágio, o da hibridização, podemos contar algumas décadas. Manovich aponta o artigo seminal de Alan Kay e Adele Goldberg, intitulado “*Personal Dynamic Media*”³⁵, que data de 1977, como demarcatório e premonitório do que o metameio computacional veio a se tornar. Porém, é

³⁵ Referência: <http://www.newmediareader.com/book_samples/nmr-26-kay.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2016.

somente no período chamado por Manovich, metaforicamente, de *Velvet Revolution*, entre os anos de 1993 e 1999, que, de fato, essa “revolução digital” acontece, de tal maneira a mudar o paradigma estético vigente.

Se na cultura moderna o “experimental” e o “*avant-garde*” se opunham ao normalizado e estável, essa oposição largamente desaparece na cultura do *software*. E o papel da mídia *avant-garde* é performatizado não mais por artistas, individualmente, em seus estúdios, mas por uma variedade de jogadores, dos muito grandes aos muito pequenos – de companhias tais como a Microsoft, Adobe e Apple até programadores independentes, hackers e designers. (MANOVICH, 2013, p. 93, tradução nossa³⁶).

Como já vimos, não haveria relação interativa homem-máquina sem um *software* que ordenasse a informação digital para nossa usabilidade, portanto o *software* carrega todas as informações que tornam a comunicação em mão dupla viável. Se o princípio do *software* é o da adição permanente (de recursos, características, ferramentas, linguagens) através do contágio com outros *softwares*, que podem ser de finalidades muito diversas, então a hibridização e a softwarização constituem sinônimos para um mesmo processo nessas duas esferas, orgânica e maquina. “Traduzido para *software*, técnicas de mídia começam a agir como espécies dentro de uma ecologia comum – nesse caso, um ambiente de *software* compartilhado. Uma vez que “soltos” nesse meio-ambiente, eles começam a interagir, mutar, e produzir híbridos.” (MANOVICH, 2013, p. 164, tradução nossa³⁷). Logo, a hibridização é o mecanismo responsável pela invenção das novas mídias, tal como havia previsto o artigo de Kay e Goldberg, no qual se lê que o novo metameio computacional viria a reunir não só as mídias existentes, mas também as ainda não existentes (MANOVICH, 2013, p. 176).

Vamos aqui, por um instante, aproximar as lições biológicas e computacionais, que estamos absorvendo, ao nosso objeto empírico (nos dedicamos a elas, mais pormenorizadamente em um outro momento). Ao implicar a problemática das interações relacionais entre espécies – aqui, midiáticas – não é possível deixar de perceber como a metáfora evolutiva parece falar diretamente do caso de HITRECORD ON TV. Essa característica “sempre-aberta” do programa parece não discriminar quaisquer tipos de

³⁶ Do original: “If in modern culture “experimental” and “*avant-garde*” were opposed to normalized and stable, this opposition largely disappears in software culture. And the role of the media *avant-garde* is performed no longer by individual artists in their studios but by a variety of players, from very big to very small—from companies such as Microsoft, Adobe, and Apple to independent programmers, hackers, and designers.”

³⁷ Do original: “Translated into software, media techniques start acting like species within a common ecology—in this case, a shared software environment. Once “released” into this environment, they start interacting, mutating, and making hybrids.”

imagens, pois suas atrações são como “partes móveis” que podem ser encaixadas de quaisquer maneiras em pé de igualdade com as demais, pois não existe uma padronização de linguagem visual/textura de imagem/formato como um conjunto de regras fixas. Logo, o que se pode esperar é o inesperado. As atrações replicam a característica fundamental da cultura softwarizada que é a da extensibilidade permanente, produzindo singularidades audiovisuais formadas a partir de combinações de fragmentos do banco de dados.

Certamente, trata-se de um programa de televisão, do gênero “de auditório”, em que algumas atividades ocorrem no palco, enquanto outras atrações são chamadas no *playback*. Algumas nomenclaturas utilizadas por emissoras de televisão e matérias jornalísticas, na tentativa de conferir uma unidade identitária ao programa, a fim de descrevê-lo em poucas palavras, podem variar entre “programa de variedades”, de entretenimento, ou independente, e, até mesmo, “de comédia”. Essas características são todas verdadeiras, mas parciais, e servem para dar um sentido de caráter formal desde uma gama das possibilidades existentes dentre as categorias dos audiovisuais no âmbito televisivo. Sendo assim, é dessa maneira que nos localizamos. Entretanto, essas características não encerram a riqueza de processos e linguagens constitutivas que observamos na duração dos 23 minutos de cada programa. Também, na necessidade de “igualar os desiguais” sob um mesmo guarda-chuva identitário, optamos designar este programa como do tipo *híbrido*.

2.4.1 Híbrido *Versus* Multimídia

Um fato alardeado, bem como uma palavra muito usada para descrever as capacidades do computador em superioridade às mídias tradicionais, é *multimídia*, que seria a conjunção em um só lugar de todos os suportes de linguagem de mídia que existiam, até então, separadamente: imagem estática, vídeo, texto, som, etc.

Assim como os híbridos, a linguagem multimídia é própria do estágio de desenvolvimento da mídia computacional, que remonta ao fim da década de 1970 e que ganha consistência em 1980 e 90³⁸. Porém, podemos dizer que ela representaria um sinônimo para o conceito de híbrido? Em parte, todavia uma parte muito pequena. A definição de multimídia é a coexistência de diferentes tipos de mídia, lado a lado. Um texto redigido no Word pode conter imagens, e *hiperlinks*, assim como o texto que escrevo agora, portanto, aquilo que é multimídia já é habituado na nossa vivência diária. Manovich (2013) cita *Power Point* com

³⁸ Manovich (2013) ainda afirma que nos anos 2000 entramos na fase da comercialização dos produtos híbridos (ele cita o Google Earth na página 165), e a conversão dos mesmos aos suportes móveis.

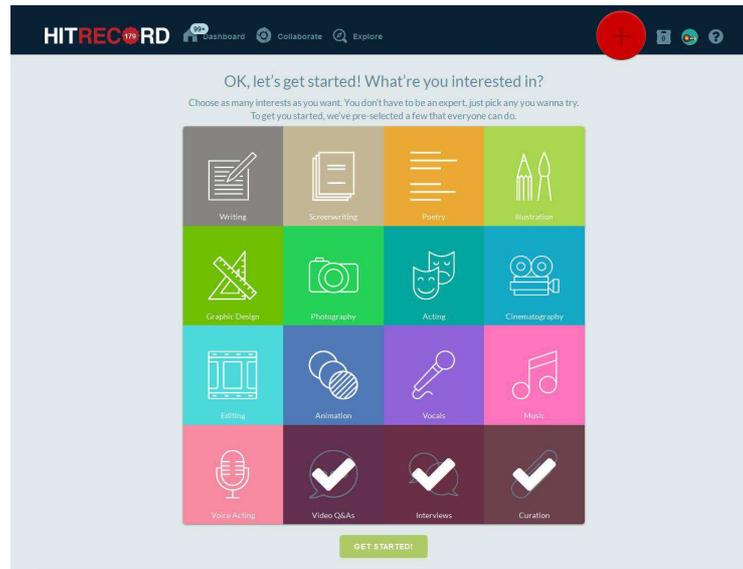
áudio, os anexos dos emails, e praticamente todas as páginas de *web* como exemplares, por apresentarem ferramentas de mídia diferentes, lado a lado, autônomas, à opção do usuário realizar os acessos que lhe interessam. Dessa maneira, temos uma experiência de cada mídia, separadamente. Os elementos estão organizados em seções diferentes, aceitam comandos de ação específicos e são acionados segundo suas próprias leis algorítmicas: “a multimídia não ameaça a autonomia de diferentes mídias. Elas retêm suas próprias linguagens, como, por exemplo, maneiras de organizar dados de mídia, de acessar e de modificar esses dados” (MANOVICH, 2013, p. 169, tradução nossa³⁹).

A ideia do híbrido é que, de alguma maneira, com o passar do tempo, a evolução “natural” entre em cena, de modo que material genético se combine, gerando outro corpo, ou seja, que as programações algorítmicas de *softwares* distintos se combinem para criar um outro com suas próprias leis e técnicas, que não sejam apenas uma reunião das anteriores, mas uma combinação singular que propicie um tipo de experiência singular, materializando uma estética própria.

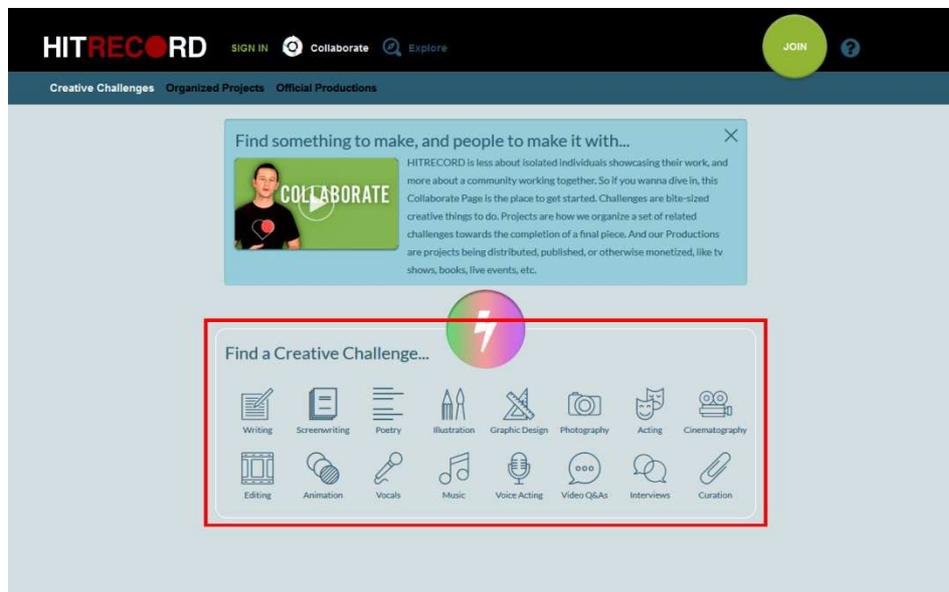
Pensando em HITRECORD, rapidamente identificamos a *webpage* como um tipo de multimídia – Manovich já havia comentado que essa é a realidade da maioria dos *websites*. Logo, após o *logon*, visualizamos uma tela que apresenta as diferentes mídias, lado a lado, para que marquemos aquelas que são de nosso maior interesse. No menu principal de navegação, na parte superior, ao lado do logotipo oficial que nos manda para a página inicial (essa sim, com informações de todo tipo, misturadas), temos as seguintes seções: *Dashboard*, *Collaborate* e *Explore* – ou Painel, Colabore e Explore –, os quais são organizados, separando os diferentes tipos de mídias, e de alguns gêneros dentro dessas mídias, como, por exemplo, existe *Writings* ou “escritas”, de modo abrangente, mas também *Poetry*, afunilado ao subtipo “poesia”. Esse seccionamento, entre diferentes categorias, dispostas lado a lado, configura uma interface multimídia.

³⁹ Do original: “(...) *multimedia does not threaten the autonomy of different media. They retain their own languages, i.e. ways of organizing media data and accessing and modifying this data.*”

Figura 7 – Configuração de perfil

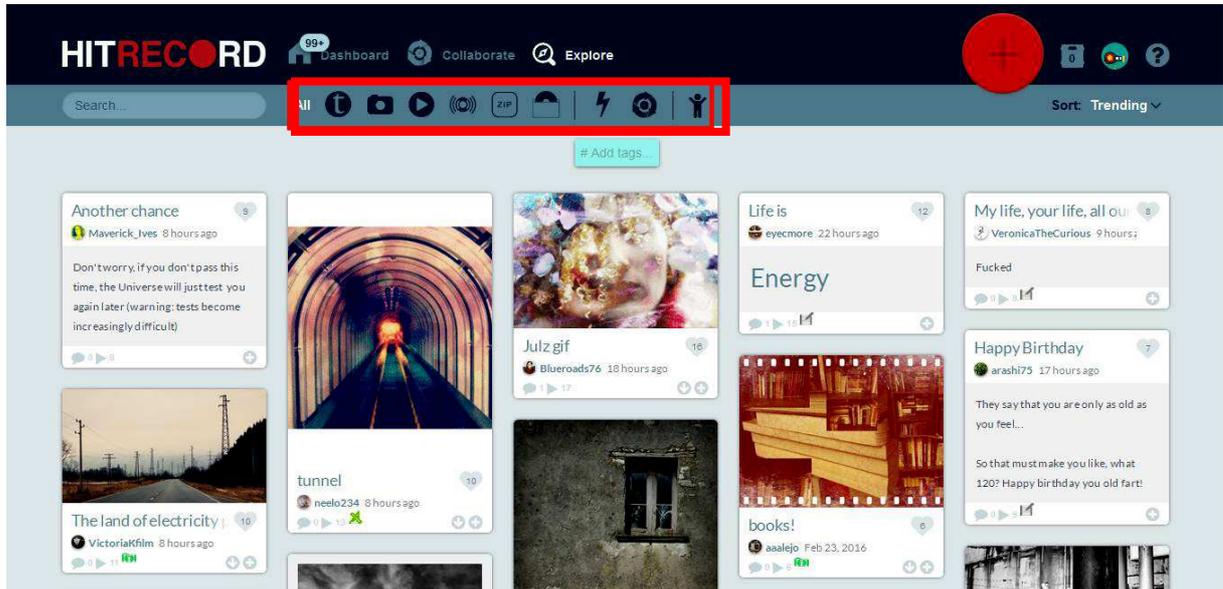


Fonte: <<http://www.hitrecord.com>> Acesso em: 9 fev. 2016.

Figura 8 – Tela: *Collaborate*. Desafios criativos divididos por categorias (destacado em vermelho)

Fonte: Ibidem.

Figura 9 – Tela: Explore. Ícones na parte superior indicam os tipos de mídia (destacado em vermelho)



Fonte: Ibidem.

Multimídia representa, portanto, a maneira através da qual podemos organizar conteúdos digitais e diferentes *softwares* utilizados para visualização e edição desses conteúdos. Para o usuário de *web*, este padrão é habituado. Mas a hibridização da qual viemos falando não se trata simplesmente disso. Ela representa uma alteração mais profunda na estrutura dos conteúdos, que seria, então, a combinação sobreposta destes que, em multimídias, aparecem justapostos, sem interação. Portanto, a hibridização não exclui a multimídia, mas sim dá um passo adiante: “Desde essa perspectiva, as novas *espécies de mídias híbridas* – um único projeto, serviço de *web*, ou programa de *software* – representa o encontro de várias técnicas que previamente pertenciam a diferentes meios”. (MANOVICH, 2013, p. 192, tradução nossa⁴⁰).

A multimídia decorre da softwarização das máquinas, e decorre disso que as linguagens também mudam. Isto é, a transferência, tal e qual, do VHS para o player, com os mesmos comandos, tais como *play*, *pause*, *stop*, *forward*, etc., em nada afeta a experiência que temos de assistir vídeos. Entretanto, se de alguma maneira temos a possibilidade de congelar um momento, capturá-lo, aplicar filtros, percorrer o espaço em simulação 3D, inserir outras imagens no compósito videográfico, realizar montagens espaciais com diferentes telas simultâneas, aí estamos interferindo na estrutura e na estética da imagem, bem como na

⁴⁰ Do original: “From this perspective, the new *hybrid media species*—a single project, web service, or a software program—represents the meeting of various techniques that previously belonged to different mediums.”

experiência que temos dela. De acordo com Manovich (2013), esta é uma maneira de autenticar uma mídia híbrida, a sua reconfiguração estrutural, assim “nós terminamos com uma nova *metalinguagem*, que combina as técnicas de todas as distintas linguagens prévias” (MANOVICH, 2013, p. 170, tradução nossa⁴¹).

A metalinguagem do metameio computacional incide diretamente na natureza das imagens que assistimos. Projeta-se, à luz da metalinguagem, uma estética própria, singular, hibridizada, as quais podemos vislumbrar, especialmente, em certos curtas-metragens de HITRECORD ON TV. Compreendemos, assim, a plataforma *online* multimídia de HitRecord como um metameio, um repositório midiático que provém a possibilidade de criar os evoluídos seres híbridos midiáticos que materializam-se em curtas-metragens, aos quais temos acesso não só no ambiente virtual, mas no meio televisivo, proporcionado por HITRECORD ON TV, provando que a cultura do *software* é uma realidade que atualiza-se sem discriminação de suporte, já que a televisão é uma mídia *pré-software*, “analógica”. Este é, pois, o ambiente tecnocultural do tempo em que vivemos.

Figura 10 – Primeiro curta-metragem exibido em HITRECORD ON TV: motion graphics



Fonte: Arquivo pessoal.

Cabe, aqui, uma importante observação: o termo “curta-metragem” é praticamente conotativo, é um resquício da época em que só era possível capturar imagens em movimento em filmes de rolo, e, por isso, o termo curta-metragem, referindo-se à *metragem* do filme. Com as câmeras digitais, *handcams* profissionais e amadoras que, além de fotográficas,

⁴¹ Do original: “(...) we end up with a new *metalanguage* that combines the techniques of all previously distinct languages (...)”

também gravam imagens em movimento, passamos a utilizar o termo “vídeo”. E “gravar”, ao invés de “filmar”. Vídeo e camadas de diferentes ilustrações caracterizam o primeiro curta-metragem exibido em HITRECORD ON TV como *motion graphics*.

Devido à softwarização e às técnicas de modelagem de cenários, objetos e criaturas em 3D, que, de tão exatas não podemos distinguir daquilo que é ação capturada por lentes videográficas (e “filmográficas”), outro termo surge para dar conta dessa metalinguagem: *motion graphics*.

Na metade dos anos 1990, sequências de imagem em movimento ou curtas-metragens dominados por tipos animados e elementos gráficos abstratos, ao invés de ação “ao vivo”, começaram a ser produzidos em larga escala. Qual foi a causa material para a ascensão dos *motion graphics*? *After Effects* e outras relacionadas aos *softwares* rodando em PCs ou relativamente baratas estações de trabalho gráfico se tornaram acessíveis para casas menores de design, efeitos visuais e pós-produção, e, logo, para designers individuais. E quase da noite para o dia, o termo “*motion graphics*” se tornou bem conhecido. (MANOVICH, 2013, pp. 254-255, tradução nossa⁴²).

2.5 Moldura-televisão

“O filme, na TV, é cinema ou televisão?”. Essa é uma das primeiras provocações a nos interpelar durante o andamento das aulas no PPG. A pergunta soa como que uma charada, um enigma que instiga e faz hesitar quem se arrisca a desvendar. Indagação basal, fundamenta uma identidade, um lugar de fala desde o qual se evidencia o caráter investigativo da linha de pesquisa que aqui se desenvolve, ou seja, ligada às mídias propriamente, os meios, os formatos, os suportes e os processos audiovisuais que engendram; sem, entretanto, restringir a separá-los em categorias bem definidas e inter-excludentes, mas de perceber os diálogos, as fronteiras, os contágios ou o interfaceamento que ocorre entre eles, mais ou menos *tensionados*; e aí sim poder perceber a singularidade de cada objeto midiático, nas técnicas e estéticas próprias que os constituem.

A máxima de McLuhan vigora: “o meio é a mensagem”. A televisão, como hardware (mídia, meio, etc.) de visualização dos conteúdos televisuais, os envolve, os investe

⁴² Do original: “(...) by the middle of the 1990s moving image sequences or short films dominated by moving animated type and abstract graphical elements rather than by live action, started to be produced in large numbers. What was the material cause for motion graphics taking off? After Effects and other related software running on PCs or relatively inexpensive graphics workstations became affordable to smaller design, visual effects, and post-production houses, and soon, to individual designers. Almost overnight, the term “motion graphics” became well known”.

de uma sobrecodificação que antecede o conteúdo; literal e conceitualmente age como uma moldura, que limita o quadro e ali designa um território. Molduras intrínsecas de onde devemos partir para levar adiante uma pesquisa acerca do televisivo.

Buscando responder à pergunta, vejamos. Os filmes – aqui colocados como o que seria uma acepção mais generalista, ou seja: de imagens inscritas em rolo de película de celulose; longa-metragem; *grosso modo* dividido entre “cinemão” (americano, público alvo abrangente, altas cifras envolvidas) ao qual chamamos de “enlatados” quando chegam até nós via televisão, e filmes “cult” (termo problemático, normalmente quer referir àqueles que, por um motivo ou outro [experimentalismo, baixo orçamento, oriundo de países periféricos aos da produção massiva, filmes antigos] não participam dos circuitos comerciais mais abrangentes, conhecidos como *blockbusters*⁴³) – são idealmente pensados para fruição em ambiente próprio, ambiência⁴⁴ -cinema da sala de projeção, para conduzir a uma experiência cinematográfica completa, que prende o olhar de quem assiste - no mínimo pelas dimensões métricas da imagem (a grande tela), pelo sistema de som *surround* (palavra cuja definição é precisamente envolver, cercar [o espectador] por todos os lados), pela escuridão que intenciona anular todo resto que não a imagem fílmica.

Com a televisão, a experiência é outra. Há de se perceber sua subjetividade, o que lhe é próprio, a memória que decorre de sua duração particular, os fatores específicos nos quais se apresentam as imagens em movimento. A espetação televisiva é diversa da cinematográfica, a começar pelos lugares que ocupa nos ambientes, geralmente a concorrer com uma série de variáveis e distrações do que há em seu entorno. Mais preciso seria falar em um *tempo de TV* (KILPP, 2016): frequentemente a espetação televisiva não é dedicada a um programa em específico, mas a uma porção de tempo dedicada à espetação televisiva por si

⁴³ *Blockbuster* é uma palavra que se tornou do nosso convívio e conota sucesso de faturamento de bilheteria, ou “cinema comercial”; etimologicamente: o *blockbuster* é aquele que *captura um bloco*, sendo esse “bloco” o mais abrangente possível, angariando fatias maiores de mercado, onde se observam alguns elementos mais constantes, como temática leve, familiar, atores em voga, efeitos especiais de última geração, sem restrição etária, e iluminação *high key* (*chave alta* refere-se à luz total, ausência de sombras e contrastes dramáticos, sugerindo leveza e alegria, muito utilizada em comédias, por exemplo. Referência de *high-key*: <<http://www.willians.pro.br/disciplinas/DirFoto-Tecnicas%20de%20iluminacao%20-%20Mario%20Contreras.pdf>> Acesso em: 20 abr. 2016.)

⁴⁴ Ambiência, ou *Stimmung*, é conceito de Hans Ulrich Gumbrecht (2014), cujo substantivo em seu idioma de origem (o alemão) encerra duas acepções: ao mesmo tempo que se refere a um entorno material perceptível, como objetos e mobiliário característicos, ou mesmo designa clima meteorológico, é também um termo que evoca uma ambiência que é conferida pela subjetividade que se relaciona – mesmo o autor considera difícil conceitualizar – com um certo estado de espírito, de humor que certos lugares/objetos/imagens suscitam (em livre associação, assemelha-se a um estado de espírito o qual Bergson diria que encontramos ao entrar em simultaneidade com nossa própria duração, ainda que tal associação não seja feita nesses termos pelo autor); se relaciona com as impressões pessoais que se dão no nível afetivo, subjetivo, intrapessoal, da memória – mas de uma memória afetiva -, algo que só pode ser sentido pois está aquém do sentido que a consciência constrói.

só, desinteressada. Kilpp (2016) identifica no *zapping* (ato de mudar de canal ininterruptamente, sem se deter muito tempo em nenhum), prática que dismantela as moldurações dos programas e da programação, um rastro de tal fenômeno. Configura-se, assim, o próprio *zapping* como uma molduração da programação, molduração que hibridiza os sentidos éticos dos programas com outros (KILPP, 2016, p. 9-10). Assim produz, imperativamente, sua própria estética.

Para o espectador zapeador e inercial, talvez essas questões nunca se coloquem, porquanto, no tempo de TV, o curto ou longo “programa” a que assiste é ele que desenha e moldura, atravessado ainda por outras tantas imagens extra-televisivas relacionadas às ocupações concomitantes à sua espectação de tevê. Nesse caso, o “programa” é uma unidade composta de fragmentos de imagens de diversas origens, inclusive de programas televisivos, que, uma vez desconstruído, remeteria à mostragem de abundantes molduras e moldurações sobrepostas - a tevê, ela mesma, na vitrine. (KILPP, 2016, p. 10)

Portanto, enfim respondendo, mesmo que vejamos os mesmos filmes que assistimos na sala de projeção, na televisão ele não pode ser chamado de “cinematográfico” (ainda que se trate de uma produção cinematográfica), mas sim uma atração televisiva, pois assim são enunciados os filmes na TV pelas emissoras, como *programas de televisão*. O próprio termo “enlatado” que citamos anteriormente já dá a ver algo que ocorre com o filme na transposição entre meios. “A lógica atual da programação em fluxo leva a televisão a moldurar as unidades autônomas de tal maneira que, mesmo quando os programas têm outra origem, todos se tornam tipicamente televisivos quando são veiculados na TV” sintetiza Kilpp (2016, p.1), conclusivamente.

Permitimo-nos aqui uma breve digressão para citar um exemplo. O tempo de projeção⁴⁵ de um filme pode ser dos mais variados. O histórico *Titanic*, de James Cameron (1997), teve 73 indicações na premiação do Oscar de 1998 e conquistou 11 deles, inclusive na categoria de Melhor Filme⁴⁶. Seu tempo de projeção é de 3 horas e 14 minutos. Surpreendentemente, quando vai ao ar no programa *Tela Quente*, da TV Globo, é exibido em pouco menos de duas horas. Este é um imperativo da televisão: a grade de programação deve ser estritamente seguida (salvo acontecimentos atípicos que ganham cobertura jornalística), e cada minuto na televisão é valioso – literalmente, pois cada minuto pode ser muito valioso

⁴⁵ Referência: MARTIN, Marcel. A Linguagem Cinematográfica. São Paulo: Brasiliense, 2003, p. 213.

⁴⁶ Referência: http://www.imdb.com/title/tt0120338/?ref=fn_al_tt_1. Acesso em 20/04/2016.

em termos de venda de espaço publicitário, variando com a faixa de horário e dia da semana. Mas como é possível suprimir no mínimo uma hora de duração de uma obra tão premiada, inclusive alardeada na época como uma grande estréia na televisão? Isso não importa, são questões que não nos interessam aqui, e que dizem respeito à integridade da narrativa. O que importa é que programas de televisão tem um tempo estrito de televisão. O filme, na televisão, é um programa, e portanto deve se adequar ao tempo que lhe é conferido invariavelmente – o programa Tela Quente ainda hoje vai ao ar nas noites de segunda-feira, desde 1988 quando foi sua estréia⁴⁷. Por isso “enlatado”: é espremido dentro de uma faixa de horário à revelia do seu tempo de duração integral. E mais: não se deve contar que essas menos de duas horas⁴⁸ tenham sido destinadas exclusivamente à exibição do filme, mas há de se levar em consideração ainda os intervalos comerciais, espremendo ainda mais o filme, que fica subjugado às inserções publicitárias. Deslocando a questão para o âmbito dos enunciados de gênero, podemos ir mais além na questão do enlatado:

A explicitação dos tipos e gêneros dos programas daria um sentido totalmente diverso. Implicaria dizer, por exemplo, que em tal horário vai ao ar um filme, uma comédia: *Ladrões de sabonete*. Nos termos praticados, o que a tevê faz é enunciar que *Ladrões de sabonete* (uma ethicidade não-televisiva da qual são ocultadas ao espectador as marcas de sua enunciação ética de origem) é o conteúdo do verdadeiro programa - que é eticamente televisivo: um dos títulos de programas televisivos citados. (KILPP, 2016, p. 11-12.)

