

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
Programa de Pós-graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas (PPGC)
Linha de Pesquisa: Culturas Midiáticas Audiovisuais

CHARLES HENRIQUE BRITO CADÉ

DOCUMENTÁRIO COLABORATIVO:
modos de produção no ciberespaço.

JOÃO PESSOA – PB
2014

CHARLES HENRIQUE BRITO CADÉ

DOCUMENTÁRIO COLABORATIVO:
modos de produção no ciberespaço.

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Culturas Midiáticas
(PPGC) da UFPB.

Orientador: Prof. Dr. Bertrand de Souza
Lira

JOÃO PESSOA – PB

2014

C122d Cadé, Charles Henrique Brito.

Documentário colaborativo: modos de produção no ciberespaço / Charles Henrique Brito Cadé.- João Pessoa, 2014.

141f. : il.

Orientador: Bertrand de Souza Lira

Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCTA

1. Comunicação. 2. Culturas midiáticas. 3. Documentário.
4. Ciberespaço. 5. Autoria coletiva. 6. Cultura livre.

UFPB/BC

CDU: 007(043)

CHARLES HENRIQUE BRITO CADÉ

DOCUMENTÁRIO COLABORATIVO:
modos de produção no ciberespaço.

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Culturas Midiáticas
(PPGC) da UFPB.

Orientador: Prof. Dr. Bertrand de Souza
Lira

Aprovado pela banca examinadora:

Prof. Dr. Bertrand de Souza Lira

Prof.^a Dra. Nadja de Moura Carvalho

Prof. Dr. Romero Júnior Venâncio Silva

AGRADECIMENTOS

Coisa de cinema! A expressão, empregada na vida cotidiana para definir aquilo que escapa do comum porque alcança o grau de excelência da experiência cinematográfica, é a mais adequada para definir a soma de talentos encontrados no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas da UFPB: corpo docente, alunos e funcionários. Em especial, cito meu orientador, Bertrand. Levou-me da sala de cinema para a sala de aula e mostrou que filme é bom em todo lugar. Aos meus pais, as mãos que mais segurei quando as luzes se apagam. A meus irmãos, companhias quando ainda não podia ir à sala de exibição por conta própria. À Lu, a menina azul, com quem montei um cineclube particular. A meus sobrinhos, Lucas, Pedro, Mateus e Enzo. Chegou a minha vez de garantir a pipoca. A inúmeros amigos e amigas, como o Geovane. Mostram constantemente que a sessão nunca termina. Sobem os letreiros, começa a conversa. E a você, Eldon (*in memoriam*), amigo de sempre. Quando se foi, a frase “cinema é a maior diversão” perdeu um pouco da graça.

RESUMO

A presente dissertação investiga a criação colaborativa no ciberespaço, explorando como novas práticas sociais e transformações tecnológicas impactam a produção e consumo de documentários. Para compreender esses processos criativos emergentes, o trabalho adotou como estratégia a pesquisa bibliográfica; observação empírica e avaliação de estudos de caso. Cada vez mais, o conceito de *crowdsourcing* (HOWE, 2008) é aplicado em projetos culturais. O termo caracteriza a reunião de diversos indivíduos, por meio de convite público, para efetivar um objetivo comum. O ciberespaço se transformou em um ambiente agregador para cineastas, audiência, o mundo corporativo, dentre outros. A integração de múltiplos conhecimentos e recursos é percebida nas diversas etapas do ciclo de criação fílmico, englobando financiamento, elaboração de conteúdo e circulação. Entretanto, as relações não estão livres de conflito, pois os diversos agentes podem possuir metas e interesses distintos. A liberdade inventiva usualmente segue orientações que não atendem regras vigentes de direito autoral. Essa multiplicidade de vozes é empregada em realizações que adotam a linguagem audiovisual tradicional, obedecendo a premissa da progressão linear da narrativa, ou propicia o surgimento de projetos multimídia em que a maneira de contar histórias é tão inovadora quanto seu fluxo de produção. São iniciativas de autoria coletiva, obras renovadas constantemente através da contribuição contínua dos atores sociais.

Palavras-chave: Documentário. Ciberespaço. Autoria coletiva. Cultura livre.