Em realidade aproveitamos a digressão para tratar dessa questão de deslocamento enunciativo através de um dos gêneros de atrações constantes, aqui exemplarmente o caso dos filmes, para demonstrar que a moldura-televisão é um território práticas próprias, que imprime sobre aquilo que veicula suas marcas, cooptando inclusive objetos midiáticos de outras origens e aplicando, como um filtro, ou uma fôrma (pensando ainda nos enlatados), regimes éticos e estéticos próprios que os tornam televisuais.

Os programas parecem à primeira vista a principal moldura televisiva, algo como o *quintessencial* do televisivo, algo que Jacques Rancière (2012) chama de *tipos*. Melhor

⁴⁷ Referência: http://pt.redeglobo.wikia.com/wiki/Tela_Quente. Acesso em 20/04/2016.

⁴⁸ Na grade de programação da Rede Globo, acessada na internet (<http://redeglobo.globo.com/mg/intertv/mg/programacao.html>) só é possível visualizar uma semana a seguir e uma semana anterior. Em 18/04/2016 o programa foi ao ar das 22h48 até 00h21, totalizando 1h e 55min de exibição. Na semana seguinte, do dia 25/04 teve uma leve variação, de 5 minutos, totalizando duas horas de programa.

dizendo, *tipo* é um conceito-chave que ele se utiliza para interconectar diferentes áreas do conhecimento que se valem dessa palavra. Para exemplificar a transversalidade do termo, o autor recorre a dois personagens à primeira vista muito distantes: um é o poeta francês do final do século XIX Stéphane Mallarmé, “conhecido como o autor de poemas cada vez mais raros, mais breves e quintessenciados à medida que elabora sua arte poética” (p.102); o outro “Peter Behrens, arquiteto, engenheiro, designer alemão que [...] desenhava os produtos, as publicidades e mesmo o prédio da companhia de eletricidade AEG (*Allgemeine Elektrizitäts Gesellschaft*)” (ibidem). Ele pergunta: “o que há de comum, portanto, entre o príncipe dos estetas simbolistas e o engenheiro da grande produção utilitária?” (2012, p. 103).

A começar, ambos utilizam o mesmo termo, *tipos*, para conceitualizar idéias diferentes. Behrens opunha o estilo rebuscado do estilo gótico, em voga na Alemanha até então, com traços limpos, formas adequadas à função. O tipo, para ele, se relaciona à uma idéia de uniformidade, a um design de produção cujo estilo é impresso em todos os segmentos da marca que desenvolveu, constante em todos os produtos, dos mais variados, como descritos acima – o que se chama hoje de identidade visual de uma empresa. Em um panorama mais amplo, Behrens se insere num contexto de ascensão da chamada *Neue Sachlichkeit*, ou “nova objetividade”, que “representa o desejo de um número crescente de artistas alemães do início da década de 1920 de olhar criticamente para a sociedade em que viviam e retratar a realidade de uma maneira objetiva e desapegada. Foi mais uma tendência do que um movimento coeso” (FARTHING, 2011, p. 420). A tendência estética se alastrou por diversos segmentos, da pintura ao design, tendo como expoente a escola Bauhaus. “Trata-se ela convicção ele que um máximo de adaptação da forma de um objeto à sua função produziria necessariamente o mais alto valor estético. ‘Quanto mais funcional, mais bonito’, teria sido o lema apropriado” (GUMBRECHT, 2006, p. 51).

Para Mallarmé há um sentido de pureza no tipo, há uma abstração da linguagem utilitária da comunicação, da descrição, da informação, dos diálogos. Na poesia de Mallarmé os fatos são convertidos em experiência estética, busca uma forma pura do sentir que não se encontra na descrição material, mas nos efeitos incorporais do acontecimento – e daí o simbólico das poucas palavras, prenes de sentido. Em 1897 escreve: “Um lance de dados jamais abolirá o acaso” (Rancière, 2012, p. 102).

O que aproxima o simbolista do funcionalista, como descrito por Rancière, é a busca por uma economia de gestos – na palavra, no traço – que excluam todo excedente, todo

ornamento, para trazer à tona o que há de essencial e intuitivo: subjetividade afetiva em um, design utilitarista no outro. Forma e abstração. Forma e função.

Todo poema, para ele, é um traçado que abstrai um esquema fundamental dos espetáculos da natureza ou dos acessórios da vida e os transforma, desse modo, em algumas formas essenciais. Não são mais espetáculos que vemos, nem histórias que contamos, mas acontecimentos-mundo, esquemas de mundo. Em Mallarmé, todo poema assume uma forma analógica típica: o leque que se abre e se fecha, a espuma que se frange, a cabeleira que se espraia, a fumaça que se dissipa. São sempre esquemas de aparecimento e desaparecimento, de presença e de ausência, de dobramento e desdobramento. Pois bem, esses esquemas, essas formas abreviadas ou simplificadas, ele também denomina “tipos”. (RANCIÈRE, 2012, p. 104)

O leque abre e fecha; a espuma frange; a cabeleira espraia; fumaça se dissipa. Os tipos de Mallarmé e Behrens têm em comum uma constante, uma certa virtualidade em latência, e é precisamente a memória a matéria-prima de suas artes, variando em materialidade sem prejuízo dissociativo do impulso volitivo que os une, seu eã vital. Aquilo que buscam é reproduzir constantemente o traço mais fundamental de uma duração que é, em última instância, a própria, pois devem localizar internamente e entrar em simultaneidade com um ideário próprio do que a noção de “pureza” mobiliza em si, e dar formas que a represente – cada qual em sua arte. Tal ideário se situa no âmbito de uma memória imaginada, uma potência à qual o artista busca objetivar em cada atualização material, realizando aquilo que compõe sua obra, em sua singularidade: imaginar é produzir imagens (BERGSON, 2006b, p. 89).

É certo que pensamos apenas com uma pequena parte do nosso passado; mas é com nosso passado inteiro, inclusive com nossa curvatura de alma original, que desejamos, queremos, agimos. Nosso passado, pois, manifesta-se-nos integralmente por seu ímpeto e na forma de tendência, embora apenas uma tênue parte dele se torne representação. [...] Imaginar não é lembrar. Uma lembrança à medida que se atualiza, sem dúvida tende a viver numa imagem; mas a recíproca não é verdadeira, e a imagem pura e simples não me remeterá ao passado a menos que tenha sido de fato no passado que eu a tenha ido buscar [...]. (BERGSON, 2006a, p. 48-49).

O que Mallarmé descreve no trecho citado anteriormente, ou a maneira como o descreve, é produtiva para o pesquisador, pois emancipa o olhar ao invés de engessá-lo, dialogando com a base metodológica que nos sustenta e a reafirma, que é o intuitivo de Henri Bergson, formalizado mais estruturadamente por Gilles Deleuze em *Bergsonismo* (2012). A

intuição mobiliza o aspecto volitivo da intuição, dos afetos, aquilo que produz ecos incorporais, instiga a subjetividade. Mas não se restringe a isso. Pelo contrário, a intuição é um método que preconiza o rigor nos procedimentos para autenticar no objeto os devires que olham de volta ao observador ao ser observado – e através da aplicação das regras da metodologia intuitiva, tal prática alça-se ao status de ciência em função da sua precisão e transmissibilidade do conhecimento, muito diferente do que um certo senso-comum acerca da palavra “intuição” evoca, envolta à uma espécie de mística, ou psicologismo impreciso. A percepção, não em oposição, mas em complementaridade à afecção, diz respeito à localização relativa da imagem original – a do próprio corpo – em relação às outras no espaço.

[A duração] trata-se de uma “passagem”, de uma “mudança”, de um *devenir*, mas de um devir que dura, de uma mudança que é própria da existência. Note-se que Bergson não encontra qualquer dificuldade em conciliar as duas características fundamentais da duração: continuidade e heterogeneidade. Mas, assim definida, a duração não é somente experiência vivida; é também experiência ampliada, e mesmo ultrapassada; ela já é condição da experiência, pois o que esta propicia é sempre um misto de espaço e duração. A duração pura apresenta-nos uma sucessão puramente interna, sem exterioridade; o espaço apresenta-nos uma exterioridade sem sucessão (com efeito, a memória do passado, a lembrança do que se passou no espaço já implicaria um espírito que dura). (DELEUZE, 2012, p. 31).

A duração pura é uma abstração, uma radicalização do conceito para ilustração do que lhe é intrínseco. Situada no âmbito da comunicação intrapessoal, ativa um estado de vivificação da memória - ainda que pareça redundante dizer isso, pois a memória é condição da duração, e vice-versa: só há duração, sentido qualitativo da existência, naquilo que muda com as camadas de memória que acumula e que culmina em um atual subjetivo; e a memória, por sua vez, são de dois tipos, “uma que *imagina* e outra *repete*” (BERGSON, 2006b, p. 89). De qualquer maneira, tanto uma *imagem-lembrança* (produzida desde o primeiro tipo) quanto uma *memória-hábito* (aquela ativada de maneira automática, sistemática e repetitiva) dizem respeito a um estado atual da duração, a primeira investindo camadas afectivas a cada vez que evoca a imagem-lembrança voluntariamente (e é verdade que algumas irrompem sem terem sido chamadas), quanto quando desapercivelmente a memória-hábito opera a fim de orientar a ação de acordo com a necessidade imediata.

Portanto, de uma maneira ou de outra, a memória não se relaciona uma idéia de algo passado e distante, mas ao contrário, é o que persiste da soma de toda vivência no atual. A que imagina, o faz ao lançar uma vez mais um olhar sobre as imagens persistentes, que “não

negligenciariam nenhum detalhe” (BERGSON, 2006b, p. 88) de um acontecimento cronologicamente passado, mas investindo mais uma camada de significação decorrente do tempo que acumula, alterando a trama do tecido da percepção (atual) bem como o já tecido pano de fundo da memória real (virtualidade latente), que, ainda que imutável, jamais permanece a mesma, pois nós jamais permanecemos os mesmos. Bergson desenvolve melhor essa ideia no seu diagrama do cone da memória, que representa a tensão entre os diferentes graus de imersão na memória que são coexistentes, dependendo do quanto da atenção se tensiona sobre uma imagem-lembrança (BERGSON, 2006^a, p. 58). Assim sendo, por sua vez a memória-hábito seria um relaxamento da consciência ao equilibrar de um lado aquilo que é sentido e do outro o que é percebido.

O passado sobrevive por duas formas distintas: 1) em mecanismos motores; 2) em lembranças independentes. [...] Ora se fará na ação, e pelo funcionamento completamente automático do mecanismo apropriado às circunstâncias; ora implicará um trabalho do espírito, que irá buscar no passado, para dirigi-las ao presente, as representações mais capazes de se inserirem na situação atual. (BERGSON, 2006b, p. 84.)

Se o anteriormente citado “espectador zapeador e inercial” não assiste programas mas a um *tempo de televisão*, ou seja, uma porção de tempo dedicada à espectação desinteressada, que provavelmente ocorre diariamente, notamos que a memória aí empregada é do hábito, pura motricidade sem tensionamento diferentes graus da memória, “completamente automático”.

O perigo reside para o pesquisador neste olhar habituado. A televisão é parte da vida cotidiana das pessoas de maneira ostensiva: o Censo realizado em 2014 pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística⁴⁹) já apontava a presença de aparelhos televisores em 97,1% das residências brasileiras⁵⁰. Isso sem citar os aparelhos televisores inseridos em ambientes públicos, como trens, bares, postos de gasolina e assim por diante. O que é pouco produtivo é que este olhar habituado, essa “gramática” audiovisual decorada e reforçada diariamente em tempos de televisão que se alastram em ambientes domiciliares e públicos, nos cega para identificar as práticas éticas do que é veiculado, o terreno de significação que delimitam, as técnicas empregadas, os elementos estéticos. O olhar habituado acredita que o essencial são os conteúdos, e para desfazer a espectação passiva é preciso desconstruir a

⁴⁹ <http://www.ibge.gov.br/home/>

⁵⁰ <http://www.teleco.com.br/nrtv.asp>

familiaridade. A metodologia das molduras que aqui empregamos quer identificar esses terrenos de significação que estão sobrepostos na experiência televisiva, através de procedimentos como a designação da natureza do que se observa, através da dissecação dos empíricos, e da produção de arranjos que podem ser cartográficos ou constelares (dependendo da via autoral), mas que são, enfim, afinidades eletivas que dão a ver no objeto empírico o objeto de conhecimento. Buscamos autenticar através da pesquisa aquilo que identificamos como virtualidade, mas não sem antes desmontar e remontar a materialidade do objeto empírico.

Em se tratando de televisão, vamos desmontar um equívoco. Na espetação, temos a nítida sensação de fluxo e pausa constante, a constante daquilo que identificamos como propriamente televisivo, a unidade fundamental que compõe a grade de programação, a moldura mais importante, essencial, como os tipos de Mallarmé e Behrens: o programa, fluxo que é retalhado pelas pausas que representam os intervalos comerciais, como se lá estivessem só para isso, para produzir a pausa que identifica os blocos do programa.

Tal equívoco é próprio da espetação televisiva habituada: a tendência ao nos introjetarmos ao panorama televisivo é a de considerar nos conteúdos vinculados aos programas a “mensagem” da emissora, sua “visão editorial”, por assim dizer. É natural, pois esta é a enunciação das emissoras, que se intitulam desta ou daquela maneira de acordo com os gêneros televisivos predominantes na grade. Esse aspecto fica ainda mais evidente nos canais por assinatura, onde nichos muito específicos são contemplados nas 24h de programação. Noticiosos, como Band News, Globo News, CNN; canais vinculados ao poder executivo, como TV Câmara (de cada cidade), TV Senado; os esportivos, como ESPN, e tantos outros.

É, porém, a programação a moldura mais importante. Kilpp (2016, p. 2) é taxativa com relação a isso. Apesar de parecerem a mais sólida moldura televisível pois “é no programa que muitas ethicidades tomam forma, o que, no entanto, não autoriza que se atribua à tevê ou às emissoras os sentidos éticos que são, na verdade, antes e muito mais, sentidos dos programas”.

[...] A programação é uma ethicidade que contém o virtual e sua atualidade - atualidade que é perceptível não nas grades, mas nos fluxos, nos quais também estão presentes imagens das demais unidades autônomas (que não têm existência nas grades). Assim, a programação não é o cardápio de programas que aparecem nas grades, nem a mera soma de programas e

outras unidades televisivas interpostas no fluxo, mas um produto dessa macromontagem (Ibidem.)

Se a duração é “continuidade e heterogeneidade”, isso nos remete imediatamente ao caso citado anteriormente do que se passa com os tipos de Mallarmé e de Behrens, algo que se conserva como fio condutor ainda que em heterogeneidades randômicas. E, aqui, ao fluxo da programação que é de fato onde se realizam os tempos de TV, com os programas e as outras unidades autônomas (intervalos comerciais, promos, vinhetas) que não figuram na grade de programação.

A “macromontagem” referida diz respeito ao design projetual da programação, intencional e pensado a fim de construir certos sentidos éticos; é uma “macromoldura”, que emoldura todas as unidades autônomas dentro de si, onde uma relação de tensão entre todos os elementos se opera em função uma série de critérios.

Por isso, agrade ou desagrade aos produtores, que conhecem e aceitam essa lógica ou não, existe uma inexorável hierarquia entre eles e os seus programas no âmbito da programação e da emissora. Deve haver, portanto, uma reiterada e, às vezes, forte tensão entre os programas e a programação das emissoras. A moldura programa, situada nos confins do programa e da programação, é um território em que ocorre uma importante disputa por sentidos éticos: os sentidos do programa e os da emissora, os sentidos do programa e os da publicidade, os sentidos do programa e os da programação. (KILPP, 2016, p. 5)

Os tensionamentos são mais explícitos no fluxo da programação, mas através da grade se percebe um jogo de forças que diz respeito à faixa de horário em que o programa se insere. Se o programa for infantil, existe um “horário nobre” particular, que é a faixa da manhã, de segunda a sexta. Mas, aquilo que conhecemos como horário nobre, de uma maneira geral, é a faixa que vai das 19h às 23h na TV aberta. “Os programas nobres não são necessariamente os melhores programas das emissoras: são aqueles que têm melhores condições de disputar as maiores audiências dos horários nobres, aqueles em que a audiência (geral ou segmentada) é inercialmente maior.” (KILPP, 2016, p.2).

Espera-se, pelo que é evocado do termo “horário nobre”, que os programas serão os melhores, mais interessantes, mais bem produzidos. Mas o nobre refere-se muito mais ao valor que tal faixa de horário representa em termos financeiros. Se no horário nobre o público aumenta exponencialmente (o tempo de televisão aqui representa o tempo de lazer que as

peças tem após horário de trabalho; momento de se reunir com a família; prática do *zapping*; etc.), aí está o valor dessa faixa de horário, ou seja, os efeitos dos sentidos ali veiculados irão impactar sobremaneira uma parcela massiva da população. Esses imaginários promovem uma ambiência para as faixas de horário.

Eis como as emissoras se sustentam: usando como moeda de troca a programação (programas onde se investem mais recursos financeiros) e a alta audiência, para comercializar precisamente esse tempo de televisão, que se realiza no fluxo como publicidade. E disso depende o sucesso do programa e da emissora. Ocorre então uma inversão de valores: se antes o programa parecia um fluxo interrompido pelas inconvenientes propagandas comerciais, é antes a propaganda que paga pelos recursos investidos nos programas desta ou daquela faixa de horário. É, antes, o programa, e seu valor artístico, de conteúdo, etc., subjugado pelas lógicas do patrocínio do mercado externo, que se insere, em última análise, no mercado financeiro global que permeia e deteriora todas as relações humanas.

Os programas, porém, ainda que sejam concebidos com a mesma autonomia [das peças publicitárias], acabam sendo duplamente capturados: primeiro, pela grade de programação, sobre a qual não têm ingerência; depois, no fluxo, pela assinatura da emissora que lhes é sobreposta na forma das logomarcas. (KILPP, 2016, p. 6)

Reformulando o que começamos a propor: não se trata de dizer que os programas não são *tipos*, ou unidades básicas, “mínimo múltiplo comum” das emissoras. De fato, os programas encerram dentro de si sua própria realidade, realizam moldurações que promovem uma oferta de sentidos que são compartilhados coletivamente como imaginários da cultura, projeções identitárias de uma coletividade – até que ponto refletem ou projetam os sentidos do que seria esse coletivo, isso frequentemente depende menos da intenção dos seus realizadores (núcleos de produção os produtores individuais) do que os jogos de tensionamento e descontração que jogam com os outros elementos da macromoldura onde estão inseridos: a programação em fluxo. Se falamos em tipos, devemos tomar cada programa – e o intervalo entre eles, relação igualmente tensa de qual moldura o quê – por um tipo, e somente no conjunto dos tipos podemos visualizar o panorama de emolduramentos (em subjetividades particulares) e imaginários (subjetividade coletiva) que cada emissora apresenta como padrão identitário de si e da visão de mundo que enuncia, projetando uma “sombra” sobre os programas que justifica o espaço que ocupa dentro da programação. Portanto a molduração

mais importante é de fato a programação, tanto o é que um mesmo programa, em emissoras diferentes, produz relações e engendra sentidos diversos. Os programas, portanto, agem como tipos pois é assim que formalmente uma grade de programação de convencionada, isto é, através da sequência de unidades típicas de cada programa. Mas só faz sentido falar em televisão-moldura, algo de propriamente televisivo, em se levando em consideração o conjunto dos tipos de cada emissora. Uma dissecação das técnicas empregadas e da estética que se produz em cada tipo é mandatória, mas não é possível determinar uma ethicidade televisiva sem se considerar o território emoldurado dentro do qual um programa habita dentro da macromoldura da programação, e os territórios com os quais faz fronteira nesse fluxo, bem como deve se levar em consideração seus anunciantes.

A metodologia das molduras, de autoria da professora Dra. Suzana Kilpp, sistematiza procedimentos para desdiscretização das imagens de TV, cujos sentidos identitários das ethicidades ali enunciados encontram-se diluídos em muitas camadas de molduras sobrepostas, dando a ver este compósito.

Para revelar os pilares dessa estrutura projetual por debaixo do aparente caos imagético, consequência da velocidade de mudança dos panoramas, precisamos imobilizar as imagens, capturá-las e desmontá-las, isto é, dissecá-las. Busca-se, assim, perceber os territórios de sentido (molduras) nos quais as ethicidades (construtos) ali presentes estão construídas como tais (moldurações técnicas e estéticas), produzindo imaginários que serão injetados e compartilhados na cultura de modo geral (emoldurações). Kilpp elenca algumas ethicidades imprescindíveis, as mais sólidas (que não desabonam a importância de outras menos recorrentes),

que deveriam sempre ser consideradas em qualquer análise de enunciações televisivas sobre o que quer que seja, até porque molduram as demais: as emissoras televisivas, os canais de televisão, os gêneros, os programas, as outras unidades televisivas autônomas (os promos e os comerciais), os panoramas televisivos com suas moldurações intrínsecas, a programação e a própria televisão, sendo que a tevê produz molduras e moldurações em que são enunciados os sentidos identitários das mesmas, isto é, a tevê diz o que entende que elas sejam. (KILPP, 2010, p. 19)

“Em sua função de janela, os quadros audiovisuais são sempre operadores de uma vista que dá a ver e, inseparavelmente, enclausura o olhar: faz não ver” (KILPP, 2010, 10). Assim sendo, vamos proceder à observância e discorrer acerca das molduras elencadas, em dois blocos: o de molduras mais sólidas, ou seja, aquelas que devem figurar em quaisquer

pesquisas em televisão; e o bloco das molduras específicas, a fim de autenticar o misto que propomos, e que reside muitas vezes em molduras não hegemônicas, entretanto constituintes do nosso empírico HITRECORD ON TV, configurando uma estética singular através de técnicas heterogêneas na produção de imagens que: eis nossos objetivo, apontar as molduras e moldurações singulares que ofertam ao espectador um território ético onde se projetam emolduramentos (afecções próprias) e imaginários (coletivos). Em HITRECORD ON TV percebemos logo de cara um devir web, algo que extrapola da interface habituada do metameio computador ao se infiltrar na mídia televisiva. Isto é, extrapola de um meio, ou se adapta a outro, realizando traduções necessárias a fim de imprimir o propriamente televisivo aos conteúdos que já vinham sendo veiculados online. Ou seria o oposto: a televisão sobrecodifica emanações midiáticas de modo a dar a ver o que ela quer e como ela quer, sendo então aquilo representado uma versão de si, *aquela que a TV diz que é*. Por isso chamamos *construto*, uma construção, um mundo representado; atravessa toda nossa pesquisa a premissa de que o contágio é algo que dura da pós-modernidade tecnocultural em que nos inserimos, borrando fronteiras, amalgamando linguagens e formatos, que já antevemos se realizando em nosso objeto empírico.

2.6 Estética da Remixabilidade Profunda: Híbridez, Fragmentos e Contágios

Sem dúvida, quanto mais analisamos, mais confiantes ficamos em dizer que HITRECORD ON TV é um ser midiático híbrido. Nele, as espécies midiáticas da televisão e do *software* estão cruzadas de maneira que elementos visuais de um e de outro se mesclam, se sobreponham e dialoguem, produzindo uma estética contaminada. Sem perder de vista que este trata-se de um programa de entretenimento televisivo, essa amálgama se dá da maneira mais “suave” (“*velvetish*”) e didática possível, para que o espectador não habituado à interface *web* possa compreender as regras de composição (*compositing*) dentro de quadro. Ao mesmo tempo, parece tender a cada vez menos “explicar” algumas coisas, pressupondo que as hibridizações se tornem habituais, sem jamais, entretanto, previsíveis.

O aspecto estético do programa, de uma maneira geral estilhaçado, entrecortado, fragmentado, reflete seu modo de produção híbrido. Seja em função da variedade de *softwares* de criação audiovisual dos quais advém, seja por seu aspecto colaborativo, contaminado de influências muito pessoais dos usuários/colaboradores de toda superfície do globo terrestre. Um programa de televisão cujo conteúdo é quase que integralmente advindo de um enorme banco de dados virtual, criativo, de mídias diversas providas pelos usuários – os quais são

devidamente referenciados, um a um, em cada colaboração utilizada no produto final – é algo que parece sem precedentes na tradicional mídia televisiva de estúdio, mas muito habituado do ambiente *web*.

Por que vemos essas linguagens visuais em particular como oposta a outras, e qual é a lógica que guia sua evolução? Acredito que para entender adequadamente isso, precisamos olhar cuidadosamente para o *software* de criação, edição e *design* de mídia e seu uso no ambiente de produção – o qual pode variar de uma pessoa com um *laptop* até numerosas empresas de produção ao redor do mundo com centenas de pessoas colaborando no mesmo projeto de larga-escala, tal como um filme de longa-metragem. Em outras palavras, precisamos usar a perspectiva dos Estudos de *Software*. (MANOVICH, 2013, p. 323, tradução nossa⁵¹).

De maneira oposta à televisão, ao navegar pela plataforma *online* de hitrecord.org, estamos muito livres, livres até demais. No primeiro acesso, ficamos meio perdidos com tantas imagens, vídeos, projetos, possibilidades de ações colaborativas, caminhos, perfis de usuário e uma infinidade de coisas. Não temos um anfitrião, como no programa de TV, em que Joseph Gordon-Levitt não nos deixa mais do que alguns segundos sem vê-lo, e dirige-se a nós como que a nos pegar pela mão e nos dizer o que está acontecendo, de onde vêm as imagens e a que contexto se ligam; algo com o que podemos contar, generosamente, assistindo ao programa. Joseph Gordon-Levitt, praticamente, não sai de quadro, sendo a imagem de si o elemento visual que mais contamina o ambiente, pois atravessa camadas de atrações, texturas de imagem, papéis que desempenha.

A estética da *web* amalgamada à da televisão produz um híbrido “web-televisivo” que incide sobre elementos compositivos do meio onde assistimos ao programa – a televisão: enquadramentos, montagem, textura de imagem e linguagem e estética de uma maneira geral. Alguns momentos do programa parecem propor mais explicitamente uma experiência voyeurística que diz: “é assim que fazemos este programa”. Este “estar por detrás das câmeras” não é completamente novidade na televisão, mas no contexto da ambiência que produz – especialmente sobre a macroestrutura colaborativa que HITRECORD ON TV

⁵¹ Do original: “(...) why do we see these particular visual languages as opposed to others, and what is the logic that drives their evolution? I believe that to properly understand this, we need to carefully look at media creation, editing, and design software and its use in the production environment—which can range from one person with a laptop to a number of production companies around the world with thousands of people collaborating on the same large-scale project such as a feature film. In other words, we need to use the perspective of Software Studies.”

engendra – parece querer dar ao espectador uma certa ilusão de transparência, ou uma ideia de inclusão, pois está posicionado voyeuristicamente em lugares da plateia, “encarnando” os múltiplos dispositivos apontados para Gordon-Levitt. Temos acesso ao apresentador, antes de todos, no *backstage* do programa, inclusive em momentos em que se tem a impressão de se estar onde não se deveria. É um convite, ou uma sedução do espectador de televisão, fazendo-o sentir-se um pouco parte da comunidade HITRECORD. Este é um valor muito constante nas falas de Gordon-Levitt direcionadas aos usuários-artistas-colaboradores, sempre como se fosse uma conversa entre amigos, sem formalidades, podendo ele estar em casa, ou junto à equipe com a qual trabalha, no escritório da produtora. Para dar um exemplo, ao lançar a nova versão (a sexta) do *website*, Gordon-Levitt nos convida a participar desse momento emblemático, em que toda equipe comemora junto – e, claro, este vídeo tem ainda mais duas versões remixadas⁵².

Temos duas sequências a seguir: Na primeira, temos o acesso privilegiado aos bastidores do programa, junto com Joseph Gordon-Levitt, na contagem regressiva antes dele entrar no teatro e iniciar a apresentação, quando ele “nos olha nos olhos”. Logo após, o suporte físico de nosso olho encarnado é dado a ver: um *cameraman* sai pela porta, atrás de Gordon-Levitt.