ABSTRACT

This dissertation investigates the collaborative creation in cyberspace, exploring how new social practices and technological changes impact the production and consumption of documentaries. To understand these emerging creative processes, the study adopted a strategy of literature review; empirical observation and evaluation of case studies. Increasingly, the concept of crowdsourcing (Howe, 2008) is applied to cultural projects. The term characterizes the meeting of several individuals through public invitation to achieve a common goal. The Internet has become an aggregator space for filmmakers, audience, the corporate world, among others. The integration of multiple knowledge and resources is perceived in various stages of the creation cycle, encompassing financing, development of content and circulation. However, these relationships are not free of conflict because different agents may have different goals and interests. The inventive freedom usually follows guidelines that do not meet existing rules of copyright. This multiplicity of voices is employed in accomplishments that adopt the traditional audiovisual language, obeys the premise of linear narrative, conduces to the emergence of multimedia projects in a way that storytelling becomes as innovative as its production flow. These are initiatives of collective authorship, works constantly renewed through the ongoing contribution of social actors.

Keywords: Documentary. Cyberspace. Collective authorship. Free culture.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Página inicial do YouTube evidencia programas de entretenimento e variedades	42
FIGURA 2 - Página inicial do Vimeo destaca criações autorais	43
FIGURA 3 - Vodo: ferramenta de divulgação e distribuição	49
FIGURA 4 - <i>We're all in this together</i> dá continuidade à proposta de <i>The Message</i>	54
FIGURA 5 - Participantes fazem símbolo de união em <i>Declaration of Interdependence</i>	58
FIGURA 6 - Aplicativo <i>1 Second Everyday</i>	65
FIGURA 7 - <i>Koyaanisqatsi</i> mistura cenas em câmera lenta com imagens em ritmo acelerado	68
FIGURA 8 - <i>Baraka</i> registra de perto indivíduos e seus ritos religiosos	69
FIGURA 9 - Tradições e costumes locais são mostrados em <i>A Vida em um Dia</i>	69
FIGURA 10 - <i>Life in a Day Interactive Gallery</i>	71
FIGURA 11 - Instalação artística de <i>A Vida em Um Dia</i>	74
FIGURA 12 - Página inicial de <i>One Day On Earth</i> convida o visitante para inúmeras atividades	78
FIGURA 13 - Os diversos arquivos de <i>Planet Takeout</i>	86
FIGURA 14 - Documunity	88
FIGURA 15 - Divergências e aproximações convivem em <i>GELD.GR</i>	90
FIGURA 16 - <i>Hyperlocal</i> apresenta o relato da escritora Heather O'Neill	95
FIGURA 17 - Melissa Bull, uma das colaboradoras de <i>Hyperlocal</i>	96
FIGURA 18 - Página inicial de <i>#18DaysinEgypt</i>	98
FIGURA 19 - Gráfico indica o fluxo de criação no GroupStream	100
FIGURA 20 - Estrutura interna para a criação de um Stream	101
FIGURA 21 - GroupStream permite incluir arquivos provenientes de vários sites, como o YouTube	101
FIGURA 22 - <i>Open Source Cinema</i>	115
FIGURA 23 - <i>Searching for Happiness</i>	118
FIGURA 24 - <i>17 Islands</i>	119
FIGURA 25 - Página inicial de <i>Man With A Movie Camera: The Global Remake</i>	122
FIGURA 26 - <i>Man With A Movie Camera: The Global Remake</i>	128
FIGURA 27 - <i>Man With A Movie Camera: The Global Remake</i> ganha projeção pública	129