Figura 11 – Sequência de abertura



Fonte: Arquivo pessoal.

Na sequência de imagens a seguir, nosso “olho” parece continuar pulando de lente em lente através das câmeras da plateia, tendo à disposição um sem-número de câmeras a gravar a mesma cena simultaneamente. Temos diferentes pontos de vista, assim experimentamos a sensação de como seria a vista de diferentes lugares no teatro. Exemplificamos o movimento com capturas de tela das cenas iniciais do programa, logo após a vinheta de abertura, em que,

⁵² Vídeo “*Pushing the button to launch V6!*”, de 15 de janeiro de 2016. Disponível em: <<https://www.hitrecord.org/records/2415087/remixes>>. Acesso em: 04 abr. 2016.

no espaço de dez segundos (indicadas no mostrador do *player*) vemos dez diferentes imagens (da esquerda pra direita e de cima para baixo).

Figura 12 – Sequência de dez segundos



Fonte: Arquivo pessoal.

Está bem que a metáfora evolutiva nos foi útil, entretanto, há uma palavra que dá conta do fenômeno que estamos abordando que é de uso muito corrente, praticamente de domínio

público nos dias de hoje: o *remix*, que Manovich lança mão na terceira parte de *Software Takes Command* (2013).

Neste sentido, o princípio da extensibilidade permanece intacto. *Mix* nada mais é do que mistura/ misturar, portanto, *remix* pode parecer um pleonasma, mas nomeia precisamente o processo de mistura, combinações, contágios, etc. que podem ocorrer *ad infinitum* em se tratando tanto da hibridização entre *softwares* quanto de audiovisuais (poderíamos lançar mão do conceito de “imagem” com duplo sentido, abarcando *software* e audiovisual: “imagem” no sentido bergsoniano aplicado ao corpo computacional, no qual a definição do conceito envolve não só aquilo que é visível – os arquivos de imagem –, mas também tudo aquilo que é perceptível aos sentidos, ou seja, todos os tipos de extensões de arquivos de mídia).

A palavra “*remix*” nos é tão habituada que se tornou um lugar-comum para todo tipo de releitura, colagem, edição, pastiche. *Sampler* é uma palavra que geralmente está associada ao *remix* em se tratando da indústria fonográfica. *Sampler* é, literalmente, uma amostra, um trecho de alguns segundos de uma música que é inserida como parte de outra. As regravações de músicas clássicas da cultura pop, feita por outros artistas, também é considerada uma prática de remixagem, uma vez que se configuram “versões” das músicas originais, pois se trata de uma interpretação própria de outro músico, com outros arranjos.

Desde seus primórdios na cultural musical nos anos de 1980 e 90, *remix* gradualmente emergiu como estética dominante da era da globalização, afetando e dando nova forma a tudo, da música ao cinema, à comida e à moda. (Se Fredric Jameson certa vez referiu-se ao pós-modernismo como “a lógica cultural do capitalismo tardio”, nós podemos, talvez, chamar o *remix* de a “lógica cultural do capitalismo global em rede”). (MANOVICH, 2013, p. 267, tradução nossa⁵³).

Se o *remix* e a hibridização são dois paradigmas constantes na tecnocultura audiovisual de nosso tempo, podemos dizer que podemos compreendê-los como sinônimos? Manovich (2013, p. 268) alerta que se deve ter cautela, pois existem dois tipos de *remix*.

O primeiro tipo está perfeitamente exemplificado nas considerações sobre seus usos na música, o que pode ser chamado de *remix* de conteúdo. Nesse tipo, são agrupados elementos

⁵³ Do original: “From its beginnings in music culture in the 1980s, during the 1990s remix has gradually emerged as the dominant aesthetics of the era of globalization, affecting and re-shaping everything from music and cinema to food and fashion. (If Fredric Jameson once referred to post-modernism as “the cultural logic of late capitalism,” we can perhaps call remix “the cultural logic of networked global capitalism.”)”

que podem, inclusive, ser de mídias variadas. Eles coexistem num mesmo espaço, e suas características são preservadas. Esse tipo tem por referência primeira a técnica das colagens, desenvolvida pelas vanguardas artísticas do início do século XX. E se, ao invés de imagens estáticas, quisermos saber as consequências videográficas desse tipo? Manovich (p. 269) responde: “Imagine uma típica colagem do século XX, exceto que agora ela se mova e mude ao passar do tempo. Mas como se remixam as técnicas elas mesmas?”⁵⁴”.

O segundo tipo diz respeito precisamente ao estágio em que as técnicas/formatos em si, além de coexistir, se remixam, umas com as outras. Se, no primeiro tipo podemos chamar o processo de remixagem multimídia, uma vez que se preserva a autonomia dos elementos em relação aos outros, no segundo, a coexistência desses elementos implica que eles passem a interagir uns com os outros, correspondendo, então, ao processo de hibridização de que vínhamos falando. Desse modo, chamamos a propriedade híbrida do segundo tipo de *remix* de *remixabilidade profunda*. Na verdade, a remixabilidade profunda, segundo Manovich (p. 273) é o que define a estética da cultura audiovisual contemporânea, é a própria essência da revolução na linguagem audiovisual deflagrada entre os anos de 1993 e 1999, que corresponde ao período que ele chama de *Velvet Revolution*. Gráficos, imagens estáticas, tipografia, ilustrações em 2D, simulação 3D, além das *lens-based images* (imagens baseadas em lentes, isto é, a gravação através de lentes de câmera da ação que ocorre em um espaço 3D – este não simulado) não só coexistem sobrepostos, mas se contaminam, se misturam, se hibridizam, no que Manovich chama de efeito *cross-over*, em que estas literalmente se cruzam.

O ambiente que possibilitou inicialmente essas interações foi o *software After Effects*, em 1993, ano que Manovich (p. 291) elege como de início da revolução em imagens moventes, precisamente devido à criação do *After Effects*. É graças à convivência dos elementos em 3D, dentro do programa, que é possível manipular cada um deles, em separado, independentemente da mídia de que são oriundos, e que o efeito *cross-over* é possível, pois “ambas, conceitual e praticamente, estão todas reduzidas à animação à mão livre” (p. 293, tradução nossa⁵⁵).

Manovich refere-se ao computador como “metameio”, cuja definição é de Alan Kay, que diz que “o computador digital como metameio contém a maioria das tecnologias e

⁵⁴ Do original: “Imagine a typical twentieth-century collage except that it now moves and changes over time. But how do you remix the techniques themselves?”.

⁵⁵ Do original: “Both conceptually and practically, they are all reduced to hand-drawn animation.”

técnicas midiáticas e também permite a invenção de muitas outras” (p.275, tradução nossa⁵⁶). Sendo assim, as linguagens das mídias que previamente existiam, separadamente, agora, entram em contágio através do efeito *cross-over*, e, a partir de então, estamos lidando com novas linguagens híbridas, ou *metalinguagens*. Podemos dizer de outra maneira: a remixagem profunda de *softwares* que acontece graças à softwarização é o que produz o metameio; a remixagem profunda de linguagens de mídias é o que produz metalinguagens. Existe apenas um metameio, mas muitas metalinguagens (MANOVICH, 2013, p. 276).

Então o que é uma metalinguagem? Se definirmos uma linguagem artística como um uso padronizado de um número selecionado de subconjunto de técnicas disponível em um dado meio, uma metalinguagem é o uso padronizado de um subconjunto de técnicas disponível no metameio computador. Mas não qualquer subconjunto. Só faz sentido falar em metalinguagem (em oposição à “linguagem”) se as técnicas utilizadas vêm de previamente distintas linguagens culturais. (MANOVICH, 2013, p. 276-277, tradução nossa⁵⁷).

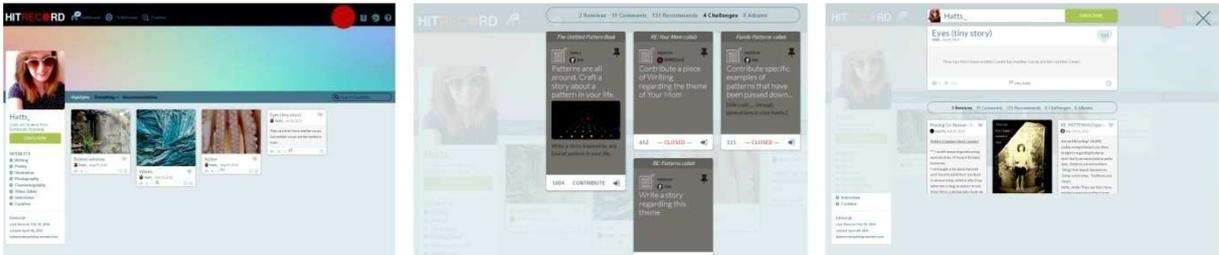
Nesse sentido, podemos afirmar que metalinguagens, então, se assemelham a estilos, ou gêneros artísticos, pois seguem uma sistemática utilização de elementos selecionados das linguagens que são remixadas, dentre as muitas possibilidades de cruzamento oferecidas pelo metameio. Sendo assim, podemos afirmar que HITRECORD ON TV constitui uma metalinguagem cuja estética é marcada por uma reunião de metalinguagens, apresentadas sobre o formato de *motion graphics*, especialmente na apresentação do programa, quando utilizado *Chroma-key*, nas vinhetas (narrativas não lineares entre as atrações do programa, com duração de apenas alguns segundos) e nos curtas. Já que os *motion graphics*, dominantes na superfície da imagem do programa, são audiovisuais oriundos de *softwares* híbridos, cuja estética segue a mesma lógica híbrida da remixabilidade, o programa é como uma “ponte” entre mídias remixadas profundamente, interagindo entre si, metameio e televisão. Diante disso, vamos propor chamar a estética de HITRECORD ON TV de *webvisualidades televisivas*. O que o termo quer dar a ver é o entendimento de que as visualidades próprias da web (webvisualidades) buscam adequar-se à linguagem televisiva, mantendo traços daquilo se

⁵⁶ Do original: “(...) computer as a metamedium that contains most existing medium technologies and techniques and also allows invention of many new ones.

⁵⁷ Do original: “So what is a metalanguage? If we define an artistic language as a patterned use of a selected number of a subset of the techniques available in a given medium,²¹ a metalanguage is a patterned use of a subset of all the techniques available in a computer metamedium. But not just any subset. It only makes sense to talk about a metalanguage (as opposed to a language) if the techniques it uses come from previously distinct cultural languages.”

lhe é particular, mas que na tela da televisão, ao infiltrar-se, se contamina, é “digerido” por ela, que constrói sua própria imagem (televisiva) do que imagina ser a we. Ou seja, é um *construto*. Vejamos como acontece.

Figura 13 – Sequência: área do usuário; desafios; e remixes



Fonte: https://hitrecord.org/users/Hatts_; <https://hitrecord.org/records/1367637/challenges>; <https://hitrecord.org/records/1367637/remixes> Acesso (dos três) em 20/02/2016.

Figura 14 – Sequência do episódio S01E08 em 02 min. 48 seg. e 02 min. 52 seg



Fonte: Captura de tela de E01E01.

Como visto na sequência de imagens acima, apesar das semelhanças, a transcrição de uma imagem de um suporte a outro modifica sua linguagem. No primeiro, o *print* é da área da usuária Hatts_, dentro da plataforma multimídia de HITRECORD.ORG. Ali temos algumas informações pessoais, seus interesses e suas colaborações na plataforma. Sua primeira contribuição foi um relato pessoal escrito em 25 de julho de 2013, a qual se conecta a diferentes seções. Ao clicar, uma janela aparece com informações sobre esta colaboração em específico. Selecionamos duas informações: a colaboração responde a quatro desafios (*challenges*) propostos pela equipe de HITRECORD, e na parte intitulada “*remix*” temos a confirmação de que esta palavra é de domínio público. Figuram nesta aba três colaborações de outros usuários, que, inspirados na escrita de Hatts_, produziram diferentes conteúdos remixados.

A segunda sequência é tirada do oitavo episódio (E08) da primeira temporada do programa (S01), em que a contribuição da usuária é utilizada para tematizar o assunto do episódio, concernente a “padrões”. Tanto o tratamento de imagem do apresentador quanto a foto do perfil da usuária indica que a localização da ação está ocorrendo “dentro” do *website*, porém, a página da usuária não é mostrada integralmente. Estão faltando informações pessoais (só aparece, junto à foto, o dado de que ela é de Edimburgo, capital da Escócia) como também suas outras produções postadas na plataforma. Logo, após o quadro com sua imagem, ela some e o “movimento de câmera” (entre aspas, pois sabemos que é um efeito de *green screen* ou *Chroma-key*) revela uma ilustração inspirada no relato original, que serve de pano de fundo.

Ou seja, a experiência na interface web em relação à usuária é livre, podendo revelar mais ou menos informações, ao gosto do usuário. O que o telespectador vê não é uma captura de tela, é uma transcrição traduzida da visualidade web de forma a parecer não só inteligível como também atrativa ao público, imagina-se, diferente. Como não há noção do alcance que essas imagens tem, elas devem poder ser compreendidas pelo telespectador médio, produzindo uma estética parte habituada (que gera uma sensação de “tranquilidade” ao telespectador, de compreensão), parte “novidade”. O filme *Hackers*, de 1995, com a então novata Angelina Jolie em um “*look clubber*”, com a cabeça raspada e vestindo cores neon, é um belo exemplo do que falamos, com o agravante de que o ambiente web era desconhecido de uma parcela significativa da população (se comparado ao cenário atual): a equipe de hackers, ao burlar o software de sistema de uma emissora de televisão, por exemplo, parecia o fazer “voando” entre prédios e rodovias de informação, onde o dado que se busca está em uma das janelas, consistindo isso no desafio principal da trama. Em relato pessoal, posso dizer que, muito em função da pouca idade, a narrativa do filme levava a crer que assim era a navegação online, e qual não foi o desapontamento quando não se realizou daquela forma, anos mais tarde. O modelo de visualidade construída da web em outras mídias (o cinema a princípio, e a televisão, onde a originalmente assistimos a esse filme em particular), talvez remeta genealogicamente à *Tron*, filme de 1982, como seu parente mais antigo. *Tron* é uma das primeiras (“uma das” para não incorrer em erro) tentativas de produzir uma visualidade amalgama de uma mídia – aqui o cinema – e a web, recorrendo à metrópole como inspiração para metáfora do ambiente de software, que reverbera até hoje.

É isto que queremos dizer com *webvisualidades de televisão*, uma metalinguagem híbrida que cruza elementos das linguagens de *web* e de TV. Afinal de contas, é um programa desenvolvido para televisão, sem dúvida, por isso temos o apresentador onipresente

(falaremos adiante a respeito) só para dar um exemplo referente às imagens utilizadas. Entretanto, a imagem deste mesmo apresentador está sob um filtro que “esfria” a temperatura da cor, bem como aplica linhas horizontais, em referência aos antigos monitores reticulados, uma textura de imagem contrastante com o fundo, muito dinâmico e com cores vibrantes. É um recurso estético para diferenciar os diferentes momentos do programa e papéis que o apresentador desempenha, aqui “transportado” ao ambiente *web*. Ainda que não exatamente igual, os elementos essenciais ao reconhecimento da plataforma *online* estão preservados, contudo, adaptados à linguagem televisiva, proporcionando uma estética de metalinguagem “webvisualmente televisiva”.

3 HITRECORD ON TV

Os panoramas televisivos⁵⁸ são compósitos de molduras sobrepostas, logo, precisamos partir de um panorama geral – aqui intencionado a remeter a um tipo de enquadramento de cena em que um cenário é mostrado integralmente, à distância – para perceber a macromoldura que envolve as seguintes, interiores, para só então dar *zoom in*, cientes daquilo que sobrecodifica os territórios étnicos emoldurados.

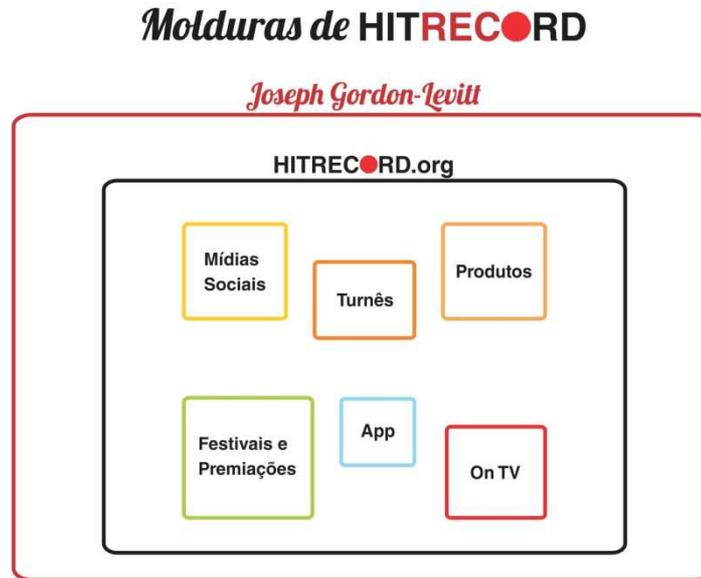
As molduras, enquanto metodologia – isto é, a identificação dos quadros de experiência e significação incutidos nas imagens de televisão –, demandam “um esforço de desencantamento” para que possa se efetivar, produzindo um movimento que parte da percepção tátil (habituada, do espectador despercebido das montagens técnicas) para uma percepção ótica (própria do pesquisador que busca “desfamiliarizar” o olhar para ser capaz de perceber os emolduramentos em torno/acima/anteriores do conteúdo). (KILPP, 2010, p. 87).

Assim sendo, em *zoom out*, identificamos o segmento ON TV dentro de outros quadros mais abrangentes de significação, os quais chamamos de *molduras intrínsecas e molduras extrínsecas*. As molduras intrínsecas dizem respeito ao processo de produção do programa, isto é, busca identificar as ethicidades anteriores/superiores ao programa que o viabilizam, bem como as ethicidades pareadas que contribuem na manutenção desse processo produtivo que culmina no programa de televisão.

Já as extrínsecas dizem respeito à realização dos audiovisuais como programas de TV de fato, o que só ocorre no fluxo atualizado da programação. Ou seja, as emissoras, que por si só já são um terreno de significação, investindo sobre os sentidos emoldurados e os imaginários as suas próprias moldurações étnicas.

⁵⁸ “Panoramas televisivos são as durações com extensividade ou as imagens audiovisuais de um tempo qualquer de TV em fluxo: uma construção ou um ser (virtual) e agir (atual) televisivo como tantas outras ethicidades televisivas, nas quais se dá a ver um *compósito* de quadros de experiência e significação sobrepostos, um écran próprio da TV e distinto de outras mídias como o vídeo e o cinema.” (KILPP, 2010, p. 86).

Figura 15 – Compósito: visão geral e molduras pareadas



Uma vez identificadas essas macro-molduras, acima ilustradas em *zoom out*, já temos uma perspectiva mais abrangente e ao mesmo tempo mais precisa de onde se situa nosso objeto empírico. Joseph Gordon-Levitt é a moldura principal, *ethicidade* que representa a origem de todo empreendimento HITRECORD.ORG, que por sua vez desenvolve seus empreendimentos em diversos nichos, os quais chamamos de *pareados* ao ON TV. Sim, *pareados* por se configura como um dos elementos os quais foram gerados a partir da plataforma online que lhes é anterior e que se ramifica para além do *website* nestes atuais. Entretanto, uma ressalva: HITRECORD ON TV é o projeto mais ambicioso da produtora HITRECORD, e embora outras molduras sejam cronologicamente geminadas e existiam por seus próprios motivos (como os produtos de *merchandise*, por exemplo), atualmente todas as molduras interiores apontam de alguma maneira para a moldura ON TV: os festivais e premiações onde antes competiam apenas os curtas, hoje já levam o nome do programa para essas esferas, tendo sido premiado no chamado “Oscar da televisão” a cerimônia do Emmy; através do aplicativo o envio de colaborações é facilitado, que de certa forma é conteúdo que tem por última finalidade compor as atrações do programa; as turnês, antes um espetáculo teatral-interativo, acabou se configurando como “ensaio” para as temporadas de espetáculos seguintes que já foram pensadas a compor a parte de palco/platéia na apresentação do programa; as mídias sociais hoje tem por foco promover o programa; igualmente os produtos são voltados principalmente para promoção do programa, dando destaque ao box dos

episódios do programa em DVD, e até outros produtos que fazem referência a alguma atração de grande sucesso quando veiculado na televisão, os quais viraram livros, discos, etc., e apesar de não serem nosso objeto de interesse, merecem menção.

3.1 Macromolduras Intrínsecas

3.1.1 Joseph Gordon-Levitt

Uma nomeação mais generalista – e até um tanto simplista, no caso de HITRECORD – seria atribuir a Joseph Gordon-Levitt o título de apresentador de ON TV, porta através da qual tivemos o primeiro contato com o projeto maior que empreende. São tantas as funções que o ator acumula que melhor seria chamá-lo de “grande orquestrador”, ubíquo criador, “big brother” de Orson Welles. São raros os momentos em que sua presença não está em quadro, e, mesmo quando não está, desempenha alguma outra função na produção dos audiovisuais (muitas vezes, fazendo questão de demonstrar isso com cenas de *making of*), sendo ele o proponente das temáticas abordadas (no meio *online* há diferentes séries de vídeos, como os “RE:”, de *request* – pedido, solicitação – substituído na última versão do *website* por “CHALLENGES” (desafios), e ainda a série “*The Regularity*”, que consiste em vídeos diários, nos quais ele reporta, em tom interpessoal, sem formalidades, o que tem aparecido de mais interessante na plataforma *online* e convida todos os usuários a fazerem o mesmo, desempenhando um papel de curadoria que pode lhes render uma aparição na corte final da edição diária), e é, em última análise, o diretor geral da produtora HITRECORD (é o que consta no organograma da empresa), portanto, toda e qualquer atividade da empresa passa necessariamente pelo seu crivo – aliás, ele deixa isso bem claro no novo vídeo de abertura⁵⁹, de 2016.

A fama de Gordon-Levitt lhe precede. O americano de 35 anos é conhecido por sua carreira como ator, tendo atuado como ator infantil no seriado “*Third Rock from the Sun*”, no filme “*10 things I Hate about you*”, em que contracenou com Julia Styles e Heath Ledger, e, mais recentemente, quando retoma sua carreira após alguns anos na faculdade, atua no sucesso de bilheteria “*500 Days of Summer*”. Ainda interpretou o primeiro Robin a ser levado a sério do cinema, no terceiro filme da trilogia dirigida por Christopher Nolan “*Batman: the Dark Knight Rises*”, bem como em “*Inception*”, do mesmo diretor, onde contracena com Leonardo DiCaprio e Ellen Page – ambas atuações muito mais densas, de personagens mais complexos do que aqueles

⁵⁹ Fonte: <https://hitrecord.org/intro> Acesso em: 04 abr. 2016.

das comédias românticas⁶⁰. Em 2013, escreveu e dirigiu “Don Jon”, onde contracenou com Scarlett Johansson. Enfim, como podemos conferir, seu currículo é extenso⁶¹.

Quanto ao projeto da produtora HITRECORD, este teve início quando Gordon-Levitt, após dar uma pausa em sua carreira para cursar a universidade, tenta retomar suas atividades como ator e se frustra com o mercado filmográfico. Ele e seu irmão, Dan, hoje falecido, idealizaram a produtora em 2005, sendo oficialmente inaugurada em 2010, com o intuito de morder um pedaço desse mercado, visto como restrito aos grandes estúdios. Mesmo após a recolocação bem-sucedida da sua carreira de ator, e da morte de seu irmão por overdose, ele não deixou o projeto HITRECORD de lado, investindo dinheiro próprio por muitos anos até que a empresa de fato pudesse se sustentar (o que aconteceu apenas muito recentemente, em 2015⁶²). Um empreendimento cultural de risco, sem dúvida, sob a justificativa de acreditar que existem mais talentos por aí do que a indústria de *blockbusters* americana dá a ver, afunilando a entrada dessas pessoas. É bem verdade que Joe (seu *nickname online*) não parou de trabalhar na grande indústria, e que se beneficia – e muito – dos projetos que decide levar adiante na produtora, com total liberdade para escolher papéis que lhe interessam, para gerir criativamente os audiovisuais, convidar alguns amigos famosos, etc.

Gordon-Levitt, portanto, pode ser pensado como uma *persona*, uma *eticidade*, e uma *moldura*: um construto web-televisivo de um avatar que flana entre mundos sem constrangimentos; o artista polivalente, capaz de interpretar muitos papéis e executar diferentes funções técnicas ao mesmo tempo; o chefe, que aprova ou reprova, e, no final do dia, assina o cheque; o *entertainer*, esforçando-se no palco pelo engajamento da plateia, dela depende seu sucesso, assim como em um *stand-up*, ou em um circo; o jornalista, entrevistador, documentarista; uma celebridade de Hollywood, cuja fama lhe dá acesso privilegiado a lugares e pessoas igualmente envoltas numa aura que os distancia da “população em geral”. 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

⁶⁰ Os títulos dos filmes no Brasil são, na ordem em que foram citados: “Uma família de outro mundo” (<http://www.imdb.com/title/tt0115082/>), “10 coisas que eu odeio em você” (http://www.imdb.com/title/tt0147800/?ref_=fn_al_tt_1), “500 dias com ela” (http://www.imdb.com/title/tt1022603/?ref_=nv_sr_1), “Batman, o cavaleiro das trevas ressurgente” (http://www.imdb.com/title/tt1345836/?ref_=fn_al_tt_1), “A Origem” (http://www.imdb.com/title/tt1375666/?ref_=nv_sr_1), “Como não perder essa mulher” (http://www.imdb.com/title/tt229499/?ref_=fn_al_tt_1). Todos os links acessados em 04 abr. 2016.

⁶¹ Pode ser conferido em http://www.imdb.com/name/nm0330687/?ref_=tt_ov_dr. Acesso em: 04 abr. 2016.

⁶² “Signing 2015 community checks”, de 9 de novembro de 2015. No vídeo, Gordon-Levitt aparece assinando uma pilha de cheques destinados aos artistas cujos trabalhos foram utilizados em produtos HITRECORD, num total de 2.906 contribuições – e 2.906 cheques assinados, somando um total de \$704,789.65. Desde 2010, a empresa já pagou mais de dois milhões de dólares aos colaboradores do mundo todo. Disponível em: <<https://www.hitrecord.org/records/1893336>>. Acesso em: 09 fev. 2016.

“os outros”. O personalismo é um emolduramento profundamente arraigado em todos os produtos da marca HITRECORD, evocando um imaginário onde a criatividade está relacionada intimamente à subjetividade do artista, e daí o paradoxo de que, apesar do imaginário colaborativo (uma moldura das mais marcantes, porque constantemente reiterada no discurso da empresa, desde a página inicial do *website*, à abertura da segunda temporada⁶³), de que todas as partes são igualmente importantes, 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. Esta é, pois, a definição de persona: “personagem televisivo dele mesmo -, e a convicção que adquirimos de sua onipresença, liberta nossos sentidos para o entretenimento televisivo, seguros de que a realidade está nas boas imagens de vigilantes *personas*.” (KILPP, 2016, p.14).

Pelos variados motivos listados, Joseph Gordon-Levitt está quase sempre, por um motivo ou por outro, em evidência, habitando em distintos tempos de televisão: seja divulgando um filme em que atuou, em algum *talk-show*, como o da Oprah⁶⁴ ou Ellen⁶⁵, ou promovendo seus próprios filmes como diretor, nos filmes que passam na televisão e nas próprias salas de cinema, no telejornalismo inclusive, pela ambição e sucesso que seu projeto alcança, com shows mais elaborados, e angariando premiações. Seja, ainda, em função do próprio projeto HITRECORD – que, na verdade, não perde oportunidade alguma de promover: seja qual for o evento, lá está ele com seu terno característico e o *bottom* (alfinete de roupa) que é o símbolo da produtora: um círculo vermelho simbolizando o botão de REC, gravar. Por último, passou a figurar também no espaço publicitário: é o garoto-propaganda de um novo modelo de celular da marca LG, cuja molduração é um *close-up* do próprio, como enquadrado em diversos momentos do programa, cantarolando, enquanto caminha por um parque, a melodia a que diferentes pessoas vão sendo adicionadas; cada uma com sua própria, formando uma única canção com diversas vozes e rostos. Emula, portanto, tal e qual a estética de HITRECORD ON TV e seu devir colaborativo, um dos imaginários também evocados por sua figura (assim como “audiovisuais independentes”).