SUMÁRIO

Introdução	09
1. Documentário: múltiplos conceitos	14
1.1 Documentário	14
1.2 Documentário interativo	16
1.2.1 Características	16
1.2.2 Tipos de documentário interativo	19
1.3 Documentário colaborativo	22
1.4 Documentário vivo	26
2. Múltiplos suportes	28
2.1 <i>Crowdsourcing</i>	28
2.2 Cadeia produtiva em transformação	32
2.2.1 Financiamento	36
2.2.2 Distribuição	40
2.3 Histórias conectadas	53
2.4 <i>A Vida em um Dia</i> : um estudo de caso	59
2.4.1. Principais componentes e dimensões do projeto	59
2.4.2. Organização do projeto	60
2.4.3. Identificação das alterações que afetam a identidade do projeto ou dos sistemas relacionados a ele	70
2.4.4. Características que estabilizam ou desestabilizam o projeto	75
3. Múltiplos caminhos	80
3.1 Autoria coletiva	80
3.2 Processo contínuo	82
3.3 Cooperação e conflito no ciberespaço	91
3.4 <i>#18daysinegypt</i> : um estudo de caso	97
3.4.1. Principais componentes e dimensões do projeto	97
3.4.2. Organização do projeto	102
3.4.3 Identificação das alterações que afetam a identidade do projeto ou dos sistemas relacionados a ele	104
3.4.4. Características que estabilizam ou desestabilizam o projeto	106
4. Múltiplas transformações	109

4.1 Cultura livre	109
4.2 Arte transformativa.....	114
4.3 <i>Man With A Movie Camera: The Global Remake</i> : um estudo de caso	121
4.3.1. Principais componentes e dimensões do projeto	122
4.3.2. Organização do projeto	124
4.3.3. Identificação das alterações que afetam a identidade do projeto ou dos sistemas relacionados a ele	127
4.3.4. Características que estabilizam ou desestabilizam o projeto	130
Considerações finais	132
Referências	136

INTRODUÇÃO

O presente trabalho analisa a produção de documentários na contemporaneidade, mais especificamente as realizações colaborativas desenvolvidas no ciberespaço¹. São obras elaboradas através da construção coletiva de saberes, nos quais os interagentes² participam da criação multimídia. Esse novo ecossistema comunicativo e artístico aproxima o desenvolvimento tecnológico da linguagem audiovisual, propiciando mudanças na dinâmica do ciclo de produção de filmes documentais.

Para isso, o estudo empreende uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório. Decorre dessa estratégia a identificação das delimitações teóricas pertinentes às questões levantadas pela pesquisa.

A etapa inicial se concentra em como estudiosos e pesquisadores observam filmes de não ficção e novas formas de cinema documentário; os capítulos seguintes percorrem um caminho específico. O capítulo dois apresenta obras em que, embora sejam produzidas colaborativamente, é possível perceber claramente a presença de um autor. Ademais, a cooperação está limitada a um estágio da produção. A etapa posterior explora obras que demonstram uma colaboração mais intensa. São plataformas abertas nas quais, não raro, o usuário pode publicar material sem a necessidade de avaliação prévia. Por último, evidenciamos documentários cujo propósito é transformar obras já produzidas e que estão disponíveis para uma intervenção aberta e coletiva.

O ponto de partida é examinar a própria concepção de documentário. No primeiro capítulo, a pesquisa propõe um diálogo entre o cinema de não ficção tradicional e produções multimídia. Essas, ao serem desenvolvidas em rede, ganham contornos que o documentário clássico não possui. Para isso, investigamos a constituição dessas obras.

No segundo capítulo, observamos como o *crowdsourcing*, um dos conceitos norteadores da dissertação, é aplicado na produção de documentários colaborativos.

¹ [...] É o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LEVY, 1999, p.17).

² "Interagente é aquele que age com outro" (PRIMO, 2003, p. 8).

Essa etapa do trabalho também examina os vários estágios de suporte à produção fílmica.

As comunicações digitais têm amplo poder disseminador de conteúdo. Nas diversas redes sociais³ online, usuários incrementam seu círculo de contatos. Sua rede social primária, formada por familiares, amigos e outros indivíduos com quem mantém convívio presencial, está presente nos multimeios eletrônicos. Mas o interagente não está circunscrito a essa comunidade, pois constrói e preserva relações interpessoais com um grupo maior e mais diversificado. O Facebook⁴ se destaca no cenário mundial. Em setembro de 2012, o site atingiu a marca de 1 bilhão de usuários ativos⁵. No Brasil, o Facebook também é a rede social mais popular, tendo registrado, em abril de 2013, 71 milhões de usuários⁶.