Ainda, no decorrer da pesquisa, como dissemos, encontramos diferentes grafismos para a escrita do nome da produtora, e uma delas que passou a ser cada vez mais recorrente e

⁶³ A primeira temporada, à qual mais nos dedicamos, não possui uma vinheta de abertura fixa, dependendo da temática do episódio, se apresenta sob linguagem randômica, muitas vezes sem nos “avisar” de que é a abertura do programa, pois introduz o programa em um choque de contato direto com o fluxo da programação a que se vincula.

⁶⁴ Fonte: <<http://www.oprah.com/entertainment/Joseph-Gordon-Levitt-Don-Jon-Interview>>. Acesso em 04 fev. 2016.

⁶⁵ *Talk show* de Ellen DeGeneris. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=380gVwbnjJA>>. Acesso em 04 fev. 2016.

constante, inclusive no endereço de *hotsites* do programa, é o extenso: “HITRECORD ON TV *with* Joseph Gordon-Levitt”, ou seja, incluindo o nome do “todo-poderoso” no título do programa, em um esforço para que jamais um nome – o do programa – apareça desacompanhado do outro – do diretor-geral.

3.1.2 HITRECORD.ORG

No ano de 2010, surge a HITRECORD.org, formalmente como empresa de produção de audiovisuais independentes – livres do financiamento de patrocinadores, ou do jugo dos grandes estúdios, uma vez que pertence a uma só pessoa que investe seu próprio capital no empreendimento. Situada no ramo da indústria criativa, cuja matéria-prima é a criatividade e inventividade dos seus associados, destaca-se na produção de curtas-metragens como principal atividade, mas também são produzidos bens materiais e audiovisuais diversos. Angariando um sem-número de artistas/colaboradores em escala global, através de uma plataforma *online*, que é sua base organizacional geradora de conteúdos. É notável como cada produto “alimenta”, ou é alimentado, pelos seus pares, numa cadeia produtiva circular de trocas que agregam valor – simbólico e de mercado – a tudo que leva a marca HITRECORD.

A proposta de trabalho, entretanto, pode ter soado (e ainda soar) peculiar. Assim como lido na página inicial da versão anterior do *website* (que esteve no ar até a primeira quinzena de 2016, conforme mostraremos adiante), HITRECORD.org é uma “*open collaborative production company*”, ou seja, uma produtora aberta e colaborativa. O que significa que: é aberta porque qualquer pessoa pode entrar; colaborativa porque a ideia é justamente que seja um ponto de encontro dos diversos talentos espalhados mundo afora, e a proposta é a da remixagem dos conteúdos ali postados; e produtora, pois, afinal, é uma empresa, e como tal visa gerar produtos de nicho, com valor simbólico da marca agregado, com vistas ao lançamento destes no mercado tradicional, com o propósito de geração de lucro para se manter.

Na sequência de imagens a seguir, que são capturas de tela da página inicial de HITRECORD.ORG (na versão anterior à atual), lemos – na ordem da esquerda pra direita, de cima pra baixo - o seguinte texto de apresentação (tradução nossa): "O que é HitRecord? Chamamos de uma produtora aberta colaborativa, e este *website* é onde fazemos as coisas juntos."; “O que é HitRecord? é... aberta ...porque qualquer um pode contribuir com texto, imagens, áudio e vídeo (chamamos todos de "gravações")"; : "O que é HitRecord? é... colaborativo... *porque trabalhamos em projetos juntos. (Todos podem fazer o download e*

remixar qualquer gravação no site); "O que é HitRecord? é... uma produtora...porque, juntos, nós produzimos mídias de todos os Tipos!"; "Como posso contribuir? Existem novos projetos começando o tempo todo... você pode contribuir com uma colaboração que já está em andamento... ou você pode começar sua própria colaboração!"; "Como posso contribuir? Você pode postar qualquer trabalho original... ou somar ao que outros já fizeram!"; "Os artistas são pagos? Sim! Acreditamos que um bom trabalho merece compensação justa. Desde 2010, realizadores receberam um total de \$1.263.130,00 ... e contando!"; "Estamos gravando? Quer trabalhar conosco? Junte-se!"

Figura 16 – Sequência de banners da página inicial de HITRECORD.ORG, V5



Fonte: <<http://www.hitrecord.org/>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

3.1.3 ON TV e Molduras Pareadas

O nome HITRECORD (“aperte o *rec*”, “grave”), acompanhada do símbolo – um círculo vermelho em alusão ao botão de gravação nas câmeras – aglutina a proposta da organização, bastante sedutora: que as pessoas produzam vídeos, que produzam quaisquer conteúdos, como ilustração, animação, textos (contos, letras de música, poesia, etc.), arranjos musicais, e que compartilhem essa produção dentro do site, a qual fica exposta para outros usuários trabalharem em cima, assim como consta na declaração dos termos de privacidade prévios com os quais se deve concordar para participar – isto é, permite-se a cessão dos direitos sobre os conteúdos produzidos para que sejam baixados e remixados por quem quer que seja que estiver “logado” na plataforma *online*, desde que referenciada a autoria e o pagamento ao artista, caso alguma de suas contribuições seja utilizada para fins comerciais. Por exemplo, se alguém cria uma letra de música, pessoas do mundo todo podem postar vídeos com a melodia que criaram, utilizando o instrumento que souberem tocar, multiplicando a criação em muitas variáveis.

Essa mixagem, remixagem, ou edição que é realizada pelos produtores é o que vai ao ar na versão “ON TV”. O conteúdo postado na plataforma *online* é o que alimenta os conteúdos veiculados televisualmente. Os vídeos que passam no programa ficam disponíveis no site, e também no canal do Youtube; os fragmentos de vídeos utilizados estão disponíveis integralmente no site, para os usuários. Assim como vemos logo no primeiro episódio da primeira temporada, as colaborações entre os usuários da plataforma são dadas a ver frequentemente na edição final de um videoclipe, realizada pela equipe residente do escritório de HITRECORD, onde esses muitos colaboradores, do mundo todo, aparecem justapostos, sequencialmente, um após o outro no fluxo da duração do vídeo, formando uma única música com muitas vozes, e muitos instrumentos diferentes – misturados, ainda, com imagens da execução ao vivo, no palco, da composição.

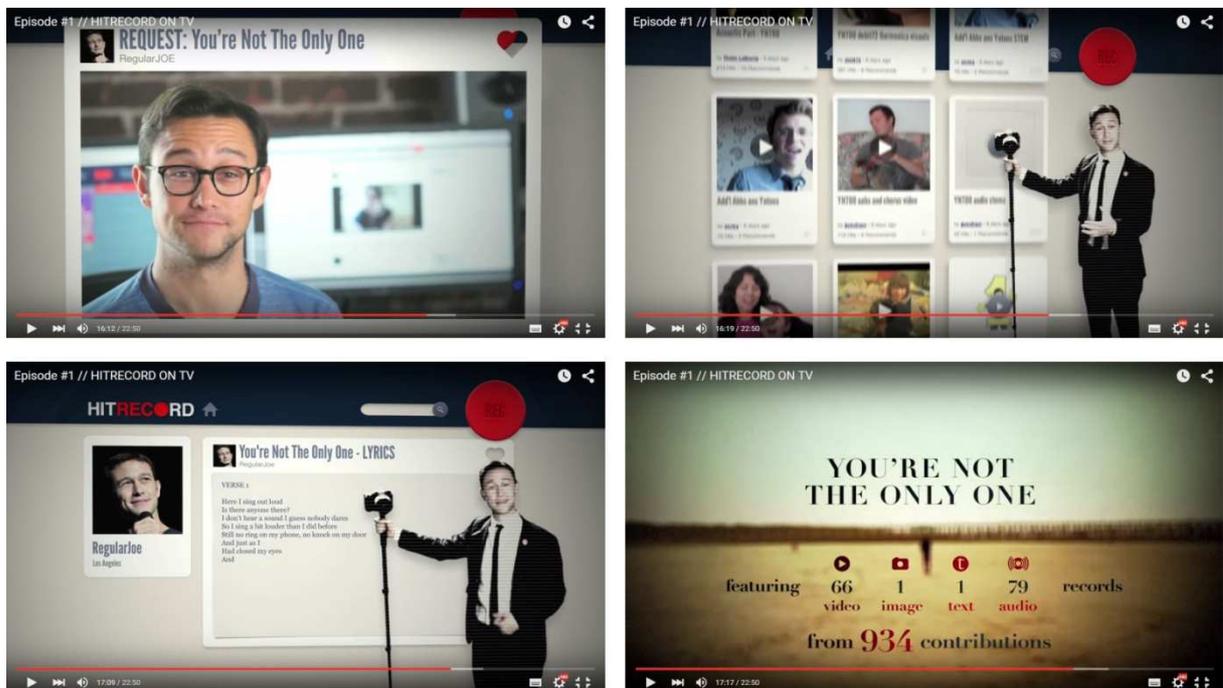
Então existem duas possibilidades de participação *online*: colaborando com algum material já postado (seja na linguagem que for, visual, narrativa, arranjo musical, etc.), ou propondo algo, colocando-o à elaboração de outrem. Há ainda os temas que são lançados pelo apresentador (seja utilizando o termo *REQUEST* ou *CHALLENGE*, mais recente), que irão formar, como num mosaico, um panorama composto por diferentes durações televisivas, encerradas em diferentes territórios de significação que são as moldurações e emolduramentos

subjetivos, atualizados no decorrer do destrinchar temático, tema esse que é a macro-moldura que constitui o território, ou tela desse mosaico.

Vamos nos reportar, a partir daqui, às imagens que se seguem, sequencialmente. O "request" (pedido, requerimento) é um vídeo feito pelo apresentador e lançado na plataforma *online*, dentro de seu perfil pessoal (como vemos na primeira imagem) que dá início a uma produção qualquer de interesse no momento. A seguir entram os colaboradores. Mas atenção: aqui estamos já dentro de uma imagem televisiva, pois os elementos do *website* não se movem da maneira que estão sendo mostrados, e há aqui o agravante do apresentador sobreposto à imagem, explicitando o construto *web-televisivo* – ou seja, um construto de web que a televisão dá a ver como tal, mas que difere no ambiente *online* de fato.

Na sequência, capturada do primeiro episódio da primeira temporada do programa, o apresentador mostra seu próprio perfil dentro da plataforma onde se encontra a letra a ser musicada, conforme pedido no vídeo inicial. Por último, a abertura do que se tornou um produto finalizado: um videoclipe nesse caso, com uma marca total de 934 colaborações, partilhadas entre as diferentes mídias constantes no letreiro.

Figura 17 – Sequência de um processo de produção

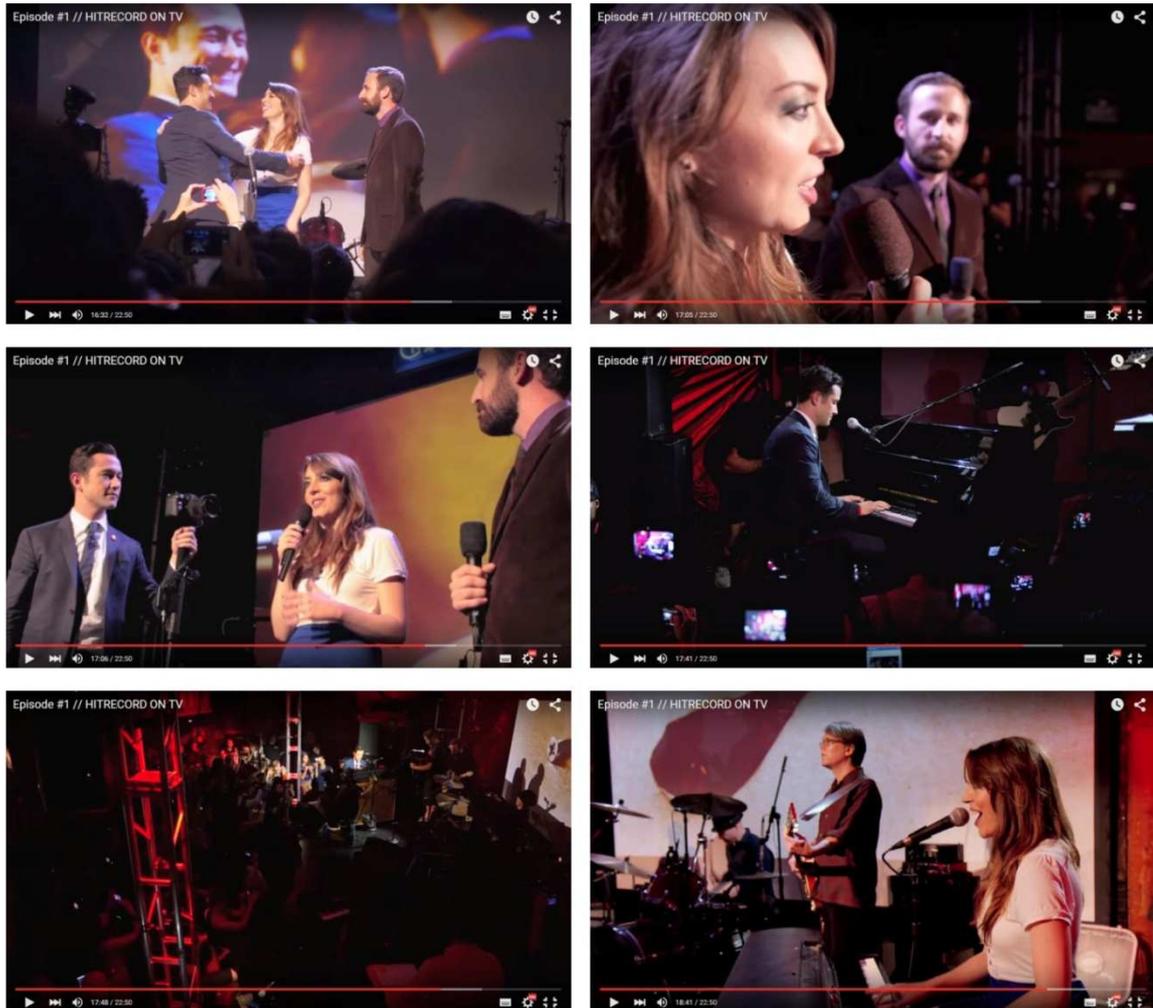


Fonte: Arquivo pessoal.

Todas as relações de Joseph Gordon-Levitt parecem ser registradas de perto, intermediadas por sua *handcam*. Este é também o *modus operandi* do espectador presencial: de uma maneira geral nem é necessário que se incite tal comportamento, mas no caso de HITRECORD ON TV, mesmo a experiência presencial é mediada por telas, dando a ver algo que se discute hoje acerca da audiovisualização da cultura. Há um excesso de imagens, e sequer a vivência escapa, alastrando-se pelo tecido da cultura, engendrando gestos e comportamentos próprios do que podemos chamar de uma ambiência tecnocultural, ou seja, há uma facilitação e mesmo um incentivo a tais práticas.

Na sequência abaixo, há um jogo de câmeras. O apresentador com uma câmera no rosto da convidada, projetada no telão atrás de si. Olho ubíquo do apresentador, a lente da câmera é uma materialidade autorizada a penetrar a intimidade de outrem, como se ele mesmo lá estivesse, um olho indiscreto, no rosto da convidada. Durante a performance musical ao vivo, se deixamos de nos fixar na parte da imagem que a composição sugere, ou seja, se a execução da música pelo apresentador deixa de ser o foco, e damos um passo atrás, reiterada está a presença das câmeras, em detrimento inclusive da imagem da platéia. No penúltimo quadro, visualizamos os que lá estão presentes, em um ambiente diferente do que aquele da aberta. Não estamos mais no luxuoso teatro, mas em um lugar pequeno e escuro, com as pessoas se amontoando perto do palco, algo muito menos formal, talvez mais adequado à proposta participativa que o projeto HITRECORD diz ter. Fato curioso: embora a insistência no interesse sobre as histórias de vida das pessoas, com os convidados do palco, inicialmente usuários da plataforma online e aqui amigos íntimos do apresentador, parece haver uma profunda negação envolvida em não reconhecer a presença da banda de apoio que está no palco, como se vê no último quadro – banda que sequer é apresentada.

Figura 18 – Sequência ao vivo



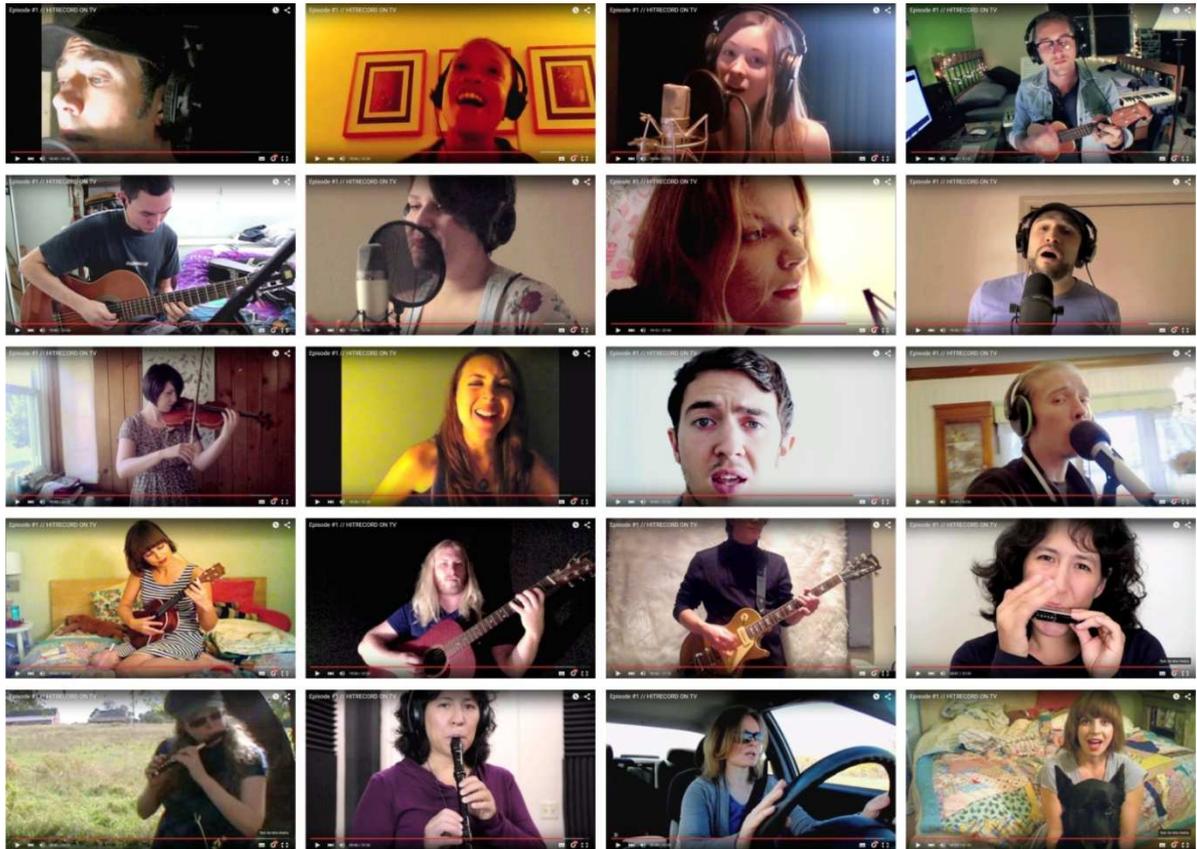
Fonte: Elaborado pela autora.

A montagem a seguir revela na sequência de telas, uma coleção de fragmentos de vídeos performáticos caseiros, que agrega pessoas e instrumentos diversos em uma simultaneidade, de mesma duração musical e televisiva. Lembramos do que Bergson nos diz, que o universo dura, e que, portanto, estamos em simultaneidade. Muito embora distantes no espaço, uma teia invisível revela-se na sincronia da duração dos participantes, uma teia temporal. Ainda: as imagens em baixa resolução nos remetem a vídeos amadores, que aqui nos sugerem uma certa exaltação da vida comum, de onde toda experiência estética irrompe. Há um secreto ideal de “união entre arte e vida comum” que perpassa a exaltação do tosco (tecnicamente falando) que persiste no vídeo. Talvez porque, muito embora seja a vida cotidiana o cenário de toda experiência, a experiência estética irrompe desavisadamente de modo a botar em crise o próprio caráter cotidiano e habituado da vivência. Sugerimos, no caso de HITRECORD ON TV, que a experiência estética ocorra de maneira assíncrona: embora se

imagine que a produção artística tenha por natureza a qualidade de gerar uma experiência estética, esta não é uma regra (não existem regras, ou reprodução intencional de um cenário onde tal acontecimento com certeza ocorrerá), ainda mais havendo o entendimento de que a grande maioria do material postado não é utilizado no corte final do programa, reduzindo, de certa forma, a expectativa que se deposita em cada postagem. É possível, entretanto, que a experiência estética aconteça no momento da especção televisiva, uma vez que a veiculação de uma criação própria por um programa, através de uma emissora de TV com enorme alcance geográfico e de público, confira um status de reconhecimento de qualidade (ou ao menos de relevância) à criação do artista, e uma validação do seu fazer.

[...] A fusão da experiência estética com o cotidiano neutraliza aquilo que há ele mais particular na experiência estética. Por conseguinte, afirmo que "a experiência estética nos mundos cotidianos", apesar de apontar para um novo estado universal do mundo, sempre será uma exceção que, de maneira totalmente natural e de acordo com cada situação individual, desperta em nós o desejo de detectar as condições (excepcionais) que a tornaram possível. Uma vez que ela se opõe ao fluxo ela nossa experiência cotidiana, os momentos da experiência estética se parecem com pequenas crises. (GUMBRECHT, 2006, p. 51)

Figura 19 – Sequência musical executada por diferentes artistas e instrumentos



Fonte: Elaborada pela autora.

É também um modelo de negócios. Deveras, o que Gordon-Levitt propõe é um *design* de produção de conteúdo criativo em escala global, financeiramente bem-sucedido (ainda que a iniciativa seja de risco e tenha demorado em torno de dez anos para dar retorno financeiro), que angaria uma infinidade de material audiovisual bruto disponibilizado por seus colaboradores de forma gratuita. É um enorme banco de dados, um repositório das mais variadas técnicas e estéticas audiovisuais – acessível tanto para utilização da própria empresa, como para outrem, de acordo com o que diz nos termos do contrato com o qual o usuário concorda ao se cadastrar. Dessa maneira, Gordon-Levitt avalia e seleciona aquilo com o qual pode/quer trabalhar, escolhendo livre e arbitrariamente o que mais lhe interessa (é bem verdade que existe um conselho de curadoria de usuários, bem como a participação ativa da equipe do escritório, mas, em última análise, quem “bate o martelo” é o diretor-geral). Melhor ainda: não só utiliza o que há de disponível como propõe a pauta que quer desenvolver, através dos *REQUESTS* – chamados de *CHALLENGES* mais recentemente – falando diretamente com o usuário (usuário, pois a etapa de solicitação de conteúdos se dá online, previamente ao programa, que só exhibe os resultados finais), cara a cara com a lente da

câmera, o que deseja que seja desenvolvido, obtendo um “*menu*” de opções “infinito”, isto é, alguns desses pedidos têm tantas respostas que parece impossível que absolutamente tudo tenha sido visto e avaliado. Afinal, todas as decisões é Gordon-Levitt quem avalia. Ficamos pensando em todo o material não utilizado nos programas de televisão, entretanto lá existentes, no banco de dados, como potência televisiva: apesar de se configurarem como materialidades audiovisuais, paradoxalmente existem apenas como virtualidade, na nuvem (de armazenamento virtual), milhares e milhares de horas de imagens que jamais irão ao ar – quiçá assistidos em ambiente *web*. Apesar de não se atualizarem como produtos televisivos, permanecem como promessa, em devir latente, uma vez que podem “descobertos” por alguém (um usuário) que aplicará suas próprias molduras sobre o já produzido, a qualquer momento; ou a promessa de que em um suposto projeto futuro o material seja aproveitado pela produtora e remunerado, o que garante a manutenção desse arsenal imagético. E uma vez que uma colabração tenha sido utilizada, aquele usuário estará muito mais sujeito a ter cada vez mais trabalhos aprovados pela equipe, gerando para si uma atenção desejável nessa multidão virtual. Isso se pode afirmar pois ao final da primeira temporada temos alguns “personagens” (ainda que não estejam interpretando, como atores, os usuários estão ali representando um papel específico designado pelos avaliadores) com os quais adquire-se alguma familiaridade, os quais muitos retornam na segunda temporada do programa, gerando uma sensação de pertença ao usuário e um vínculo com o espectador, para o qual um mínimo de repetição é desejável para o engajamento na especção televisiva.

Suspeitamos que este seja sonho de qualquer dono de produtora: encomendar soluções para suas demandas, falando diretamente para um sem-número de artistas que irão ofertar-se gratuitamente para triagem, e, só então, “contratar” o “funcionário” que melhor solucionou o conteúdo que lhe foi proposto. Ao angular nossa visão por essa perspectiva não mais nos parece um modo de produção muito diferente daquele denunciado historicamente por proletários insurgentes desde a Revolução Industrial: trata-se do modo de produção capitalista, cuja premissa é a da exploração do trabalhador e apropriação do fruto de seu trabalho. De repente Gordon-Levitt não parece mais tão inovador, pois a lógica por trás de HITRECORD é a mesma de qualquer outra empresa, a do lucro. Paradoxalmente, é isso que permite aos colaboradores serem pagos, e que Gordon-Levitt e sua equipe possam viver disso. Ele parece carregar o estandarte que diz que “sim, é possível empreender e viver de arte”, como um verdadeiro negócio (de risco), que responde a uma questão do fazer artístico, um jargão que povoa os imaginários compartilhados do senso-comum a respeito da indústria

criativa, que é a de quem apostar nesse caminho – viver de arte – deverá fazer “voto de pobreza”, pois “artistas são sempre pobres” – uma ressalva: artista aqui é quem faz da arte um ofício, investindo em carreiras tais como a de escritor, de pintor, escultor, animador, etc.; não engloba um outro imaginário, antagônico, da cultura das celebridades chamadas de “artistas”, de uma maneira genérica, antes se referindo mais à fama dos mesmos do que a suas habilidades.

Há de se capitalizar a iniciativa: HITRECORD disponibiliza um banco de dados imagéticos enorme, gratuitamente, mas conta ainda com diversos produtos de *merchandise*, em busca de atingir nichos mais tradicionais, como o da edição de livros e vestuário (só para citar dois exemplos); está presente em praticamente todas as redes sociais de relevância; ainda mais recentemente foi lançado um aplicativo para celular em Android e iOS, de onde se acessa a plataforma e se faz postagens colaborativas diretamente; através das redes e do próprio *website* divulgam, entre outras coisas, os shows ao vivo das turnês que darão origem a episódios temáticos que compõem as temporadas, que, em quase todos os espetáculos, contam com uma ou outra presença de celebridades hollywoodianas; sem dúvida a presença em festivais independentes e o Emmy, que rendeu premiação, aumentaram em muito a visibilidade do programa, que, sejamos justos, é o empreendimento mais audaz, que rende maior visibilidade e meio de veiculação do que se produz de melhor na plataforma colaborativa *online*.

3.2 Macromolduras Extrínsecas

O programa HITRECORD ON TV é transmitido nos Estados Unidos através do canal de televisão Pivot. Na América Latina, é veiculado pelo canal I.Sat, e, mais recentemente, passou a ser veiculado pelo canal espanhol de entretenimento Movistar+⁶⁶, que conta com serviço de *streaming*⁶⁷ para assinantes da TV a cabo, porém, não existem muitas informações sobre, então vamos nos focar no caso americano e no brasileiro.

A partir disso, vamos dissecar cada um dos elencados a seguir, buscando observar que territórios são esses, quais ethnicidades são construídas, quais sentidos que provocam, que imaginários evocam. Bem como determinar acessibilidade e abrangência, elencar os gêneros televisivos predominantes na grade de programação, e a quais outras entidades/grupos/parceiros se ligam.

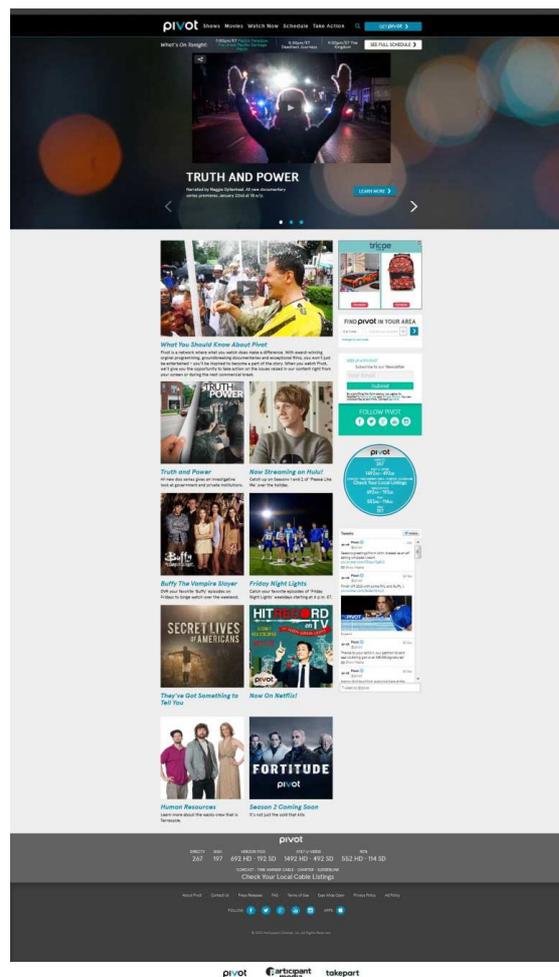
⁶⁶ <http://www.plus.es/>

⁶⁷ <http://yomvi.plus.es/>

3.2.1 Pivot

O canal de televisão Pivot⁶⁸, lançado em agosto de 2013 sob o slogan “*It’s your turn*” (“É a sua vez”), tem sua sede em Los Angeles, Califórnia, nos Estados Unidos. Como o canal não pôde ser analisado na duração integral de seu fluxo, em função de não estar disponível de forma alguma para público internacional assistir, não constando em nenhum pacote de TV a cabo brasileiro, nem disponibilizado via *streaming* em tempo real⁶⁹, optamos por nos dedicar ao *website* da emissora, bem como seus desdobramentos – *in-links e out-links* –, para visualizar o *design* do compósito de molduras: subdivisões internas por categoria (as que nos interessam), parceiros, produções, petições. Após a coleta, em *Figura*, dessas telas, vamos montando os fragmentos como num mosaico, buscando produzir um quadro maior onde se tenha reunidos fragmentos que estavam distantes.

Figura 20 – Página inicial de Pivot.tv



Fonte: <<http://www.pivot.tv>>. Acesso em: 21 dez. 2015.

⁶⁸ www.pivot.tv

⁶⁹ Na realidade, o site disponibiliza dentro de sua própria interface um serviço de *streaming*, porém, destinado a quem já é assinante.

Começamos pela página inicial, escaneando-a integralmente, e identificamos que HITRECORD ON TV tem um destaque considerável dentro do canal, pois é uma das atrações de capa.

Como alguém quem conhecemos pela primeira vez, gostaríamos de saber o que ela tem a dizer sobre si, e nisso foi muito útil o link “*What you should know about Pivot*”, ou “O que você deve saber sobre a Pivot”, composto por um vídeo de um minuto e um texto de apresentação, localizados logo abaixo do *banner* principal.

Tanto o vídeo como o texto demonstra aspiração marcadamente social, filantrópica até. Documentários, programas de *reality*, e outros que carecem da participação em simultaneidade do espectador são as produções “carros-chefes” da emissora. Tal direcionamento sugere o protagonismo do sujeito, da “pessoa real”, dentro do fluxo da programação, provocando uma sensação de pertença ao espectador mais assíduo. Espectador esse que deixa de ser “passivo” (no entendimento de um senso-comum do que seja assistir TV), isto é, deixa de estar colocado numa certa condição de imobilidade a qual requer assistir os aparelhos televisivos domiciliados (ainda que a experiência televisiva tenha, muitas vezes, o cunho de “som ambiente”, fazendo, às vezes, de companhia, uma presença naturalizada e onipresente enquanto se desenrolam os fatos do dia: nas cafeterias, nos bares, nas casas, nas creches – e tais situações sugerem o [possível] movimento de quem assiste/de vez em quando dá uma olhada).

Na referência autoral acerca das questões concernentes ao propriamente televisivo, encontramos em Kilpp (2015) considerações que nos ajudam a formular questionamentos e conjecturas. Em sua atual pesquisa, a mobilidade/fixidez dos usuários e aparelhos são pressupostos basilares para descobrir de que maneira o estado-televisão difere em dispositivos móveis em comparação aos monitores fixos. A autora explica: o que ocorre é que “quando o aparelho é fixo, a mobilidade do espectador não incide sobre a imagem produzida, ainda que possa incidir sobre a imagem percebida por tal ou qual espectador” (2015, p. 41). Quando, na carta de apresentação do canal Pivot, lê-se que é possível “agir diretamente de sua tela” (texto integral a seguir) sobre o conteúdo que é mostrado na programação, ficamos muito curiosos para saber como que essa experiência de fato acontece. Que tela é essa, qualquer tela? Quando agimos a partir dessa tela, isso incide sobre a imagem? Se sim, como incide? Conjecturas, pois não temos acesso à programação da emissora. Mas esta breve passagem do texto nos inspira a pensar numa televisão que convida o telespectador, que demanda a ação dele para possa se realizar em sua integralidade, que traz um diferencial à imagem televisiva como tradicionalmente recebida.

O texto de apresentação da emissora (detalhe na capa do site) diz que (tradução nossa):

O que você deve saber sobre Pivot.

Pivot é uma rede onde o que você assiste faz, sim, a diferença. Com programação original premiada, documentários inovadores e filmes excepcionais, você não ficará apenas entretido – você ficará inspirado a se tornar uma parte da história. Quando você assistir Pivot, nós lhe daremos a oportunidade de agir nas questões levantadas no nosso conteúdo diretamente da sua tela, ou durante o próximo intervalo comercial. (Acesso em 30 dez. 2015).

O vídeo⁷⁰ que acompanha o texto traz uma colagem de imagens que engloba um espectro amplo de questões humanitárias, ambientais e políticas que são abordadas no conteúdo da programação. A seguir, a transcrição da narração, seguida da tradução (nossa), cujo *design* é também uma colagem de fragmentos de depoimentos variados, intercalados com letreiros.

Quadro 1 – Transcrição e tradução (nossa) do conteúdo do vídeo de apresentação

Voz em off (um estudante): <i>It's pretty clear this moment is different. We need a leap.</i> (Está muito claro que este momento é diferente. Nós precisamos de um salto).
Letreiro: <i>This fall</i> (Nesse outono).
Voz em off (mulher): <i>If you want something in life, reach out and grab it.</i> (Se você quer algo na vida, alcance e agarre).
Voz em off (palestrante): <i>I believe that some of you...are going to change the world.</i> (Eu acredito que alguns de vocês... vão mudar o mundo).
Letreiro: <i>it's time... to take action</i> (é hora... de tomar uma atitude).
Voz em off (expedicionário): <i>What if in a thousand years from now we're gonna think about, and when they look back at all the animals we have extinct?</i> (E se, em mil anos, nós olharmos pra trás e pensaremos, e quando olharmos pra trás para todos os animais que extinguímos?).
Voz em off (repórter): <i>So many families live in such terrible conditions.</i> (Tantas famílias vivem em condições tão horríveis).
Voz em off (professora): <i>We need to take action today.</i> (Precisamos agir hoje).
Voz em off (Joseph Gordon-Levitt, apresentador de HITRECORD ON TV): <i>The future. It does matter. It matters to me.</i> (O futuro. Ele realmente importa. Importa pra mim).
Cena do seriado “Please Like Me”: <i>Everything is gonna be ok.</i> (Tudo vai ficar bem).
Letreiros com narração: <i>What you watch...does make a difference.</i> (O que você assiste faz, sim, a diferença).
Letreiro de encerramento: <i>Pivot.</i>

Fonte: Elaborada pela autora.

⁷⁰ O vídeo foi substituído no mês de março de 2016.

O HITRECORD, mais um vez, figura em posição de destaque na emissora Pivot, com trecho de uma cena de Joseph Gordon-Levitt em seu monólogo de encerramento do último episódio da segunda temporada, cujo tema é “O Futuro”.

Essa apresentação, tão enfaticamente ativista, dá o tom, como um fundo sobre o qual desde já ficamos cientes e aptos a que certas figuras apareçam. Tal mensagem de ação e mudança social, em textos “motivacionais” se repete em praticamente todos os segmentos.

Ao sopé da página inicial, clicamos no *in-link* “*about us*” (“sobre nós”), a fim de obter mais informações, dados de cunho técnico, e encontramos um texto quase idêntico ao da capa do site, com algumas poucas informações adicionadas e mais um vídeo de conotação “motivacional”, que pouco informa, mas que, na verdade, busca vender a empresa como tal.

Finalmente, ao chegar ao link FAQ (“*frequently asked questions*” ou, em português, perguntas frequentes), conseguimos encontrar informações objetivas. Algumas informações interessantes ali constam, a respeito de distribuição, vagas de emprego e propaganda. Citamos algumas: não há transmissão internacional; não está disponível no Netflix, mas está na plataforma iTunes, no Amazon Instant Video e no aplicativo para *smartphone* da Pivot, serviços os quais são todos pagos, porém, o aplicativo só é acessível a quem já é assinante da distribuidora do sinal a cabo; sua renda, “como qualquer rede de tevê” (lê-se), provém de anunciantes e parceiros corporativos, mas apenas parcerias de empresas que tenham a ver com a política da emissora; para os anúncios existem “toneladas” (lê-se) de regras, nas quais figuram, além das regras do canal, outros órgãos de proteção ao consumidor, como a governamental *Federal Trade Commission*⁷¹ (FTC) e a *Children Advertising Review Unit*⁷² (CARU).

Contudo, o que nos chama atenção é que uma das primeiras perguntas, surgida muito antes das relacionadas aos programas a aparecerem apenas na última seção, é sobre HITRECORD ON TV. Há toda uma linguagem informal que permeia o tom da fala da emissora, e assim é na seção de perguntas e respostas. Entretanto, é peculiar a pergunta: “Eu amo Joseph Gordon-Levitt, mas não tenho TV a cabo. Como posso ver seu programa, o HITRECORD ON TV?” (tradução nossa⁷³). Mais uma vez se acentua o personalismo, uma das marcas de HITRECORD, colocando o interesse pelo programa do suposto espectador (as perguntas, na verdade, são elaboradas pelo próprio site) em função de “amar” a figura de

⁷¹<https://www.ftc.gov/tips-advice/business-center/advertising-and-marketing/advertising-and-marketing-basics>

⁷² <http://www.ascreviews.org/category/car/>

⁷³ Do original “I love Joseph Gordon-Levitt, but I don’t have cable. How can I see his show, *HITRECORD ON TV!*?”.

Gordon-Levitt, referindo-se a HITRECORD como “o *seu* programa” – apesar da insistência no discurso pró-colaboratividade.

Uma ethicidade desse canal, como construído até aqui, é, sem dúvida, o cunho social e ativista que perpassa o discurso do canal sobre si, como de se lê ainda na seção FAQ: “A Pivot promove a conscientização de importantes questões sociais através de uma programação informativa e de entretenimento” (tradução nossa⁷⁴). Suas principais atrações são as produções originais *Angry Planet*⁷⁵, com a temática ambiental, *Human Resources*⁷⁶ que é um *reality show* sobre uma organização que busca erradicar o desperdício e o lixo, e *Fortitude*⁷⁷, um *thriller* seriado que tem como pano de fundo a paisagem extrema do ártico, em uma cidade homônima ao programa. Apesar disso, parte dos programas que o canal veicula é antigo e com apelo popular, não dizendo respeito a causas sociais, como *Buffy, A Caça Vampiros*, por exemplo.

Na grade da programação, até o início desse ano, figurava HITRECORD ON TV duas vezes na semana, porém, agora, só é possível via *streaming* no Netflix. Na página inicial da Pivot, atualmente, HITRECORD permanece, mas o link nos leva para a plataforma *online* do Netflix, que é um serviço de assinatura pago *online*. Na temporada de episódios novos, eles são exibidos diariamente, exceto quinta e sexta, quando há reprise⁷⁸. A faixa de horário é entre o *prime time* e o *late night*, ou seja, após o horário nobre, porém antes da programação de tarde da noite, algo entre 22h e 23h. A moldura da programação nos sugere que de fato HITRECORD ON TV tem posição de destaque na programação, ainda que não figure exatamente no *prime time*, que é dedicado a programas de produção originais da *Participant Media*.

Em relação à distribuição, Pivot é distribuída por satélite, TV a cabo e IPTV⁷⁹. No quadro de operadoras de televisão que distribuem o sinal da Pivot, disponível na capa do site, há a numeração do canal onde a emissora é transmitida. E a distinção entre SD e HD.

⁷⁴ Do original: “Pivot raises awareness of important social issues through entertaining, informative programming”.

⁷⁵ <http://www.takepart.com/pivot/angry-planet>

⁷⁶ <http://www.takepart.com/pivot/human-resources>

⁷⁷ <http://www.takepart.com/pivot/fortitude>

⁷⁸ Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/HitRecord_on_TV. Acesso em: 11 mar. 2016.

⁷⁹ IPTV (*Internet Protocol Television*) é a sigla em inglês para TVIP, ou seja, televisão via IP. O IP (*Internet Protocol*) é uma “identidade” de cada dispositivo ligado à internet. O IPTV (ou TVIP) é diferente da *webtv*, pois, apesar de utilizar *streaming*, é um serviço pago de operadora de televisão que transmite o sinal digital e garante a qualidade de som e imagem do conteúdo, cuja programação, ao vivo, é a mesma que se vê em um aparelho de televisão.

SD é a sigla para *Standard Definition* (definição padrão), e corresponde ao sinal de televisão clássico (VGA - *Video Graphics Array*) que, apesar de ser transmitida via sinal digital da operadora, tem definição inferior à HD. Enquanto SD corresponde a 144p, 240, 360p ou 480p, o sinal HD (*High Definition*) vai de 720p a um máximo de 1080p⁸⁰. Podemos ter uma experiência de variação de megapixels da imagem ao assistir um vídeo no Youtube, em que se escolhe a resolução (conforme valores citados acima) que melhor corresponda ao sinal de internet disponível.

Nas distribuidoras de sinal citadas acima, as que não diferem SD de HD é porque disponibilizam apenas o sinal SD. A operadora *DISH* oferece sinal por satélite. A *Time Warner Cable*, como o nome diz, é um serviço a cabo, o segundo maior dos Estados Unidos, e, em primeiro lugar, está a *Comcast*⁸¹. *AT&T* comprou⁸² esse ano a *DirectTV* (observa-se o mesmo logotipo nas *webpages* de cada empresa, no topo, à esquerda), que, curiosamente em seu site (assim como o da *Comcast*⁸³ – empresa de cabo e IPTV) consta uma série de *in-links* de cunho comparativo entre emissoras: *DirectTV* versus *Dish*, TV a cabo em geral, e a *Comcast*. Ainda a Verizon FIOS tem as opções SD e HD.

De qualquer maneira, se vê que a abrangência da emissão do sinal da Pivot é nacional, figurando nas principais distribuidoras do país. Ou seja, HITRECORD ON TV está disponível em todo território estadunidense.

Entretanto, outro detalhe nos chama a atenção. Quando citamos alguns programas originais, anteriormente, observamos que estão hospedados em um outro site, fora do ambiente da Pivot, o *Take Part*⁸⁴, nome que significa algo como “tome parte”, ou “envolva-se”. Pivot e *Take Part* participam do mesmo grupo, o *Participant Media*, cada uma em um segmento diferente.

“*TakePart* é uma revista digital de notícias e estilo de vida que divulga jornalismo independente acerca dos tópicos mais importante e socialmente relevantes da atualidade, juntamente com uma plataforma de ação social.”⁸⁵ é o que se lê na seção “*about us*”, no menu

⁸⁰ Valores de referência em https://en.wikipedia.org/wiki/Graphics_display_resolution. Acesso em: 30 dez. 2015.

⁸¹ Fonte: <http://www.syracuse.com/business-news/index.ssf/2015/12/time_warner_cable_cost_increase_dish_directv_bills.html>. Acesso em: 30 dez. 2015.

⁸² Fonte: <http://about.att.com/story/att_completes_acquisition_of_directv.html>. Acesso em: 30 dez. 2015.

⁸³ Fonte: <<http://www.xfinity.com/xfinity-vs-competition>>. Acesso em: 30 dez. 2015.

⁸⁴ www.takepart.com

⁸⁵ Traduzido do original: “TakePart is a digital news and lifestyle magazine featuring independent journalism on today’s most important, socially relevant topics, alongside a social action platform.”

principal de navegação. Nele, ainda constam as seções de notícias, de meio-ambiente, comida, cultura, mundo, negócios e, por último, diz “*Take Action*”.

O *Take Action*⁸⁶ que significa “aja”, é a plataforma de ação social da Pivot TV, outro segmento da *Participant Media*, hospedado dentro do ambiente virtual de *Take Part*. Lá encontramos petições, causas que aceitam doações, cartas que serão enviadas a autoridades, enfim, todo o tipo de ação acerca de problemas nacionais e mundiais. Podemos imaginar que é a isso que se refere o primeiro texto de apresentação lido na capa do site da Pivot, quando é anunciado que os telespectadores têm o poder de agir desde suas casas.

Em ambos os sites, há um espaço reservado ao HITRECORD ON TV. Em *Take Part*, é um espaço de referência do programa dentro do grupo *Participant Media*, constando no site da Pivot e em *Take Part*. É interessante que, mesmo o endereço virtual do programa, é composto pelo seu nome adicionado a “com Joseph Gordon-Levitt”, o que nos leva a pensar que, talvez, esse seja, de fato, o nome completo do programa⁸⁷. Nele encontram-se informações relacionadas ao programa, bem como aos produtos da *Participant Media*, a qual se liga com a aba “Take Action”, que, após um breve texto, nos direciona para uma “*pledge*”, cuja tradução corresponde a juramento, ou comprometimento. A causa a que HITRECORD se liga chama-se “*I REC responsibly*”, que consiste em uma declaração do programa, bem como um “lembrete” aos usuários para que gravem e remixem responsavelmente o que quer que seja, respeitando o direito das pessoas sobre sua imagem, assim como sem infringir nenhum *copyright*.

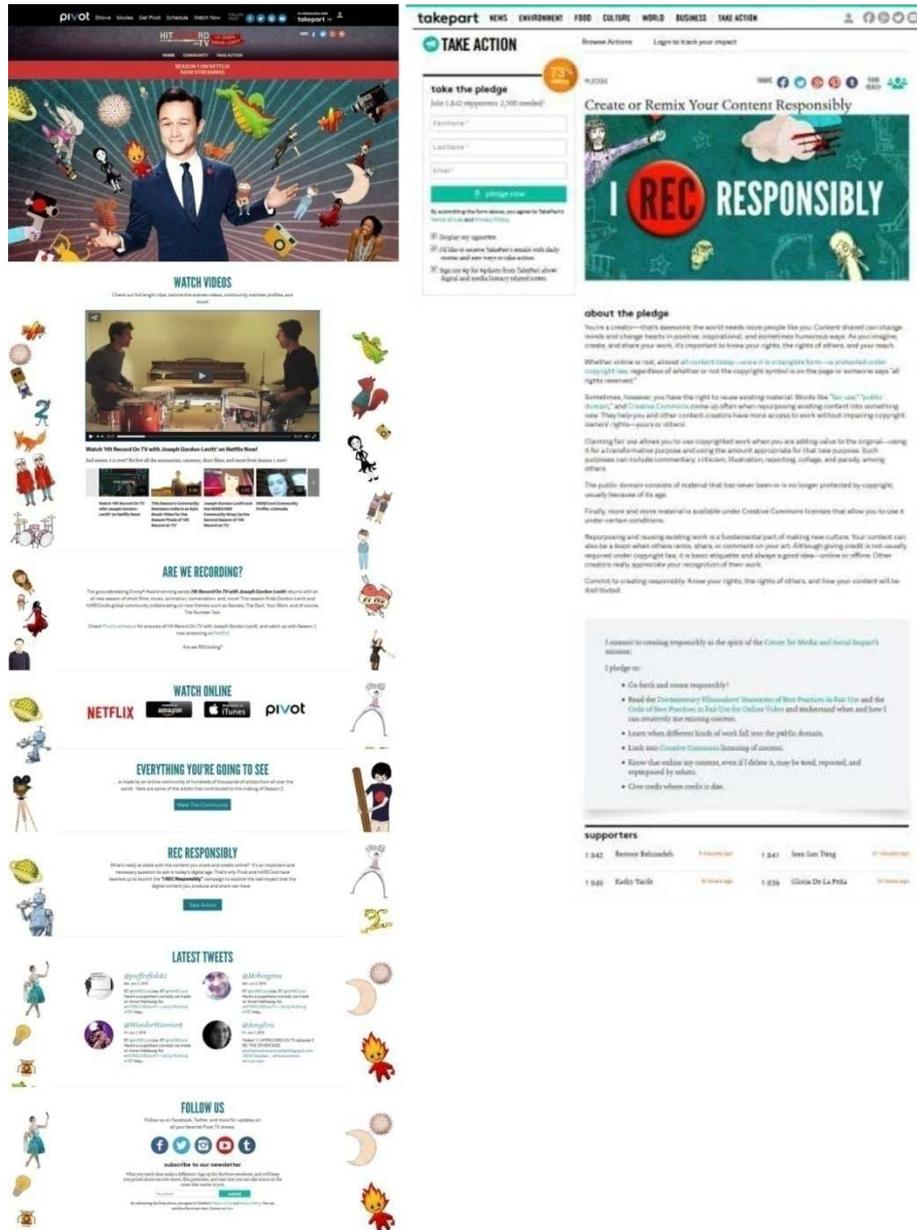
Mais um *outlink*: no texto de apresentação de HITRECORD ON TV, dentro do ambiente Pivot/Take Part, ficamos sabendo que há uma parceria entre o programa e o professor e autor Henry Jenkins, em um projeto intitulado “Mídia, Ativismo e Políticas Participativas (MAPP)⁸⁸. O objetivo é produzir uma série de vídeos, fazendo a pergunta: “O que realmente está em jogo em relação ao conteúdo que crio e compartilho *online*?”.

⁸⁶ <http://takeaction.takepart.com/actions>

⁸⁷ <http://www.takepart.com/pivot/hitrecord-on-tv-with-joseph-gordon-levitt>

⁸⁸ <http://ypp.dmlcentral.net/projects/media-activism-and-participatory-politics>

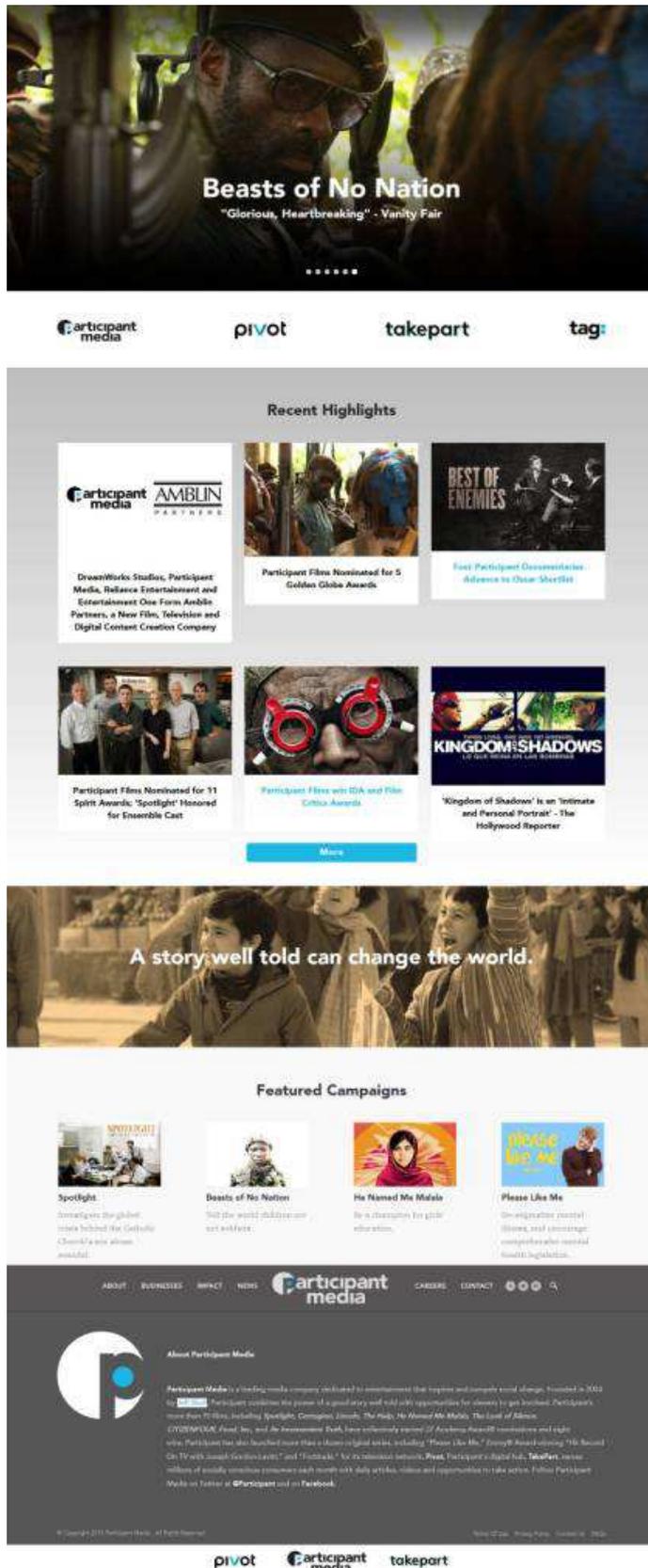
Figura 21 – Lado a lado, o site da Pivot e do Take Part, e a parte dedicada a HITRECORD ON TV dentro deles



Fonte 1: <http://www.takepart.com/pivot/hitrecord-on-tv-with-joseph-gordon-levitt> Acesso em 30/12/2015.

E, por fim, abordamos a moldura dentro da qual todas essas molduras menores habitam, a *Participant Media*. Essa companhia, líder em produção audiovisual nos Estados Unidos, coleciona produtos de vários segmentos, tendo sido a produtora que realizou *Spotlight*, que levou o prêmio de “Melhor Filme” no Oscar de 2016. Baseado em uma história verídica, *Spotlight* é sobre um grupo de jornalistas que investigam e denunciam casos de pedofilia dentro da igreja católica.

Figura 22 – Projetos da Participant Media: Spotlight ainda não havia ganhado o Oscar



Fonte: <<http://www.participantmedia.com/>>. Acesso em: 30 dez. 2015.