Para além dos destinos mais visados, os elos mantidos online são observados em outros espaços da Web 2.0 (O'REILLY, 2005). Tendo isso em vista, a pesquisa adota como recorte temático objetos de estudo caracterizados como plataformas utilizadas para financiamento, produção e distribuição de criações audiovisuais. No final do segundo capítulo, empreendemos um estudo da série de filmes iniciada com *A Vida em Um Dia* (2011).

O terceiro capítulo estuda produções que expandem o conceito de filmes de não ficção. Por isso, realizamos uma análise descritiva desses títulos, avaliando como o processo colaborativo ocorre, bem como questões de design de interação. O intuito é observar como tais projetos ampliam as possibilidades de contar histórias em documentários. Isso porque o desenvolvimento das redes digitais possibilita à audiência participar ativamente da cultura audiovisual. O capítulo é concluído com um estudo de caso de *#18daysinegypt*, projeto multimídia sobre a Primavera Árabe.

No quarto capítulo, levamos nossa observação para projetos que desenvolvem releituras de obras previamente existentes. As tecnologias digitais, pontua André Lemos (2005), criam novos padrões de conexão entre as competências do sujeito social e o desenvolvimento de bens culturais. O autor caracteriza isso como

³ “Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: **atores** (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas **conexões** (interações ou laços sociais)” (RECUERO, 2006, p.26).

⁴ <http://www.facebook.com.br>

⁵ Facebook alcança 1 bilhão de usuários ativos mensais. Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/10/facebook-atinge-1-bilhao-de-usuarios-ativos-mensais.html>>. Acesso em 05 de julho de 2013.

⁶ Brasil ultrapassa 70 milhões de usuários no Facebook, diz consultoria. Disponível em <http://olhardigital.uol.com.br/negocios/digital_news/noticias/brasil-tem-mais-de-70-milhoes-no-facebook,-diz-consultoria>. Acesso em 05 de julho de 2013.

cibercultura. São propriedades desse fenômeno a maior participação do indivíduo na elaboração do produto midiático por meio de colagens e montagens.

Nessa etapa, analisamos refilmagens e o fenômeno remix a partir de diversos prismas, em especial os aspectos legais e as possibilidades da cultura livre. Busca-se ir além da compreensão desses fatores como perspectivas antagônicas. Novas formas de gestão dos direitos autorais despontam, tornando possível a coexistência entre a proteção da propriedade intelectual e a liberdade de intervenção artística.

O capítulo é encerrado com o estudo de caso de *Man With A Movie Camera: The Global Remake*, obra aberta e alimentada com releituras do clássico documentário *O Homem da Câmera* (1929), do diretor Dziga Vertov.

Para explorar esses temas, esse estudo foi elaborado sob um ponto de vista qualitativo interpretativo. Foi realizada uma revisão bibliográfica de caráter exploratório a respeito de autores e interpretações teóricas. Alguns dos conceitos utilizados são: documentário (NICHOLS, 2005; RAMOS, 2008), documentário vivo (GAUDENZI, 2013), *crowdsourcing* (HOWE, 2008), inteligência coletiva (LÉVY, 1998), cultura do remix (LEMO, 2005), autor (BARTHES, 1988) e cultura livre (LESSIG, 2005).

A observação empírica e a coleta de dados secundários são estratégias que contribuem para a construção do presente trabalho. Foram levantados documentos diversos, como pesquisas sobre a utilização dessas ferramentas interativas, sites mais acessados e como esses espaços são utilizados, bem como informações sobre novos modelos de negócios de financiamento e distribuição, o montante financeiro desses serviços e como eles são empregados, dentre outras informações e estatísticas correlatas ao tema da pesquisa.

Lemos (2005, p. 2) teoriza que "a nova dinâmica técnico-social da cibercultura instaura assim, não uma novidade, mas uma radicalidade[...]". O ecossistema midiático contemporâneo é plural e impermanente. Por isso, esse trabalho não tem a pretensão de levantar um panorama amplo do cenário atual, mas identificar traços recorrentes que emergem, fatores que indicam como a produção documental é impactada pela cultura colaborativa.

O *corpus* de pesquisa cita exemplos que constata essa tendência. Para isso, três casos foram escolhidos. Os documentários colaborativos *A Vida em um Dia*; *#18daysinegypt* e *Man With A Movie Camera: The Global Remake*.