Lê-se no banner “*About Participant Media*”, localizado na parte inferior (texto atualizado em março/2016):

Participant Media é uma empresa de mídia líder dedicada ao entretenimento que inspira e compele a mudança social. Fundada em 2004 por Jeff Skoll, a Participant combina o poder de uma história bem contada com oportunidades para que os espectadores se envolvam. Os mais de 70 filmes produzidos, incluindo *Spotlight*, *Contagion*, *Lincoln*, *The Help*, *He Named Me Malala*, *The Look of Silence*, *CITIZENFOUR*, *Food, Inc* já receberam 50 indicações ao Oscar e 11 prêmios, incluindo o de Melhor Filme por *Spotlight*. *Participant* também já lançou mais de uma dúzia de séries originais, incluindo “*Please Like Me*”, o ganhador de um Emmy “*Hit Record On TV with Joseph Gordon-Levitt*” e “*Fortitude*” pela sua rede de televisão Pivot. O conector digital da Participant, o Take Part, serve milhões de consumidores socialmente conscientes a cada mês com artigos diários, vídeos e oportunidades para tomar uma atitude. Siga *Participant Media* no Twitter no @Participant e no Facebook” (tradução nossa⁸⁹).

Com isso, oficializamos: a maneira pela qual a Participant Media se refere ao programa HITRECORD ON TV é seguida de “with Joseph Gordon-Levitt”, no que pode ser considerada a evidência cabal para essa questão em relação ao qual seria o nome completo do programa. Por questões de economia, vamos continuar nos referindo a HITRECORD ON TV com esta grafia, e em caixa alta, já que em diferentes lugares vê-se escrito de maneiras diferentes. Oficializamos também a ethicidade construída por esses meios de comunicação do grupo *Participant Media*, desde sua matriz e, em cada produto, e a moldura que se desenha, é a do ativismo e da mudança social.

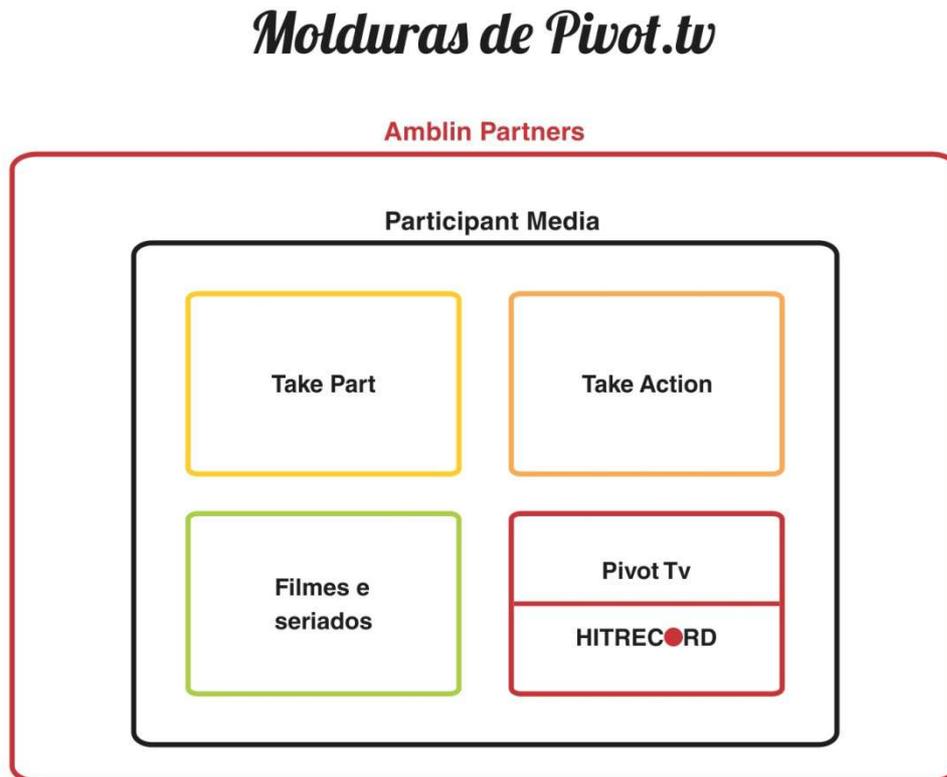
A Participant Media, entretanto, em dezembro de 2015, juntou-se a outras grandes produtoras do ramo midiático para formar a megaempresa Amblin Partners⁹⁰, juntamente com os estúdios de Steven Spielberg, a DreamWorks Studios, Reliance Entertainment e a eOne. É uma nova produtora de conteúdo digital, filmes e televisão, presidida pelo diretor de cinema

⁸⁹ Do original: “Participant Media is a leading media company dedicated to entertainment that inspires and compels social change. Founded in 2004 by Jeff Skoll, Participant combines the power of a good story well told with opportunities for viewers to get involved. Participant’s more than 70 films, including *Spotlight*, *Contagion*, *Lincoln*, *The Help*, *He Named Me Malala*, *The Look of Silence*, *CITIZENFOUR*, *Food, Inc.*, and *An Inconvenient Truth*, have collectively earned 50 Academy Award® nominations and 11 wins, including Best Picture for *Spotlight*. Participant has also launched more than a dozen original series, including ‘Please Like Me,’ Emmy® Award-winning ‘Hit Record On TV with Joseph Gordon-Levitt,’ and ‘Fortitude’, for its television network, Pivot. Participant’s digital hub, TakePart, serves millions of socially conscious consumers each month with daily articles, videos and opportunities to take action. Follow Participant Media on Twitter at @Participant and on Facebook.”

⁹⁰<http://www.amblinpartners.com/>

Steven Spielberg. No site, consta, na aba “*Press Release*”⁹¹, que a *Participant* permanece uma produtora independente que continuará a desenvolver e financiar seus projetos de relevância social.

Figura 23 – Compósito de molduras de Pivot.tv



Fonte: Elaborada pela autora.

Recapitulando, o compósito de molduras que sobrecodifica a recepção de HITRECORD ON TV (com Joseph Gordon-Levitt) é vasto, porém, a ethicidade que se constrói se reitera em (quase) todas essas moldurações, ou seja, a ethicidade do ativismo e da mudança social. HITRECORD ON TV busca se aproximar ainda mais da temática social em um abaixo-assinado *online* com uma campanha de conscientização sobre a ética do usuário ao produzir e remixar gravações. Este é apenas um aspecto, pois o inegável caráter colaborativo é o que de fato justifica a inserção de HITRECORD na programação emissora. A programação, em sua maior parte, é composta de conteúdos originais, com temáticas polêmicas, com caráter de denúncia, fugindo ao padrão de televisão comercial tradicional, e é

⁹¹ <http://www.amblinpartners.com/dreamworks-studios-participant-media-reliance-entertainemt-one-amblin-partners/>. Acesso em: 12 mar. 2016.

este precisamente o seu diferencial. O alcance do acesso à emissora se alastra por todo território dos Estados Unidos, o que denota a abrangência de público que atinge.

De um modo geral, o nome do programa e de Gordon-Levitt figuram em todos os textos e vídeos oficiais da emissora, e mesmo da grande empresa de comunicação por trás das empreitadas citadas. É possível dizer que em todos os segmentos, a presença de Gordon-Levitt produz uma comoção, justificada pelo personalismo criado em torno dessa *persona*. Seu discurso, ao se dirigir ao público, convocando a produção e remixagem de audiovisuais, explicitando que todo mundo é capaz de criar algo, também é concordante com a identidade pró-ativa e revolucionária que a Participant Media, como um todo, propõe. Resta-nos aguardar para ver se a nova fusão de empresas que resulta na Amblin, voltada a um público mais abrangente, irá de alguma maneira incidir sobre o caráter social e ambientalmente responsável que apregoa. Em vista disso, produziu-se um mapa de um compósito de molduras que localizam HITRECORD dentro dos terrenos de significação os quais o sobrecodificam, incidindo sobre a identidade do programa.

O caráter fundante (o ponto zero do aparecer das imagens que produz e veicula) do discurso televisivo tem origem no fato de que as enunciações se fazem numa relação de molduras sobrepostas, com remissões umas às outras – incluídas aí as que o espectador sobre põe –, conferindo aos sentidos uma outra razoabilidade, em outro quadro de experiência, em que os sólidos tradicionais são liquefeitos e os restos tradicionais ganham outro sentido. (KILPP, 2010, p.21)

3.2.2 I.Sat

No Brasil, HITRECORD ON TV está sendo exibido no, ainda pouco conhecido, canal de TV por assinatura a cabo ou por satélite, o ISat⁹². De propriedade do grupo, composto pela Time Warner e Turner Broadcasting System, o tem por “canais-irmãos”⁹³, isto é, de propriedade do mesmo grupo, os canais Space, TNT, TCM, TBS, Boomerang, Glitz, TruTV e Cartoon Network. Sediado em Buenos Aires, Argentina, tem uma boa inserção na América Latina, onde, ao todo, é transmitido para 42 países, contando com o Brasil, a saber: Anguilla, Antigua, Antilhas Holandesas, Antilhas Neerlandesas, Aruba, Bahamas, Barbados, Barbuda, Belize, Bermudas, Chile, Colômbia, Costa Rica, Dominica, Equador, El Salvador, Granada, Guadalupe, Guatemala, Guiana, Guiana Francesa, Haiti, Ilhas Cayman, Ilhas Turcas e Caicos, Ilhas Virgens Britânicas, Jamaica, México, Nicarágua, Panamá, Peru, República Dominicana,

⁹² www.isat.amocinema.com/home

⁹³ Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/I.Sat>

São Cristóvão e Nevis, Santa Lúcia, Suriname, Trinidad e Tobago, Venezuela, Argentina, Paraguai, Bolívia e Uruguai.

Apesar dos seus irmãos mais conhecidos, o I.Sat permanece um *outsider*, com programação voltada especialmente a produções independentes, o que significa dizer independentes do financiamento de grandes patrocinadores, de investimentos milionários, independentes dos grandes estúdios. São programas, de uma maneira geral “fora-do-circuito”, que não tem espaço na programação das redes de televisão tradicionais. Filmes e seriados experimentais, ou antigos, por exemplo, e de nacionalidades muito variadas.

A independência, no conteúdo que veicula, proporciona também uma liberdade para abordar temas controversos – e daí a restrição em outros canais –, polêmicos, ou então, ao contrário, de um humor menos comercial, como é o caso do seriado britânico e americano *The Office* (existem duas versões e as duas já estiveram no ar pelo I.Sat), ou cenas de nudez e sexo, abuso de drogas, dilemas existenciais.

O grande diferencial do I.Sat reside na presença fixada na grade de animações e curtas-metragens, que, frequentemente, ficam restritos às salas de cinema dos festivais especificamente voltados a esses gêneros. O espaço dedicado aos curtas, na televisão, é muito escasso, tolhendo o alcance desses audiovisuais, e, em se tratando de televisão brasileira, esse funil se estreita ainda mais. Se considerarmos somente a TV aberta, então, se reúne menos 1% do conteúdo que vai ao ar, ficando restrito a quadros dentro de outros programas ou séries sazonais, como é o caso do “Curtas Gaúchos” da RBS TV (um parêntese é necessário: apesar do nome, o programa deixou de veicular curtas produzidos independentemente e submetidos à seleção da emissora, exibindo, ao invés, curtas que são na verdade seriados, ou um único filme desmembrado em tantas partes – de autoria assinada pela própria RBS TV, como “Grenal é Gre-Nal” e “Borghetti na Estrada”).

Há de se salientar, entretanto, que a grade de programação não é composta exclusivamente por produções audiovisuais independentes. O “cinemão”, aquele que chega às grandes salas de cinema e acumula cifras estratosféricas, está presente, desde que dentro desses quadros-molduras: obras clássicas (como *Apocalypse Now*⁹⁴, de 1979; *Philadelphia*⁹⁵ de 1993; *Goonies*⁹⁶, 1985), em obras que se destacam por seu valor estético e autoral (*Lost in*

⁹⁴ http://www.imdb.com/title/tt0078788/?ref_=fn_al_tt_1

⁹⁵ http://www.imdb.com/title/tt0107818/?ref_=nv_sr_1

⁹⁶ http://www.imdb.com/title/tt0089218/?ref_=nv_sr_1

*Translation*⁹⁷, de Sophia Coppola, *El Laberinto Del Fauno*⁹⁸, de Guillermo Del Toro, *Midnight*⁹⁹ *in Paris*, de Woody Allen), aqueles dedicados à biografia de artistas (*Basquiat*¹⁰⁰, sobre o pintor nova-iorquino homônimo com atuação de David Bowie e Gary Oldman; *I'm not There*¹⁰¹, baseado nas diferentes fases da carreira de Bob Dylan que é interpretado por seis atores e atrizes diferentes, entre eles Cate Blanchet, Richard Gere e Heath Ledger). Outros territórios de significação podem ser demarcados, uma vez que esta não é uma lista fechada, mas evidencia que os longas-metragens de Hollywood devem ter algum diferencial que o justifique a presença. Escaneamos, com ajuda desse panorama, que a absoluta maioria da programação é voltada ao gênero ficção (com destaque ao subgênero “fantasia”, cuja relevância dentro do canal não está representada na seleção de longas citados, onde figura apenas *El Laberinto Del Fauno* nessa linha), ainda que, em alguns casos, sejam baseados em fatos reais, que retratam o cotidiano do cidadão comum (*The Office*, *Shameless*, *Portland*) ou a vida de personalidades-ícones do mundo do cinema. É, portanto, moldura que encerra, dentro de seus limites, elementos de uma ethicidade que é um construto de “ousadia audiovisual”, seja temática ou estética – que será confirmada ou refutada quando da observação dos tempos de televisão.

Não é apenas o estilo temático proposto que limita a audiência do canal. Atualmente, ele está disponível no Brasil apenas pelo serviço de TV por assinatura Viacabo, empresa que foi absorvida pela Blue¹⁰² Interactive Group (que já controlava a Brasil Telecom), presente em apenas 23 cidades do país, a maioria em Minas Gerais, e, no Rio Grande do Sul, apenas em Pelotas e Rio Grande. Porém, o prognóstico é favorável. A Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) deu aval¹⁰³, em janeiro desse ano, para que a Blue, por sua vez, seja absorvida pelo grupo América Móvil¹⁰⁴, antiga Embratel¹⁰⁵, que já detinha controle da Claro (Claro TV) e NET (operadora de TV por assinatura). Atualmente, o *website* da Blue direciona o visitante para dentro do site da NET, ainda que nenhuma reformulação tenha sido feita em nenhuma das páginas, o que gera confusão quando o usuário tenta acessar a Blue. O prognóstico é positivo porque a Claro e NET tem uma inserção muito mais abrangente em

⁹⁷ http://www.imdb.com/title/tt0335266/?ref_=nv_sr_1

⁹⁸ http://www.imdb.com/title/tt0457430/?ref_=nv_sr_1

⁹⁹ http://www.imdb.com/find?ref_=nv_sr_fn&q=midnight+in+paris&s=all

¹⁰⁰ http://www.imdb.com/title/tt0115632/?ref_=fn_al_tt_1

¹⁰¹ <http://www.imdb.com/title/tt0368794/>

¹⁰² <http://www.blue.tv.br/>

¹⁰³ Fonte: <http://convergecom.com.br/teletime/04/01/2016/anatel-da-aval-para-a-compra-da-blue-interative-pela-claro/>

¹⁰⁴ Fonte: <http://www.tvmagazine.com.br/noticias/america-movil-netclaro-compra-a-blue-tv,30496>

¹⁰⁵ Fonte: <http://convergecom.com.br/teletime/11/12/2015/o-significado/?noticiario=TL>

idades do território brasileiro, o que deve oportunizar aos atuais assinantes da NET o acesso ao canal.

Com relação à presença de HITRECORD ON TV na programação, parece uma inserção bastante harmônica que enriquece o *hall* de atrações da emissora. Como descrito em notícia da imprensa, o I.Sat é um “canal em movimento constante, que convida a ultrapassar barreiras e conhecer algo mais. Para jovens criativos, idealistas, curiosos, ousados, espontâneos, imprevisíveis e intuitivos. A TV mostra o mundo e o I.Sat mostra que o mundo é muito maior do que se imagina”¹⁰⁶, portanto, apto a comportar o visual sempre cambiante de HITRECORD ON TV. Em um outro canal, ainda que do segmento de TV por assinatura, que permite algumas empreitadas audiovisuais mais ousadas, sua presença talvez gerasse um ruído excessivo, negativo até. As muitas facetas do programa permitem que ele esteja integralmente adaptado ao canal Pivot, de cunho social, e ao I.Sat, em sua lógica de canal de variedades que busca um diferencial em suas atrações. O aspecto personalista que representa a ethicidade do canal também vem a calhar com a ênfase dada na figura de Gordon-Levitt.

HITRECORD ON TV é veiculado, legendado, diariamente no I.Sat, em mais de um horário, e, até o mês de março de 2016, essa periodicidade permanece. Inclusive, atualmente, as duas temporadas de HITRECORD estão sendo exibidas, com um episódio de cada temporada na sequência do outro. Pela presença diária do programa na grade, intuímos que a permanência de I.Sat na programação se manterá enquanto houver novas temporadas – e mesmo após, em reprise.

¹⁰⁶ Fonte: <http://www.tvdahora.com.br/i-sat/>

Figura 24 – Grade de programação de I.Sat

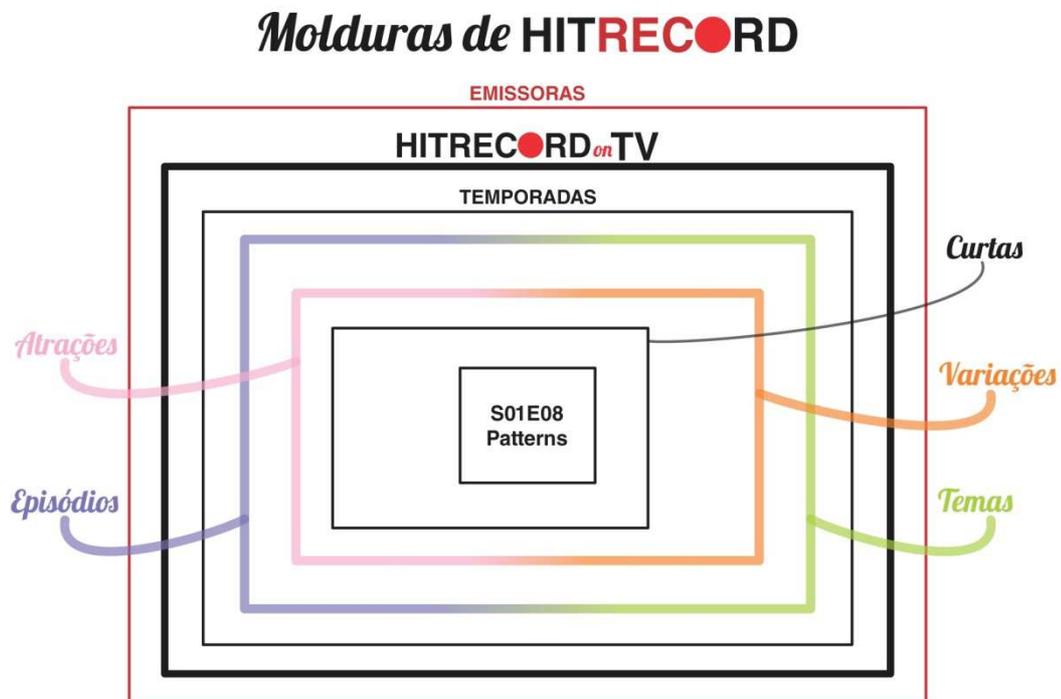
MARÇO				
QUINTA-FEIRA 03/03	SEXTA-FEIRA 04/03	SÁBADO 05/03	DOMINGO 06/03	SEGUNDA-FEIRA 07/03
00:55 CURTAS I.SAT: BON VOYAGE	01:00 CURTAS I.SAT: SIGNS	01:00 MY MAD FAT DIARY - SEASON 1	01:00 O OPERÁRIO	01:00 DE TIM BURTON, A NOVA- CADÁVER
AGORA 01:00 OS LIMITES DO CONTROLE	02:00 THE SPOILS BEFORE DYING - SEASON 2	01:50 O HOMEM DUPLO	02:45 COHERENCE	02:20 A ÚLTIMA NOITE
03:00 LABORATÓRIO SUBMARINO 2021	02:30 TIM & ERIC AWESOME SHOW, GREAT JOB!	03:40 FRANGO ROBÔ - SEASON 5	04:30 BLACK JESUS	04:45 SPACE GHOST DE COSTA A COSTA
03:30 GAROTOS DE PROGRAMA	03:30 O HOMEM DUPLO	04:05 O OPERÁRIO	06:30 AURA	06:45 THE FURIOUS FORCES OF RHYMES
05:20 ALPS	05:15 ASSASSINOS DE ALUGUEL	05:55 ASSASSINOS DE ALUGUEL	08:50 CURTAS I.SAT: TIFFANY THE WHALE	08:15 BLACK MIRROR (S02)
06:55 PORFIRIO	06:55	07:35 TRESPASSING BERGMAN	09:00 PORTLANDIA (S01)	09:00 PORTLANDIA (S01)
08:40 CURTAS I.SAT: SWIMSUIT 46	08:20 CURTAS I.SAT: RODRI	08:20 CURTAS I.SAT: WHY DO I DRINK SO MUCH?	09:25 HITRECORD ON TV - SEASON 1	09:25 PORTLANDIA (S01)
09:00 PORTLANDIA - SEASON 5	09:00 PORTLANDIA (S01)	09:00 PORTLANDIA (S01)	09:55 TRESPASSING BERGMAN	09:55 HITRECORD ON TV - SEASON 1
09:25 PORTLANDIA (S01)	09:25 PORTLANDIA (S01)	09:25 HITRECORD ON TV - SEASON 1	10:45 CERRO BAYO	10:20 HITRECORD ON TV
09:50 HITRECORD ON TV	09:55 HITRECORD ON TV - SEASON 1	09:50 TRESPASSING BERGMAN	12:20 BLACK MIRROR (S02)	10:45 CURTAS I.SAT: UMA CIDADE CHAMADA PÂNICO
10:20 HITRECORD ON TV - SEASON 1	10:20 HITRECORD ON TV	10:40 A BELA ADORMECIDA	13:10 VAQUEIRO	10:50 SOB SUSPEITA
10:45 CURTAS I.SAT: YEGUAS Y COTORRAS	10:50 CURTAS I.SAT: UNDER	12:15 LOUIS THEROUX - MIAMI MEGA JAIL	14:35 ACORDA, NICOLE	13:10 PORTLANDIA (S01)
11:15 THE TRIAL BEGINS	11:15 MEUS DIAS NO CAIRO	13:20 THE GIRL	16:20 INVASORES	13:40 PORTLANDIA (S01)
13:05 PORTLANDIA - SEASON 5	12:55 PORTLANDIA (S01)	15:05	18:05 EMBRIAGADO DE AMOR	14:05 HITRECORD ON TV - SEASON 1
13:30 PORTLANDIA (S01)	13:20 PORTLANDIA (S01)	16:55 LA ARAÑA VAMPIRO	19:50	14:35 HITRECORD ON TV
14:00 HITRECORD ON TV	13:50 HITRECORD ON TV - SEASON 1	18:35 DARK HORSE	21:30 COHERENCE	15:00 CURTAS I.SAT: FACEBOOK: PERPETUAL HIGH SCHOOL REUNION
14:30 HITRECORD ON TV - SEASON 1	14:15 HITRECORD ON TV	20:10 CURLING KING	23:10 ONDE VIVEM OS MONSTROS	15:15 ABRIR PORTAS E JANELAS
14:55 CURTAS I.SAT: UMA CIDADE CHAMADA PÂNICO	14:45 CURTAS I.SAT: DIX	21:30 INVASORES		17:00 THE SOUND OF BELGIUM
15:00 A BELA ADORMECIDA	15:10 THE GIRL	23:15 EMBRIAGADO DE AMOR		18:35
16:30 SARAH PREFERE CORRER	17:00 LUNAR			20:20 ONDE VIVEM OS MONSTROS
18:15 CURTAS I.SAT: A GRANDE VIAGEM	18:50			22:10 CACADORES DE ESPECIES E O SIMBOLO SECRETO
18:30	20:40 BLACK MIRROR: WHITE CHRISTMAS			23:30 DE TIM BURTON, A NOVA- CADÁVER
20:20 MEUS DIAS NO CAIRO	22:00 DARK HORSE			
21:55 LUNAR	23:40 CURLING KING			
23:40 BLACK MIRROR: WHITE CHRISTMAS				

Fonte: <http://www.isat.tv>. Acesso em: 3 mar. 2016.

3.3 Episódios e Temas; Blocos e Quadros do Programa

Realizando, agora, um movimento de *zoom in*, uma vez situados dentro das emissoras, nossas molduras agora contemplam aquilo que HITRECORD ON TV encerra, como se configura como macromoldura ética que instaura, ela mesma, novos quadros de significação. Atualmente, duas temporadas do programa já foram ao ar, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos, seguindo uma estrutura seriada de oito episódios por temporada. Cada episódio corresponde a um *tema* diferente, a ser desenvolvido nas *atrações* do programa (seja nos curtas, seja nas entrevistas, nas vinhetas, etc.), as quais representam *variações* sobre o tema, ou seja, angulações na abordagem do tema – como demonstrado na descrição esquemática dessas molduras, que consta a seguir. Cada episódio corrido dura em torno de vinte três minutos, mas no fluxo da programação, com intervalos comerciais, o tempo de duração no ar é de trinta minutos. Cada programa é dividido em dividido em cinco blocos, por três intervalos, os quais são marcados por vinhetas randômicas de saída (“*be right back*”, ou “já voltamos”) e de retorno (“*welcome back*”, “bem-vindo de volta”).

Figura 25 – Compósito de molduras de HITRECORD ON TV



Fonte: Elaborada pela autora.

A primeira temporada foi lançada em 18 de janeiro de 2014 nos Estados Unidos. A segunda temporada foi ao ar, em 2015, no dia 12 de junho. Teve sua estréia na edição de 2014

do Sundance Film Festival (Estados Unidos), onde os três primeiros episódios do programa foram exibidos. Ainda no ano passado, o programa ganhou um prêmio Emmy na categoria de *Creative Arts*, subcategoria *Outstanding Creative Achievement in Interactive Media*¹⁰⁷ (em livre tradução: “Destaque de Realização Criativa em Mídia Interativa”), no que foi classificado como uma “experiência em TV social”.

O jargão do programa é “*Are we recording?*” (“Estamos gravando?”), e no início de cada programa, um aviso é dado à platéia: “*Turn ON all recording devices*” (“LIGUE todos os dispositivos de gravação”), quando normalmente avisa-se para desligar (“*turn off*”) os dispositivos antes de programas, shows, peças de teatro, e quaisquer apresentações.

Os temas são abordados, um a cada episódio, em suas diferentes angulações, pontos de vista acerca de uma palavra-chave que faz evocar as mais variadas opiniões, através das quais vamos flanando no decorrer das atrações. Os temas da primeira temporada, por episódio, sequencialmente e em tradução livre são: 1 – O número um; 2 - Fantasia; 3 – “Lixo” ou *Trash* como gênero estilístico ; 4 – Espaço; 5 – O outro lado; 6 – Jogos; 7 – Dinheiro; 8 – Padrões.

Os temas dos episódios da segunda temporada são, consecutivamente: 1 – O escuro; 2 – O número dois; 3 – Escola; 4 – Fogo; 5 – Armas; 6 – Sua mãe; 7 – Segredos; 8 – O futuro.

Cada episódio, por sua vez (formado de cinco blocos divididos em por três intervalos), conta com atrações as quais se dividem em “introdução”, “curtas” e “vinhetas”. As vinhetas, que podem ser de curtíssima duração (um ou dois segundos), são inserções dentro do programa que tem a função de delimitar o espaço de tempo entre uma atração e outra, e podem ser também fixas, como é o caso das vinhetas de saída e retorno dos blocos.