Tais obras serão estudadas de acordo com a proposta metodológica elaborada

pela pesquisadora Sandra Gaudenzi (2013). Em sua tese, *The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary* (2013)⁷, ela observou o documentário não como uma obra estática, mas compreendendo-o enquanto “entidade relacional”. Para Gaudenzi (2013, p. 90) o termo “relacional” implica em “sistemas dinâmicos formados por entidades heterogêneas (humanos, máquinas, protocolos, tecnologia, sociedade e cultura), onde todos os componentes são interdependentes”⁸.

O interagente desempenha função ativa. Ele dialoga com a obra não apenas enquanto espectador, pois é parte integrante do projeto. Esse processo molda a obra artística, assim como o percurso associativo influencia o próprio usuário. A autora descreve o conjunto de relações criadas como dimensões. Para ela, dimensão é

Uma rede de relações (de qualquer tipo) que liga os componentes formadores do projeto. Tais componentes podem ser materiais (o computador, a plataforma, o corpo humano etc...); digitais (o código, o software etc...), as ideias (a proposta do autor, a interpretação do usuário), legais (direito de propriedade intelectual) ou culturais (expectativas, estética, política etc...) (GAUDENZI, 2013, p.89)⁹.

Como evidenciado acima, o conceito de componentes é outro ponto importante em sua análise. Componentes são partes constituintes de uma rede de relações cujo sentido decorre da atribuição desempenhada nessa estrutura. O processo manifesta mudanças. Cada componente passa por transformações ou estimula alterações nos demais elementos com os quais construiu elos.

Sua metodologia foca, por conseguinte, nos elementos ligados a determinada obra. A abordagem proporciona ao pesquisador se “concentrar nos links temporários criados entre um usuário e um artefato digital” (GAUDENZI, 2013, p. 15)¹⁰. Há três aspectos iniciais em relação ao seu projeto de investigação:

- Quem foi chamado a participar? Qualquer pessoa ou um público determinado

⁷ Tradução nossa: “O documentário vivo: da representação da realidade para a cocriação em documentário digital interativo.”

⁸ Tradução nossa: “The term *relational* implies that these are dynamic systems that put in relationship heterogeneous entities (humans, machines, protocols, technology, society, culture) where all the components are interdependent.”

⁹ Tradução nossa: “A dimension is a network of relations (which can be of any sort) that links the components that make the Living Documentary possible. Components can be material (the computer, the platform, the human body etc.), digital (the code, the software etc), ideas (the idea of the author, the interpretation of the user), legal (the copyright) or cultural (expectations, aesthetics, politics etc).”

¹⁰ Tradução nossa: “It is argued that a relational approach allows us to concentrate on the temporary links created between a user and a digital artefact.”

relativo ao tema do filme?

- Em que etapa do projeto essa colaboração ocorre (pré-produção, produção ou pós-produção)?
- Qual o nível de colaboração permitida? Que tipo de competência ou suporte o interagente desempenhará (financiamento, criação de conteúdo, divulgação, distribuição etc.).

A autora ressalta que não se trata de uma metodologia fixa. Por isso, é importante compreender a organização visual e editorial do ambiente e constatar se a relação de cooperação contribui para a mudança/evolução do sistema. Sua proposta é centrada em quatro princípios:

1. Quais são os principais componentes e dimensões do projeto?
2. Como sua organização é estruturada? Ela pode mudar ou evoluir?
3. Essas alterações afetam a identidade do projeto e/ou a identidade dos sistemas relacionados a ele?
4. O que estabiliza ou desestabiliza o projeto e o que poderia causar o final das suas atividades?

Essas indagações auxiliam a compreender a dinâmica do processo colaborativo, assinalando suas características interrelacionais, sem esquecer os elementos estruturais da plataforma. A partir dessa avaliação, almejamos reconhecer que fatores contribuem e quais dificultam o fluxo produtivo dos documentários aqui selecionados.