A introdução é uma espécie de curta, pois apesar de cumprir a função introdutória da abertura de programa, não tem formato fixo: varia nas suas técnicas e varia com o tema de cada episódio.

Já os curtas representam o principal produto da empresa, e eram desenvolvidos mesmo antes de HITRECORD ON TV para participação em mostras de cinema e vídeo independentes, como o Sundance e o Toronto Film Festival. Atualmente, entretanto, são desenvolvidos mais com vistas à figurar no hall de atrações do programa de TV.

A seguir o quadro esquemático de temporadas, temas dos episódios, e variações sobre o tema, que são desenvolvidos nas atrações. A representação imagética de tais, funciona

¹⁰⁷ Fonte: <<http://www.emmys.com/video/2014-creative-arts-thank-you-cam-creative-achievement-interactive-media-social-tv-experience>>. Acesso em 25 nov. 2015.

melhor com molduras circulares, formando uma constelação onde as estrelas são os episódios que, em seu conjunto, compõem a materialidade de cada temporada. Os temas e variações estão conservados em seu idioma original, o inglês.

Figura 26 – Compósito de molduras da primeira temporada



Fonte: Elaborada pela autora.

Figura 27 – Compósito de molduras dos episódios da primeira temporada



Fonte: Elaborada pela autora

Figura 28 – Compósito de molduras da segunda temporada



Fonte: Elaborada pela autora.

Figura 29 – Compósito de molduras dos episódios da segunda temporada



Fonte: Elaborada pela autora.

4 HITRECORD ON TV *S01E08*

A seguir vamos passar a uma dissecação do oitavo episódio (“*episode*”, “*E08*”), e último, da primeira temporada (“*season*”, “*S01*”).

4.1 Padrões e Remixabilidade

Figura 30 – Sequência da vinheta de abertura do episódio



Fonte: Elaborada pela autora.

O oitavo e último episódio da primeira temporada de HITRECORD, nos parece particularmente interessante em função de seu tema, *patterns*, ou seja, relativo aos *padrões*. Com o objetivo de pensar em padrões que – por definição – se repetem, mas que, nesse repetir, se diferenciam de si mesmos, é pensar em *remix*. Por isso, o episódio foi eleito para colocarmos uma lente de aumento sobre ele, retomando alguns conceitos análogos, e, com isso, nos beneficiarmos da temática do programa para saber os termos do que a remixabilidade representa para a comunidade HITRECORD, dissecando suas molduras constituintes.

No monólogo de abertura deste episódio, Joe faz uma aproximação dos dois termos (2’10”): “O processo criativo é feito de padrões que se repetem. Hoje em dia, gostamos de

chamar isso de *remix*”¹⁰⁸. Logo após uma imagem, ele nos sugere algo relacionado ao mundo da música. A fala de Joe, na sequência, nos traz outro exemplo, o do processo criativo do ator, ao repetir tantas vezes uma cena, seja ensaiando, seja no número de tomadas que grava, que, de alguma maneira, tal interpretação torna-se introjetada no corpo e na mente. Quando se torna algo automático para o corpo, é quando a atuação se torna mais espontânea, esclarece.

É curioso como as ilustrações que introduzem o tema (compilação acima), bem como a fala de Joe, estabelecem uma conexão semelhante ao recurso que Manovich (2013) lança mão – para ele, como metáfora – e que aderimos ao abordar o tema da revolução softwarização que operou sobre as mídias, isto é, a hibridização e remixabilidade profunda. Tal é a conexão entre o mundo biológico e o da comunicação que Manovich descreve e que na vinheta de abertura encontra-se ilustrado. Nas ilustrações, um padrão de código genético produz células, que, nos afastando, formam um tecido. Afastamos-nos mais um pouco, e percebemos que o ser vivo em questão é um caramujo, cuja forma espiralada replica a da estrutura de DNA. Afastamos-nos um pouco mais, e estamos diante da mesma forma, agora materializada em um tornado em vista aérea. Afastamos-nos para além do sistema solar e visualizamos nossa galáxia, a Via Láctea: o mesmo padrão, seja em forma ou proporções. Leonardo Da Vinci, antes de 1500, já havia descrito tais proporções com seu famoso desenho “Homem Vitruviano”, sendo chamada de proporção áurea, que é uma proporção algébrica que se replica em inúmeros padrões naturais, e também artificiais.

Gordon-Levitt apresenta o tema do episódio com estas palavras (1’37’): “Os padrões estão em todos os lugares, coisas que se repetem, genes e *memes*, tradições e rituais. A história também repete a si mesma, o que não é necessariamente encorajador. Então, como se quebra um padrão? E quanto tempo até retornar a um?”¹⁰⁹.

História e liberdade são dois temas de interesse do filósofo Vilém Flusser (2013), que os relaciona com o mundo das imagens técnicas. Ele coloca o paradoxo de que, apesar de a linguagem de programação de *software* ser linear (padrões binários repetitivos), a lógica não linear que o computador estabelece massivamente sobre as práticas humanas abala a própria concepção de história causal, cujo encadeamento cronológico é a justificativa para todos os acontecimentos. Deflagra-se então o declínio da história, o que dá lugar a uma pós-história,

¹⁰⁸ Do original: “The creative process is made of repetitive patterns. Nowadays we like to call that remix”.

¹⁰⁹ Do original: “Patterns are everywhere things that repeat themselves, genes and memes, traditions and rituals. History also repeats itself, which is not necessarily encouraging. So, how do you break a pattern? And how long until you return to it?”.

zerodimensional, não linear, projetual. Em outras palavras, esses termos referem-se à linguagem de programação de *software*, que, ao conceber imagens técnicas, passa a projetar um mundo ao invés de representar as materialidades que percebemos – o que ele chama, então, de “nova imaginação” ou “imaginação criativa”. Entretanto, permanece o paradoxo: até que ponto pode-se pensar em termos de criação do novo como uma prática libertária, uma vez que esse caráter projetual se materializa dentro do ambiente de *software* que, por definição, já vem programado por outrem, habilitando ou desabilitando funcionalidades? Ainda que pudessemos programar, uma vez codificado, este padrão não se torna arbitrário, obrigatoriamente? É precisamente este o entre-lugar que habita o *design*, estabelecendo uma problemática entre o projetual, planejado, arbitrário versus a liberdade de criação de novos mundos a partir dessa zona zerodimensional do virtual.

Em suas reflexões sobre o ensaio de Gehlen e o conceito de cristalização da cultura, no qual não há mais surpresas, Flusser acrescenta a cibernética e então sugere que o presente possa ser caracterizado pelo termo “programa”. Ao sugerir essa mudança de ponto de vista, ele faz então uma pergunta provocativa: se eu funcionar dentro de uma realidade programada previsível, posso me rebelar? Mas a resposta é desoladora: a essência da liberdade é a imprevisibilidade; uma vez cooptada e transformada em objeto, por aparatos e seus programas, porém, tudo o que nos resta é uma vida de contentamento tedioso dentro do paraíso técnico nauseante de um eterno retorno previsível do mesmo. (NOVAES, 2015, p. 323).

Flusser é um dos grandes – e poucos – pensadores do *Design*. As lições de Bergson acerca da duração também são valiosas para que possamos ambientar o advento da remixabilidade, que, hoje, não é só completamente introjetado nas práticas da tecnocultura, como ainda atinge o seu ponto mais alto (até agora) graças ao estágio da técnica em que nos encontramos. Tal é o fenômeno de remixabilidade profunda, de um paradigma tecnocultural que produz uma estética, a que estamos atribuindo, aqui, a HITRECORD ON TV, de *webvisualidades televisivas*, isto é, consistindo em uma ponte entre mundos que não estão simplesmente justapostos, mas que produzem um *outro*.

Pensando desde Bergson, compreendemos que as mídias constituem materialidades que duram no tempo, assim como nós duramos; materialidades e seus devires, com uma produção de memória, em simultaneidade de duração, conosco e com outras mídias, as quais passam a perceber. A percepção é a habilidade de apreender, reconhecer o mundo a seu redor, que, no caso das pessoas, se dá através dos sentidos, da visão, do tato, etc. É a partir da

relação com as outras as imagens (imagem bergsoniana: a coleção de tudo aquilo que é perceptível aos sentidos) que estabelecemos nossa posição relativa no mundo. Nossa relação com estas materialidades percebidas podem, de alguma forma exceder, nos *afetar* (através do *acontecimento* e da *experiência estética*), de maneira a produzir marcas em nossa trajetória, produzindo uma diferença sempre particular e singular.

O que significaria para uma mídia *perceber* as outras? “No início, havia o hardware” das mídias audiovisuais que viviam separadamente cada uma em sua “caixa-preta” – quero dizer, em *hard cases*; sem relação entre si, permanecendo estranhas umas às outras; e também estranhas à maior parte do público, em função de seu preço de mercado e *know-how* para operá-las, ficando restritas aos profissionais. Com o computador, enquanto mídia que foi se constituir, a história foi parecida, e apesar de remontar à década de 1940 o registro dos primeiros computadores, ele só vai fazer parte enquanto metameio só na década de 1990.

É a partir da softwarização do hardware que se criam condições para que, com o passar do tempo, a evolução “naturalmente” seguisse seu curso. A convivência dos *softwares* de emulação de mídias, os quais constituíam um ambiente que foi chamado *multimídia* - uma vez que não interagiam entre si - eventualmente culminou na cruz *hibridização* entre as espécies midiáticas. Se o *remix* remonta a práticas das vanguardas modernistas do início do século XX, que, em suas colagens, realizavam um *remix de superfície*, com a hibridização do *software*, o *remix* atingiu patamares inéditos, agindo em profundidade nos mecanismos técnicos – através da programação de *software*.

Remixabilidade profunda é o termo que carrega a bagagem de toda uma trajetória de evolução dos meios de comunicação que culmina no que Manovich chama de revolução estética, que é fruto da manipulação arbitrária e criativa das lógicas produtivas das mídias. Com o conceito de remixabilidade profunda estamos nos referindo a um fenômeno histórico, a uma mudança de paradigma em que o experimentalismo projetual entre linguagens, o qual denominamos *metalinguagem*, é a regra. O resultado são audiovisuais irreversivelmente marcados pelo prolífico ambiente de trocas, contágios, sobreposições, amálgamas, enfim, interpelações de todo tipo.

É como um nativo deste ambiente mestiçado que se apresenta HITRECORD ON TV, a nossos olhos, sem qualquer pureza, a não ser a da amálgama singular que constitui e projeta outros mundos. Da mesma maneira, se adapta muito bem a este mundo que conhecemos, uma vez que apresenta uma alternativa de negócio inovadora e de sucesso na área da economia criativa, provando que a estética híbrida é uma tendência hegemônica dentro da comunicação, chegando a redutos mais tradicionais, como o da televisão, produzindo diferença no panorama

televisivo como um todo ao remixar profundamente padrões de web e de TV, provocando a eclosão de mundos criativos que até então não existiam.

4.2 Dissecção: Duração Cronológica das Atrações-Molduras Televisivas em S01E08

Atrações-molduras é um termo que aqui proponho e que surge a partir de uma necessidade, a de designar, de modo genérico, qualquer tipo de sequência que demonstre uma coesão de elementos que se possa distinguir como um conjunto diverso do anterior e do seguinte, que parecem encerrados em uma moldura particular. Esta moldura é um terreno de significação, um construto imagético que obedece a uma lógica visual interna e autônoma dos demais. Isto é, são as atrações dentro do programa, pois, rapidamente, identificamos diferenças constitutivas entre uma e outra.

O termo é um recurso para nos referir, de pronto, a uma atração sem, no entanto, ter a obrigação de nos demorarmos na análise e descrição de seus elementos constitutivos, de modo a estabelecer, por exemplo, um gênero, isto é, dizer se é documental/ ficcional/ entrevista/ externa/ videoclipe; ou ainda, nos aprofundarmos na construção técnica das imagens, ou seja, especificar “aqui são imagens da *webcam* de usuários / aqui temos uma animação do gênero “fantasia”, editado em *flash* / aqui existe sobreposições de ilustração aquarelada sobre fotografias em sequência”, e assim por diante. Algum detalhe desses pode ser sim, mencionado, se convir. “Atrações-moldura”, então, serve à economia de detalhes reservados a espaços específicos dentro do texto, bem como para não correr o risco de incorrer em erro na interpretação das imagens quanto às suas técnicas ou lógicas estéticas internas, pois sabemos que é necessário um trabalho muito meticuloso e pesquisa de referências para designar com certeza o caráter dessas imagens.

Um exemplo, se observarmos a lógica organizacional interna de um construto televisivo cuja moldura encerra os seguintes elementos: uma sequência de poucos segundos de imagem, ou mesmo um segundo apenas; não dá continuidade narrativa à anterior, mas precisamente marca seu término; que se repete de tempos em tempos sem jamais, entretanto, assemelhar-se às outras unidades análogas anteriores; normalmente, sem uma narrativa linear, mas com uma profusão de formas e cores; recebe sobre si o letrero “*be right back*”; precede intervalos comerciais. Identificamos tal atração-moldura como vinheta de encerramento de bloco, sem precisarmos nos referir às particularidades de cada unidade. Tal é a maneira através da qual organizamos a grade de horários abaixo, sem pretensão de classificar as ethicidades constitutivas de cada atração em

minúcia, mas apenas identificar que existe ali uma lógica de agenciamento de sentido, em particular. O foco aqui são os minutos e segundos.

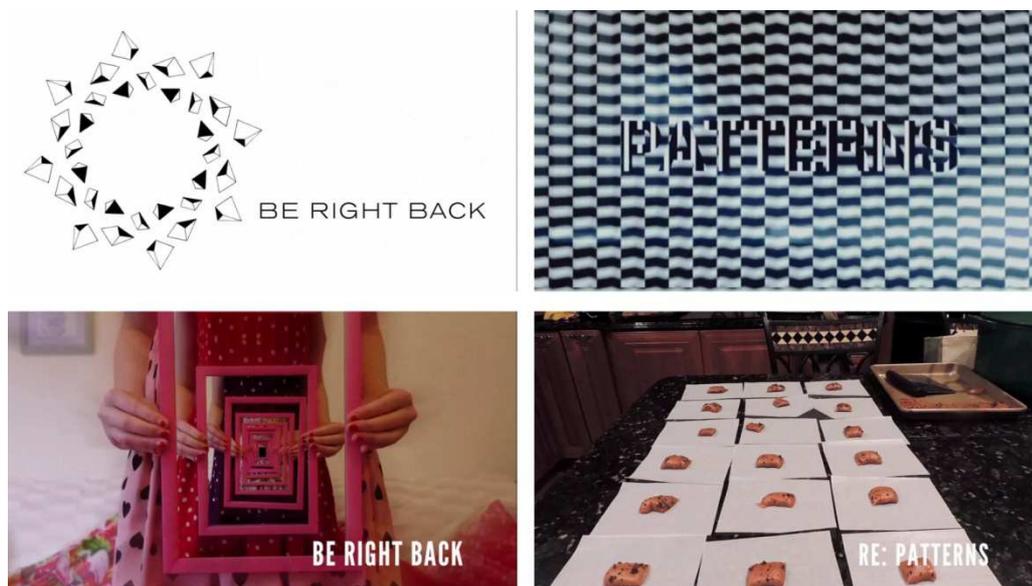
Um importante detalhe: os tempos descritos como de início das atrações, não se referem ao horário em que foram veiculados no fluxo da programação, mas sim aos tempos que iniciam em relação à duração cronológica total do vídeo, que contém o episódio oito (totaliza 22 minutos e 32 segundos), o qual foi acessado através de *download* de arquivo do tipo Torrent. Portanto, o tempo total de conteúdo do vídeo não corresponde ao que se registra em observância no fluxo da programação das emissoras de televisão que veiculam o programa.

Quadro 2 – Dissecção dos tempos de duração cronológica das atrações em S01E08: *PATTERNS*

Até 01'30": Vinheta de abertura com ilustrações, tema do programa, entrada do apresentador; vinheta sonora de contagem regressiva (Duração: 1'30").
01'31" a 3'00": Monólogo de abertura: " <i>Patterns</i> "(Joseph Gordon-Levitt). (29")
03'01": Introdução ao curta " <i>Sleep Cycle</i> ". (44")
03'45": Curta " <i>Sleep Cycle</i> ". (2'51")
06'36" : Vinheta: quadros. (1")
06'37": Vinheta "1-2, 1-2". (12")
06'49": Vinhetas de encerramento do primeiro bloco, e abertura do segundo bloco. (6")
06' 55": Introdução ao curta "RE:RE:REMIX". (21")
07' 16": Curta "RE:RE:REMIX".(2'49")
10'05": Vinhetas de final do segundo bloco e retorno ao terceiro bloco. (6")
10'11": Introdução ao curta " <i>Either/Order</i> ". Entrevista com Sean Lennon. (1'19")
11'30": Curta " <i>Either/order</i> " (videoclipe). (2'30")
14'00": Vinheta " <i>History repeats itself</i> ". (1'09")
15'09": Vinhetas de final do terceiro bloco e retorno ao quarto bloco. (6")
15'15": Vinheta " <i>Etymology of HITRECORD</i> ". (29")
15'44": Vinheta: "Patterns". (4")
15'48": Introdução ao curta " <i>We can go back again</i> ". (1'56")
17'42": Curta " <i>We can go back again</i> " (videoclipe). (3'03")
20'45": Vinhetas de final do quarto bloco e retorno ao quinto bloco. (9")
20'54": Monólogo de encerramento (Gordon-Levitt), " <i>Goodbye</i> ". (37")
21'31": Vinheta: créditos dos seus colaboradores. (34")
22'05": Vinheta: créditos da equipe da produtora HITRECORD. (27")
22'32": Fim do episódio.

Algumas notas: o apresentador Joseph Gordon-Levitt prefere chamar as partes do programa separadas por um intervalo de “atos” ao invés de “blocos”. São, portanto, cinco atos neste episódio, divididos por três intervalos; os términos anunciados por uma vinheta-moldura com letreiro “*be right back*” (“já voltamos”) e o retorno, que começa com o nome do tema do episódio, na maioria das vezes, mas pode mostrar apenas o logotipo HITRECORD sobre uma imagem randômica. Com um detalhe: o quinto ato é dedicado às considerações finais, como mensagem de despedida e os créditos referentes a cada um dos audiovisuais veiculados, especificando as mídias remixadas e quais usuários colaboraram (vemos na tela os pseudônimos dos usuários na plataforma HITRECORD, e não seus nomes completos). De fato, não é um bloco com atrações especiais, e, apesar de constar o material gráfico inédito dos artistas associados, não se pode dizer que há conteúdo de gênero televisivo novo, como um curta-metragem ou uma entrevista. São quatro blocos de atrações e um quinto dedicado ao encerramento, constando a mensagem final, agradecimentos e, principalmente, os créditos, tanto dos artistas como do *staff* de HITRECORD produtora.

Figura 31 – Vinhetas de final e início de blocos, ou “atos”



Fonte: Elaborada pela autora.

O registro da duração de cada uma das atrações-moldura é valorosa, pois poderá nos dizer muito sobre o caráter do programa. Com exceção da vinheta “*History repeats itself*”, que segue uma estrutura de minidocumentário – apesar de não ser reconhecida, pela produção do programa, oficialmente como tal –, nenhum audiovisual tem mais do que um minuto, a não ser os curtas, portanto nos sugere que, embora de fato seja um curta, ele não consta como tal

por não apresentar o quadro de abertura oficial dos curtas. Destacam-se os curtas como atrações predominantes, figurando quatro destes em cinco blocos de programa, sendo o último ocupado, apenas, como já mencionado, por mensagem de despedida e créditos – por serem tão longos demandaram mais de meio bloco –, ou seja, podemos dizer que o quinto bloco é dedicado a referenciar a autoria dos audiovisuais, característica tão cara ao modelo colaborativo da produtora. Os artistas são identificados nos créditos por seus pseudônimos, usados dentro da plataforma *online* de HITRECORD.

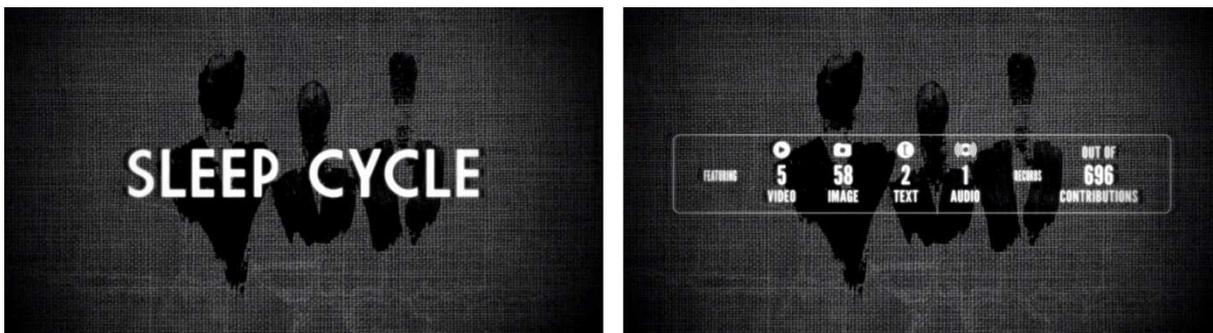
Em um programa que totaliza vinte e dois minutos e meio de conteúdo audiovisual, cada segundo conta. Observando a tabela acima, não resta dúvida que a principal atração, e o motivo da existência do programa, é a veiculação dos curtas produzidos pela produtora, cujas durações cronológicas vão de dois minutos e meio (*Either/order*) até três minutos e três (*We can go back again*). Levando em consideração que eles são ainda precedidos por vídeos introdutórios, o tempo dedicado aos curtas é ainda maior. Os vídeos introdutórios compõem a duração do curta, isto é, são parte do curta, pois desde logo introduzem o tema, muitas vezes apresentando a cadeia de produção que vai do processo criativo até a finalização do curta. Somam, em ordem de exibição: 3'35", 3'10", 3'49" e 4'59" (vide tab. 2).

4.3 Curtas-Metragens em S01E08

Elegemos, portanto, os curtas como estreitamento de foco de interesse desse estudo, uma vez que, autenticados pelo próprio HITRECORD ON TV, haja vista a importância que é demonstrada nos termos do comprimento de tempo de exibição. Se antes já especulávamos que a atração-moldura curta-metragem é o carro-chefe das realizações audiovisuais de HITRECORD produtora, e que a razão da existência de HITRECORD ON TV é a veiculação dos mesmos, agora, não restam mais dúvidas.

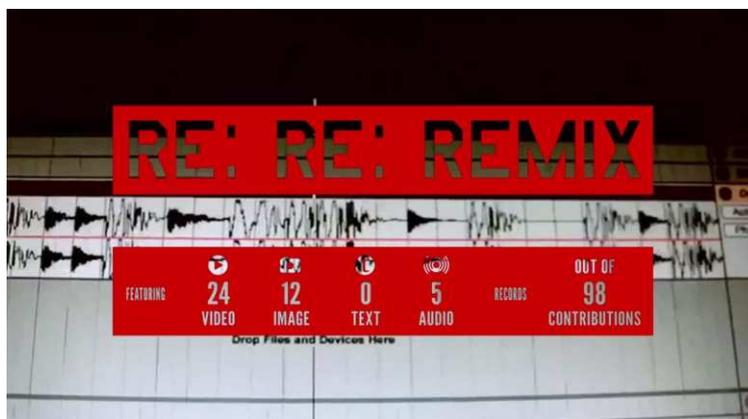
O que estamos aqui considerando como curtas-metragens são aqueles vídeos precedidos por letreiros que identificam título, o número total de contribuidores do projeto e o número exato daqueles que foram utilizados na edição final, discriminados por mídia: vídeo, imagem, texto e áudio. Consta a relação dos curtas deste episódio, abaixo, a partir de seus letreiros:

Figura 32 – Letreiro de abertura de "Sleep Cycle", primeiro curta do episódio



Fonte: Elaborada pela autora

Figura 33 – Letreiro de "RE: RE: REMIX"



Fonte: Elaborada pela autora.

Figura 34 – Letreiro de "We can ho back again"



Fonte: Elaborada pela autora.

Figura 35 – Letreiro de abertura com o número total de colaboradores do episódio



Fonte: Captura de tela de S01E08.

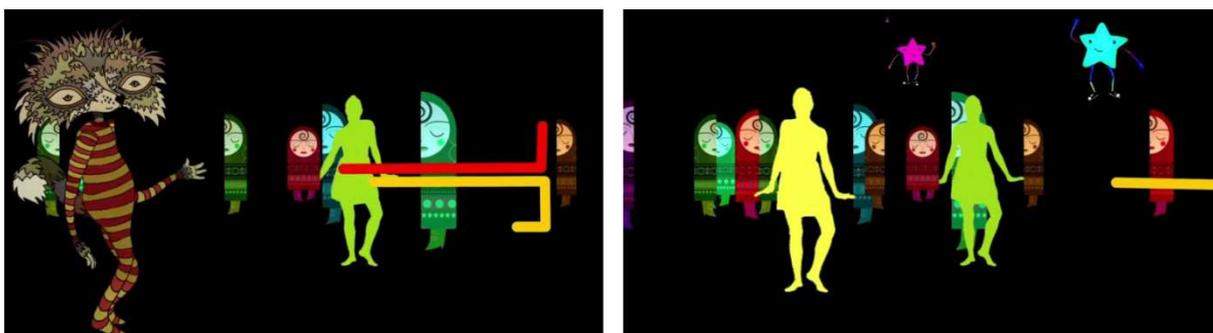
Algumas observações acerca dos curtas e seus letreiros é que chama a atenção que dois, dos quatro, sejam videoclipes, como já havia sido demonstrado na dissecação da tabela 1. Isto é, configuram-se como tal gênero em função do aspecto musical predominante. A música, por sua vez, apresenta-se aqui em gêneros distintos, sendo o primeiro, *Either/Order*, uma música eletrônica, no qual os elementos visuais equivalem a elementos sonoros.

4.3.1 *Either/Order*

A sobreposição de personagens animados, que aparecem e desaparecem no vídeo, provoca uma cadência ritmada e harmônica, produzindo a música de *Either/Order*. Aqui, o aspecto da remixabilidade profunda se dá na relação que se estabelece entre a mídia visual e a sonora, duas mídias em relação de implicação direta uma com a outra. É precisamente a respeito desse tipo de mídia híbrida que Manovich (2013) busca explicar através do conceito que propõe. Logo, imagem e som são simbióticos, produzindo uma obra em que os dois aspectos têm igual importância, e mais, que impescindem um do outro. Podemos falar em webvisualidades televisivas aqui porque não existe hoje na televisão, especialmente na programação aberta (uma vez que a MTV tenha deixado de ser uma emissora de videoclipes para se tornar outra coisa), um espaço dedicado a música não comercial, muito menos eletrônica e experimental como essa. Portanto, a veiculação desse tipo de conteúdo próprio da *web*, que tem pouquíssima entrada no meio televisivo, é importante por oportunizar ao público uma diversificação do panorama musical, bem como possibilitar a diversificação de linguagens na televisão. Melhor dizendo, oportuniza especificamente a essa metalinguagem webvisual, que advem da remixabilidade dos meios, encontrar o televisivo em um programa que tem uma proposta estética em sintonia com o cenário tecnocultural em que estamos

envolvidos. Dentre os curtas elencados, este foi o que mais gerou interesse por parte da comunidade, tendo recebido 745 contribuições, o que confirma minha suposição de que é um gênero ignorado pelos meios de comunicação tradicionais, mas que tem uma inserção significativa se observarmos os números. No curta, cada personagem em cena aciona um som; age também o movimento dos personagens no encadeamento harmônico e rítmico da música.

Figura 36 – Sequência de “*Either/Order*”



Fonte: Elaborada pela autora.