1. Documentário: múltiplos conceitos

1.1 Documentário

No livro *Mas afinal... O que é mesmo documentário?*, Fernão Pessoa Ramos (2008) faz uma trajetória desse gênero cinematográfico. Embora o homem registre momentos da vida social desde o surgimento do cinema, é nas décadas de 1930/1950 que a gramática estilística do documentário clássico começa a se consolidar. Entre as características iniciais dessa linguagem fílmica figuram a locução fora de campo (voz over) e oposição à participação de atores profissionais.

Nos anos 1960, surge uma tendência mais autoral, o cinema direto/verdade. Nessa vertente, assim como no modo dramático ficcional (GAUTHIER, 2011), opiniões são reveladas a partir da conversação. A utilização de depoimentos torna o processo mais participativo, numa interação sujeito da câmera e sujeito social.

Essa particularidade se consolida no documentário contemporâneo. Ramos assinala que a voz over continua a ser empregada. Todavia, a narrativa¹¹ ouve outros testemunhos por meio de diversas técnicas, via entrevistas (com atores sociais e peritos) ou através de pesquisa de material de acervo. Os estilos são diversos. Um mesmo filme pode misturar elementos ficcionais e documentais. Assim, Ramos propõe como definição para o gênero:

[...] documentário é uma narrativa com imagens-câmera que estabelece asserções sobre o mundo, na medida em que haja um espectador que receba essa narrativa como asserção sobre o mundo. A natureza das *imagens-câmera* e, principalmente, a *dimensão da tomada* através da qual as imagens são constituídas determinam a singularidade da narrativa documentária em meio a outros enunciados assertivos, escritos ou falados (RAMOS, 2008, p. 22).

Documentário é um “conceito vago”, aponta Bill Nichols (2005). Frequentemente legitimamos protótipos, obras com elementos similares. Todavia, acrescenta o autor, a produção documental apresenta transformações contínuas.

¹¹ Segundo o argumento de Gérard Genette, narrativa é o “enunciado narativo que assegura a relação de um acontecimento ou de uma série de acontecimentos” (citado por AUMONT e MARIE, 2003, p. 209).

Os documentários não adotam um conjunto fixo de técnicas, não tratam de apenas um conjunto de questões, não apresentam apenas um conjunto de formas ou estilos. Nem todos os documentários exibem um conjunto único de características comuns. A prática do documentário é uma arena onde as coisas mudam. Abordagens alternativas são constantemente tentadas e, em seguida, adotadas por outros cineastas ou abandonadas. Existe contestação (NICHOLS, 2005, p. 48).

Frente às dificuldades de um consenso conceitual, Ramos não centra sua análise apenas em determinados elementos. Para o autor, a definição de documentário é baseada em *estilo* e *intenção*. Como orientação interpretativa, ele indica pensar a narrativa documentária “tendo como analogia o estatuto de um *ensaio*. Um ensaio ou uma tese podem estabelecer asserções com as quais não concordamos, mas nem por isso deixar de ser ensaio ou tese” (2008, p. 32).

A dificuldade em definir o termo acompanha o gênero desde seu nascimento. Inicialmente, examina Ramos, alguns críticos foram reticentes em legitimar a gramática estilística documentária. Nem entre os cineastas precursores havia a intenção de criar uma “cinemateca documental”. Guy Gauthier (2011, p. 198) reconhece que Robert J. Flaherty e Dziga Vertov tinham em comum a “rejeição pelo estúdio, pelo ator profissional, pelo roteiro escrito à maneira de uma peça de teatro ou de um romance, e também a convicção de que a imagem cinematográfica vai muito além das aparências”.

Rogério Luz (1997, p. 37) estabelece que o cinema nasceu “fragmentado, múltiplo e descentralizado”. Tais características decorrem do fato dessa arte midiática ter surgido numa época de profundas mudanças na sociedade. Embora o pensamento de Luz remeta ao período inicial do cinema, sua observação também define as transformações atuais pelas quais passa a cultura. Com as possibilidades trazidas pelo desenvolvimento tecnológico, artistas começaram a explorar as potencialidades dos meios digitais. O desenvolvimento de ferramentas interativas enseja direções inovadoras para a produção.

Algumas obras, como será apresentado no capítulo dois, usam as novas tecnologias para alterar a dinâmica da realização do filme, seja na pré-produção, captação de verba ou distribuição. Mas o formato final não se distancia muito das propriedades do documentário tradicional. Outras realizações, entretanto, trazem configurações mais ousadas, como será observado nos próximos tópicos e nos capítulos três e quatro.