4.3.2 *We Can Go Back Again*

Em relação ao videoclipe de encerramento, “*We can go back again*”, que, se considerado a partir de seu texto introdutório, totaliza praticamente cinco minutos de duração, constata-se que é a mais longa atração-moldura e é realmente o *gran finale* que se espera de um final de temporada. A música é composta da sobreposição da base, que é o som do piano – ora tocado por uma usuária convidada, natural da Finlândia, ora por Gordon-Levitt, imagina-se que devido à finlandesa não ter estado em todos os shows da turnê de gravação do programa – sobreposto por inserções de imagens e áudio caseiros, provenientes das colaborações ao projeto, e apresenta, ainda, uma outra camada intercalada de recortes de um acontecimento ao vivo, no palco, tomado pelo público presente, entoando a canção repetitiva como um mantra. Em termos de gênero musical, poder-se-ia dizer que é uma balada bastante comercial, voltado a um público mais abrangente, uma vez que essas composições viram LPs que são comercializados na loja de HITRECORD, online¹¹⁰. A webvisualidade 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.

¹¹⁰ <https://store.hitrecord.org/products/hitrecord-on-tv-music-from-season-1>

Elementos da montagem, em sequência vertiginosa, exigem do olho e do ouvido uma rapidez de escaneamento de superfície própria da navegação não linear da *web* e suas múltiplas possibilidades. É, de fato, uma representação visual da não linearidade da *web* e dos caminhos virtuais possíveis, da interatividade alardeada como vantagem da internet sobre as mídias anteriores. O telespectador típico sonha em aparecer na televisão, está aí a cultura do espetáculo, do culto às celebridades, a ascensão dos *reality shows*. Parece que o usuário da *web* pegou um atalho.

4.3.3 *Sleep Cycles*

Já o curta-metragem de abertura conta com a participação do ator John Krasinski¹¹¹, conhecido do público principalmente pelo seu papel na versão americana do seriado britânico *The Office*, onde contracena com Steve Carrel em programa cujo gênero deveria ser chamado de comédia de constrangimentos. Krasinki é amigo pessoal de Gordon-Levitt, como se vê no vídeo introdutório do curta propriamente dito, e, além de atuar, ele escreveu o roteiro baseado num relato de usuário da plataforma HITRECORD.ORG.

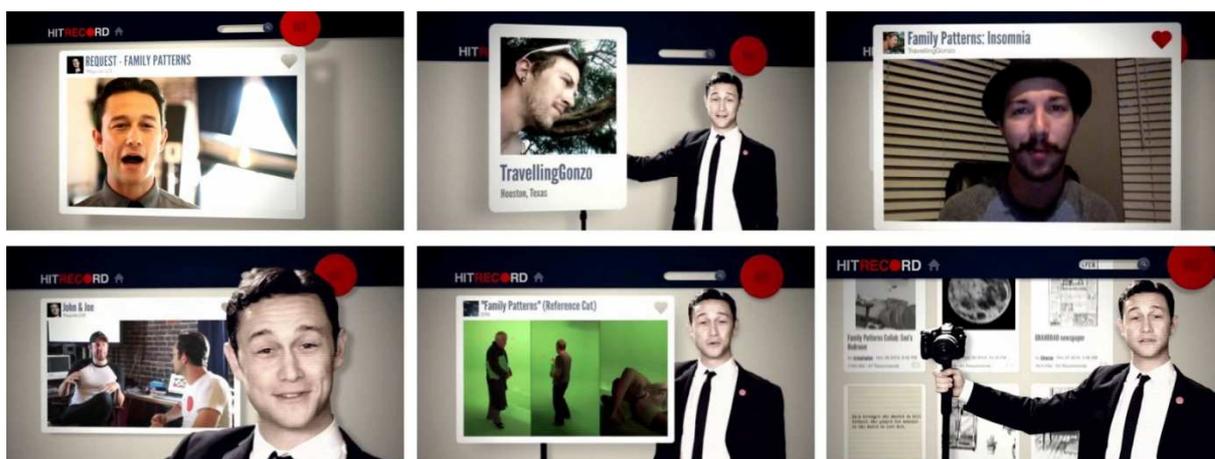
O caráter didático e lúdico que Gordon-Levitt desempenha ao representar a parte “tipicamente televisiva”, atuando como orquestrador, narrador, moldura e linha-guia nesta grande coleção de fragmentos desordenados – marca da estética de navegação web – é o que confere a amálgama ideal entre os dois mundos, transitando como um avatar por todas as ambiências, tornando possível o que chamo de webvisualidade televisiva. Desse modo, Gordon-Levitt tem essa preocupação em orientar, revelar, desconstruir a maneira através da qual estamos habituados a consumir audiovisuais na mídia massiva, como um produto pronto e finalizado, e nos dá a ver o processo criativo envolvido desde a inspiração, a concepção formalizada do roteiro, passando pelo set de gravação em frente ao fundo verde, até o produto final (final, em termos, pois provavelmente as gravações cruas estejam disponíveis na *webpage* para novas remixagens). Desde o primeiro episódio da temporada, e agora, no último, que Gordon-Levitt reitera ao que HITRECORD ON TV veio, lê-se: inserir o público no processo criativo, talvez na esperança de que mais pessoas produzam audiovisuais e os submetam na plataforma, aumentando o quadro de colaboradores – e a sua popularidade.

Pois bem, na introdução a este curta, somos presenteados com o “acesso ao *backstage*”, por assim dizer. A sequência de *prints* (capturas de tela) abaixo é a própria

¹¹¹ <http://www.imdb.com/name/nm1024677/>

estética da webvisualidade televisiva em seu estado mais desenvolvido, mesclando elementos dos dois mundos harmoniosamente o suficiente para produzir uma linguagem inteligível aos não iniciados, e uma riqueza de elementos aos produtores amadores e quaisquer outras pessoas com olhar mais apurado para audiovisuais e interessados nos seus processos. De fato, é convidativo ter a possibilidade de acompanhar o processo criativo de profissionais.

Figura 37 – Sequência do vídeo introdutório ao curta.



Fonte: Elaborada pela autora.

Vamos aqui buscar elaborar uma leitura quadro a quadro da sequência acima (da esquerda pra direita, de cima para baixo), buscando demonstrar alguns pontos do que chamo de webvisualidade televisiva, e como esta se manifesta visualmente. Segundo a tabela 1 das atrações-moldura, a sequência é retirada de um vídeo introdutório do curta *Sleep Cycles*.

Observamos que a sequência como um todo discorre em um ambiente supostamente virtual. Vemos o cabeçalho de HITRECORD.ORG, janelas de vídeo *pop-up*, movimento na *scroll down*. Até aí está tudo parecido com o que vemos de fato na plataforma. Até mesmo o nosso anfitrião, Joseph Gordon-Levitt, parece estar transportado para essa outra ambiência, efeito do tratamento de imagem que busca ressaltar linhas de definição, como nos antigos monitores, e sua imagem encontra-se opacificada para se harmonizar com a paleta de cores e iluminação do site, como aqui mostrado. Digo o site “como aqui mostrado”, enfaticamente, pois, como um todo, em comparação à real *webpage* de HITRECORD.ORG, a sensação é a de que houve uma “higienização” de interface geral, tornando-a estéril, condição para que possa ser considerada compreensível no ambiente televisivo. Assim sendo, não figuram diversos *links* como os do cabeçalho, informações no perfil do usuário que sumiram e agora só mostram a cidade e estado do usuário, onde antes havia informações como interesses

personais e a sua coleção pessoal completa de colaborações ao site à comunidade HITRECORD. Sem dúvida, o encontro das duas linguagens produziu uma outra, híbrida, que não pertence a um mundo nem ao outro, mas manifesta suas próprias lógicas organizacionais.

Continuando a dissecação, surgem outras incongruências, perceptíveis somente aos olhos daqueles que já possuem pseudônimo na plataforma colaborativa. As janelas *pop-up*, que citamos, de fato existem, e surgem para nos mostrar o conteúdo de um projeto sem abrir outra aba ou janela, o que é muito útil, visto o vasto armazém que é o banco de dados da HITRECORD.ORG. Entretanto, o movimento de *zoom-in* que vemos na primeira e segunda imagem não existe. Não existe também, de maneira alguma, a imagem do usuário se destacando da página daquela maneira. A impressão é a de que estamos “flutuando” acima dessa superfície, realizando movimentos e angulações de visualização da página que não acontecem de fato no ambiente *online*.

Outro elemento citado foi o movimento de *scroll down*, o rolamento da barra da página para baixo, revelando todas as contribuições dos artistas ao projeto. Observando, no penúltimo quadro, a forma como o conteúdo que vai sendo rolado aparece por detrás da barra de busca, como se esta fosse vazada, ou transparente. Não é o que ocorre de fato no site. Então vemos essas mudanças, imperceptíveis para o telespectador leigo, que causam estranheza ao usuário do metameio computador, e que saltam aos olhos dos usuários membros da comunidade colaborativa *online* de HITRECORD.

A figura de Gordon-Levitt aparece em quadro se movimentando para frente e para trás das janelas *pop-up*, causando sensação de profundidade 3D. Ao seu comando, sem que precise executar manipulação de *hardware*, janelas saltam e páginas se movem, o primeiro vídeo que aciona é um dele mesmo, realizando um *REQUEST* – que, após a reformulação de fevereiro de 2016, passou a se chamar *CHALLENGE*: de um pedido, requisição, para um desafio. A proporção dele em relação aos elementos da “*webpage*” é esquisita, desproporcional.

De fato, nessa sequência, com esses elementos de comando de todos os aspectos que foram citados, a mobilidade que demonstra dentro do ambiente virtual, o qual transforma em tridimensional, evocando sua imagem, demandando aquilo que deve ser produzido pelos artistas. A desproporção dentro do quadro-limite em relação ao quadros-molduras que causa a impressão de que Gordon-Levitt é um gigante, uma criatura superior que, observando de

cima um mundo que ele comanda, seleciona seus “escolhidos”, que fazem dele um verdadeiro avatar, que se movimenta com plena liberdade entre todos os panoramas e suas diferentes texturas de imagem. Gordon-Levitt é uma ethicidade construída no ambiente tipicamente tecnocultural e híbrido, e produz sua própria metalinguagem.

Na figura 27, o tema é lançado: padrões. RegularJoe (ainda era identificado por este nome, no entanto passou a ser simplesmente Joe dentro da sexta versão do ambiente *online*) quer que determinada angulação seja desenvolvida sobre o tema, e grava um vídeo fazendo um pedido de colaborações relacionadas a “*family patterns*” (padrões de família), ao qual o usuário TravellingGonzo responde, escrevendo um relato sobre a insônia da qual ele e seus familiares sofrem. É interessante observar a tradução audiovisual que ocorre, produzindo especialmente no último quadro da sequência, uma webvisualidade televisiva. Enquanto o apresentador fala “de dentro da tela”, pois é isso que sugere o tratamento de imagem, ocorre um movimento *de scroll down* (movimento para baixo da barra de rolagem) na tela que é mostrada atrás de si. Um detalhe sintetiza: há um pequeno espaço no topo da página, à direita, reservado à busca de conteúdos dentro do site, e conforme a página é rolada para baixo, os conteúdos nela inscritos são vistos passar pelo interior da barra de busca, que aqui é transparente – como não ocorre no ambiente online de fato.

A seguir, ainda no vídeo introdutório, observamos o processo criativo na produção do curta. Gordon-Levitt, em um encontro com um colega de profissão e amigo, conversam sobre como será adaptado roteiro. Penúltimo quadro (da figura 37, se lida de cima para baixo, da esquerda pra direita): gravação dos atores em frente à tela verde, conhecida como *Chroma-key*. As heterogêneas contribuições audiovisuais da plataforma formam, em quadro, no curta, um visual que impressiona pela riqueza de detalhes, como se vê na figura 38, a seguir.

Figura 38 – Sequência do curta “Sleep Cycles”



Manovich, já em *The Language of New Media*, de 2001, afirmava categoricamente: “o cinema de ficção, como o conhecemos, é baseado em mentir para o espectador” (p. 146, tradução nossa¹¹²). Na época, já se falava em *digital compositing*, isto é, a organização plástica dos elementos dentro de quadro, que, em contexto digital, permitiu a ascensão dos efeitos especiais e a relação de verossimilhança das inserções desses elementos extemporâneos, como,

¹¹² Do original: “Fictional cinema, as we know it, is based upon lying to the viewer”.

por exemplo, no longa-metragem *Jurassic Park*, de Steven Spielberg. Propõe-se então que haja uma “suspensão da descrença” do espectador em relação ao que lhe é ofertado a ver, realizando um contrato tácito de leitura em que ele presume que será entretido, muito mais do que informado, e já espera que elementos fantásticos surjam na tela. Mas, até então – a década de 1990 –, em função do estágio de desenvolvimento das técnicas de *software*, o desafio pautava-se muito mais no nível de realismo que essas imagens técnicas computadorizadas poderiam alcançar. Ainda que a trama fosse de ficção científica, no citado *Jurassic Park*, o que impressionava era sua minúcia de detalhes, textura de pele dos dinossauros, naturalidade dos movimentos – o mais próximo da “realidade” que poderíamos imaginar ser um exemplar desses, há muito extintos. Uma ressalva: ainda que diversas cenas emblemáticas tenham sido geradas em computador, os modelos mecânicos foram utilizados em larga escala, principalmente naquelas cenas em que os atores deveriam interagir com os dinossauros, em uma distância focal mais aproximada que exigiria mais definição de imagem.

Figura 39 – Modelo mecânico de Jurassic Park.



Fonte: <https://khnnumvfx.files.wordpress.com/2015/03/curiosidades-jurassic-park-3.jpg?w=736>

Já na obra na qual nos baseamos, *Software Takes Command*, datada de 2013, Manovich aborda o *digital compositing* sob outra perspectiva, reconhecendo o impacto mais profundo que decorreu de sua instauração como prática hegemônica, em se tratando de imagens técnicas, não só do cinema como de diversos âmbitos da Comunicação. 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 remixagens singulares de mídias cujos elementos são de diferentes naturezas e estéticas.

Em resumo, a “composição digital” foi essencial em possibilitar o desenvolvimento de uma nova linguagem visual híbrida das imagens moventes – a qual hoje se vê em todos os lugares. Definida inicialmente como uma técnica digital particular, projetada para integrar as duas mídias, de *live action* e de gráficos computacionais em sequências de efeitos especiais, *compositing* mais tarde se tornou um “integrador de mídia universal”. E embora o *compositing* fora originalmente criado para dar suporte à estética do realismo cinematográfico, ao longo do tempo, teve, na verdade, o efeito oposto. Ao invés de forçar diferentes mídias a se fundirem indistintamente, o *compositing* levou ao florescimento de numerosos híbridos onde as justaposições entre o ao vivo e o algoritmicamente gerado, o bidimensional e o tridimensional, *raster*¹¹³ e vetor, são tornados deliberadamente visíveis ao invés de escondidos. (MANOVICH, 2013, p. 282, tradução nossa¹¹⁴).

A culminância ao ponto mais alto de realismo liberou as forças criativas na “nova imaginação” de Flusser, abrindo caminho para a criação do impossível – ao menos neste mundo, como habituado. Foi apenas uma questão de tempo para que a remixagem atingisse também outro patamar, deixando de ser uma instância de sobreposição “achatada”, para passar a mesclar em profundidade as dimensões colocadas em relação no quadro; de maneira tal que, cada elemento, na integralidade da estética visual da mídia de origem, se comunica com os outros, ocasionando um diálogo entre dimensões distintas, sem prejuízo de uma em função da outra, dentro de moldurações intrínsecas, mas incidindo, sim, sobre os emolduramentos e os imaginários que projeta essa hibridização sobre as subjetividades.

Tal é o que chamamos de remixabilidade profunda, que o verificamos tal e qual descrito por Manovich, no território de significação das imagens da sequência acima. Na trama, três gerações de insones reproduzem padrões de comportamento característicos da família, cada qual lidando com tipos de suportes midiáticos correspondentes a cada faixa etária: as notícias esportivas são lidas no jornal impresso pelo avô, no portal de notícias, pelo pai, que o acessa de seu notebook, e o filho, que lê através de um aplicativo para *mobiles*. A ironia aqui é: todos os três habitam um universo de imagens híbridas, profundamente remixadas, próprio do momento atual das técnicas de geração de imagens – não há nada naquele jornal, vagamente parecido com o que impresso que compramos na banca e folheamos, que faça do avô alguém mais “antiquado” pela escolha do suporte preferido. Isso, claro, para nós, deste mundo; os que lá habitam estão imersos

¹¹³ <https://pt.wikipedia.org/wiki/Raster>

¹¹⁴ Do original: “In short, digital compositing was essential in enabling the development of a new hybrid visual language of moving images—one that today we see everywhere. Defined at first as a particular digital technique designed to integrate the two media of live action film and computer graphics in special effects sequences, compositing later became a “universal media integrator.” And although compositing was originally created to support the aesthetics of cinematic realism, over time it actually had an opposite effect. Rather than forcing different media to fuse seamlessly, compositing led to the flourishing of numerous media hybrids where the juxtapositions between live and algorithmically generated, two dimensional and three dimensional, raster and vector media are made deliberately visible rather than being hidden.”

numa realidade virtual tão verdadeira quanto esta aqui, e distinguem as diferenças que aqui nos fazem rir, pois, de fato, não existem. São imagens técnicas com as quais os três lidam nessa dimensão “adimensional”, algorítmica. Flusser (2013) diria: zerodimensional, a dimensão dos códigos binários, evocando em nossa memória as consequências disso para o pensamento humano como um todo: adentramos, com as imagens técnicas, em um período pós-histórico, liberto de desdobramentos causais, rizomático e potente, pois descondicionado da linha do tempo cronológico, representação essa que insistimos em confundir com o verdadeiro tempo-qualidade da duração, um tempo com espessura, profundo, assim como o tipo remixagem (profunda) que hoje nos possibilita projetar mundos internos com mais acuidade, libertando-nos da mimese representativa.

Outra característica citada por Manovich, relacionada à remixagem profunda que se realiza nas molduras de *digital compositing*, é a ênfase da visualidade híbrida através do choque estético entre texturas de imagem. É muito interessante ver os atores manipulando os objetos, o avô segurando com o ombro um telefone fixo bidimensional, enquanto escolhe alguns ingredientes toscamente desenhados, evocando um imaginário *naif* que se completa com a trilha sonora – um jazz suave com instrumento de sopro, à moda antiga. Não há uma única unidade estética, e ficamos aqui tentando elencar as diferentes colagens dentro de quadro, e, simplesmente, não é possível definir – só mesmo o letreiro de abertura, e os de encerramento, para apontar quantas contribuições de elementos distintos estão ali se interfaceando. Desenho à mão, instabilidade das linhas, baixa definição, texturas “sujas”, a interação incômoda do 3D com um cenário 2D, não importam: todas essas inconvenientes características para a produção de realismo no passado, hoje, foram digeridas e fazem parte de nossa constituição, em mais uma útil metáfora das imagens: no último quadro, os atores estão, literalmente, em cena, se alimentando dos nutrientes dessa estética.

Sabemos que em termos de execução, como demonstrado inclusive na parte introdutória ao curta, a tecnologia empregada não é nova, é a do *Chroma-key*, ou *green-screen*, um cenário onde os atores só podem imaginar como será e mimicar os movimentos que fariam com objetos materiais. Apesar de velha conhecida, aquilo que hoje pode ser realizado, independe da captura das imagens, mas depende, sim, do *software* de edição dessas imagens, de quais ferramentas ele dispõe; como interage com o material bruto das colaborações – pois, se executados por tantas pessoas, há de se conferir alguma unidade ao composto no tratamento individual.

5 CONCLUSÃO

Abordamos em nosso texto de dissertação de mestrado, aqui constante, o programa de televisão HITRECORD ON TV, pois, ao que nos parece, dá a ver um fenômeno audiovisual próprio de nosso tempo. Descrito por Manovich, a remixabilidade profunda é o estágio mais avançado (até aqui) da evolução das mídias, uma vez que, em relação de contato e contágio umas com as outras, dentro ambiente digital do software, transcendem sua condição, remixam técnicas e estéticas, produzindo mídias híbridas. HITRECORD ON TV é produto de tal conjuntura. Na audiovisualidade que lhe é característica, presenciamos uma colisão entre mundos, que produz um outro a partir dos estilhaços desse encontro.

Tal é a união inexorável das linguagens *web* e televisiva, que não pode ser reduzida nem a uma nem à outra, pois se completam, dialogam, se atravessam, contaminam, produzindo assim uma metalinguagem (pois nasce no metameio computador) híbrida específica, a qual proponho chamar de *webvisualidade televisiva*. Trata-se de um construto que parte da linguagem da interface web em direção ao mundo televisivo, o qual se difere em natureza e carrega em si marcas de algo que lhe é próprio, exigindo uma adaptação dos enunciados à sua linguagem. Na visualidade de HITRECORD ON TV buscamos identificar esses fragmentos, onde se encontram, o que se diferencia em sua repetição, o que é próprio não só da televisão e não só da web, mas que conforma um mundo audiovisual em si.

A especiação ideal de tal formato é através do aparelho de televisão, pois é desenvolvido com essa intenção e, além disso, é no fluxo da programação onde se realiza o impacto visual o qual produz, na tensão entre um programa e outro, fazendo ressaltar o que há de não habituado. Portanto, a fim de adentrar os diferentes terrenos éticos e estéticos onde HITRECORD ON TV firma base, recorreremos à metodologia das molduras, adequada à pesquisa em televisão, a fim de desmontar o compósito de molduras dessa ethicidade – sobre a qual elaboramos uma hipótese-síntese fenomenológica mais geral, a das webvisualidades televisivas. Através da metodologia das molduras, realizando dissecações e elegendo afinidades entre conjuntos de, intentamos dar a ver os processos técnicos que produzem essa estética singular. Cientes, entretanto, de não ter esgotado as possibilidades que este audiovisual em particular nos oferta, e o faz de maneira até desorientadora, pois são muitas as linhas de fuga, as possíveis abordagens e caminhos a explorar. Mesmo o caminho que escolhemos abrir trilha não se esgota aqui, o que nos instiga a continuar essa investigação.

No segundo capítulo, então, buscamos desenvolver uma questão nevrálgica ao assunto, que é a remixabilidade profunda desde Manovich, a qual é a linha-guia que atravessa todo texto. Para embasar o leitor, buscamos desenvolver um panorama das causas materiais que possibilitaram o desenvolvimento de tal fenômeno midiático. Se o software é a condição para o estágio das técnicas às quais hoje observamos, uma imersão no seu processo evolutivo nos ajuda visualizar melhor como essas hibridizações de fato acontecem dentro desse habitat – o software – o qual extrapola, estabelecendo novas relações de interface. Hoje falamos em hibridismo num contexto televisivo, mas sabemos, como Manovich sugere, que as possibilidades de contágio são infinitas, e o remix profundo entre mídias é um devir pulsante.

No segundo capítulo sentimos necessidade também de estabelecer os fundamentos daquilo que configura a contrapartida desse intercâmbio de linguagens, ou seja, fazer um reconhecimento territorial da ambiência televisiva. E finalmente, ao final do capítulo, realizamos apontamentos preliminares das conseqüências de tal remix web-televisivo, nativo de nossa sociedade tecnocultural.

No terceiro capítulo aplicamos sistematicamente a metodologia para estabelecer quais os quadros de significação incutidos na imagem televisiva, apontando as molduras que encerram essas ethicidades. E finalmente, no quarto capítulo, estabelecemos um foco de interesse localizado no interior de todas essas molduras significantes sobrepostas, e procedemos à dissecação do oitavo episódio da primeira temporada do programa para estabelecer algumas constantes, imagens médias que dão a ver a estética que essa ethicidade produz, ética e estética essas que chamamos de web-televisiva.

Portanto, acreditamos ter lançado as bases para a observação fenomenológica de uma tendência ao hibridismo alçado a novos níveis com a ascensão da remixabilidade profunda, que se espalha não só no campo da Comunicação, mas aqui, em especial, encontra materialidades ricas em devires a serem explorados e dissecados. A mais importante contribuição deste trabalho, ainda que incipiente, é a de descrever uma ethicidade que é característica do objeto empírico que escolhemos, mas que é sem dúvida um objeto de conhecimento a ser explorado, ethicidade esta das webvisualidades televisivas. Buscamos contribuir com a abertura de um precedente que beneficie futuras incursões acadêmicas que contemplem os contágios produtivos que ocorrem na remixagem profunda entre a mídia televisiva e a interface web.

REFERÊNCIAS

- BERGSON, Henri. **Memória e Vida**. Textos escolhidos. São Paulo: Martins Fontes, 2006a.
- BERGSON, Henri. **Matéria e Memória**. Ensaio sobre a relação do corpo com o espírito. Coleção Tópicos. São Paulo: Martins Fontes, 2006b.
- BUCK-MORSS, Susan. Estética e anestésica: uma reconsideração de A obra de arte de Walter Benjamin. In: CAPISTRANO, Tadeu (org.) **Benjamin e a obra de arte**. Técnica, imagem, percepção. Tradução Marijane Lisboa e Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- DELEUZE, Gilles. **Bergsonismo**. Tradução de Luiz B. N. Orlandi. Coleção TRANS. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2012.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **O que vemos, o que nos olha**. TRANS. São Paulo: Editora 34, 2010.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **A imagem sobrevivente. História da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.
- FARTHING, Stephen. **Tudo sobre arte**. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.
- FISCHER, Gustavo Daudt. Tecnocultura: aproximações conceituais e pistas para pensar as audiovisualidades. IN: KILPP, Suzana; FISCHER, Gustavo Daudt (orgs.). **Para entender as imagens: como ver o que nos olha?** Porto Alegre, Entremeios: 2013.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. Pequenas crises. Experiência estética nos mundos cotidianos. In: GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno; MENDONÇA, Carlos Camargos (orgs.). **Comunicação e Experiência Estética**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006, p. 50-63.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Atmosfera, Ambiência, Stimmung**. Sobre um potencial oculto da literatura. Rio de Janeiro – RJ: Editora Contraponto, Editora PUCRIO, 2014
- HANSEN, Mark B. N. **New Philosophy for New Media**. Massachussets: The MIT Press, 2006.
- KILPP, Suzana. Programas de TV, ethicidades televisivas. Disponível em <http://www.suzanakilpp.com.br/artigos/Programas_de_TV_Ethicidades_Televisivas.pdf. Acesso em 29.02.2016>. Acesso em 29 fev. 2016

KILPP, Suzana. Interfaces contemporâneas da TV: paradigmas durante em telas de dispositivos móveis. In: KILPP, Suzana [et. al.] **Tecnocultura Audiovisual. Temas, metodologias e questões de pesquisa**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

KILPP, Suzana. **A traição das imagens: espelhos, câmeras e imagens especulares em reality shows**. Porto Alegre: Entremeios, 2010.

KILPP, Suzana. **Ethnicidades Televisivas - sentidos identitários na TV: moldurações homológicas e tensionamentos**. Tese de doutorado, UNISINOS, 2002.

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

MANOVICH, Lev. **Software Takes Command**. Massachusetts: The MIT Press, 2013.

MARTIN, Marcel. **A Linguagem Cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2003

NOVAES, Rodrigo Maltez. In: ZIELINSKI, Siegfried, WEIBEL, Peter (Org.). **Flusseriana**. Na intellectual toolbox.. Mineápolis: Univocal, 2015.

RANCIÈRE, Jacques. **O Destino das imagens**. Coleção ArteFíssil. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

STEINMAURER, Thomas. In ZIELINSKI, Siegfried, WEIBEL, Peter (org.). **FLUSSERIANA**. Minneapolis: Univocal, 2015.

Sites:

PORTAL TERRA. A tecnologia deve muito a George Lucas. [2016?] Seção de Tecnologia. Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI533819-EI15607,00-A+tecnologia+deve+muito+a+George+Lucas.html>>. Acesso em: 04 abr. 16.