1.2 Documentário interativo

1.2.1 Características

Uma história¹² não apenas narrada, o usuário é instado a explorá-la. Essa é a essência das produções definidas como documentário interativo ou webdocumentário. Também são adotados, embora com menos frequência, outros termos.

As nomenclaturas variam, mas comumente servem para definir um estilo de produção no qual a tecnologia digital não é apenas veículo exibidor, pois aproveita a natureza interativa e multimídia desses recursos. “A hipermídia vai além dos meios que a constituem exatamente porque é uma obra audiovisual que agrega e potencializa o texto, a imagem e o som” (GOSCIOLA, 2003, p. 155). É possível que o projeto se desdobre em outras mídias, como instalações em museus, livros e outros suportes. Ou seja, a experiência online é apenas uma das possibilidades.

Geralmente, essas criações estão disponíveis na Web¹³. Para acessá-las, basta um navegador (*browser*), programa comum para quem é familiarizado com as tecnologias de computação. Ao digitar o endereço eletrônico, o visitante entra num site que funciona como um mundo próprio. Através do recurso *fullscreen*, o projeto domina toda a tela do computador. Entretanto, com a popularização dos dispositivos móveis, como tablets e celulares, é cada vez mais comum criações multimídia desenvolverem aplicativos próprios, ou seja, sendo necessário instalar um *software* especial.

Esse ambiente tem como base um design de fácil navegação. Essa é uma questão preponderante. A elaboração de interfaces¹⁴, determina Domingues (1997,

¹² A história, identifica Genette, é a "sucessão de acontecimentos reais ou fictícios que são objetos desse discurso, e suas diversas relações de encadeamento de oposição, de repetição etc." (citado por AUMONT e MARIE, 2003, p. 209).

¹³ "De forma simplificada, a Web pode ser descrita como um sistema de hipermídia para a recuperação de informações através da Internet. Na Web, tudo é representado como hipermídia (em formato html) e os documentos estão ligados através de links a outros documentos" (LEVY, 1999, p.259).

¹⁴ "Em seu sentido mais simples, a palavra se refere a softwares que dão forma à interação entre usuário e computador. A interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre duas partes, tornando uma sensível à outra. Em outras palavras, a relação governada pela interface é semântica, caracterizada por significado e expressão, não por força física. [...] Para que a mágica

p. 20), é um dos pontos importantes na composição das criações digitais: “Novas espécies de imagens, de sons, de formas geradas por tecnologias eletrônicas interativas e seus dispositivos de acesso permitem um contato direto com a obra, modificando as maneiras de fruir imagens e sons”.

Por outro lado, o texto tende a ter um espaço limitado. No entendimento de Steven Johnson (2001), o uso demasiado de conteúdo escrito em arquitetura da informação deve ser evitado. O conjunto de recursos audiovisuais (como ícones gráficos e sons) auxilia o visitante a compreender a obra, fornecendo-lhe o contexto necessário. Dessa forma, o projeto contorna a necessidade de características mais didáticas, como a presença de legendas explicativas.

Boas interfaces exterminam o texto, assim como os bons psicoterapeutas liquidam lembranças reprimidas e bloqueios emocionais. Os comandos textuais eram a grande inadequação dos primórdios do computador, seu calcanhar-de-aquiles – o que torna perfeitamente lógico que a interface contemporânea reaja de maneira tão adversa a palavras na tela (JOHNSON, 2001, p. 111).

É essencial empregar elementos visuais na arquitetura do site. As interfaces, especifica Domingues (1997, p. 20), objetivam possibilitar “a circulação das informações que podem ser trocadas, negociadas, fazendo que a arte deixe de ser um produto de mera expressão do artista para se constituir um evento comunicacional”. O usuário deve ser capaz de identificar esses recursos, mas a boa interface, avalia Johnson, desvia das representações gráficas já repetidas com frequência. O ideal, pondera Johnson (2001, p. 47), é optar por “metáforas visuais”: “O que torna uma metáfora poderosa é o hiato entre os dois pólos da equação. As metáforas criam relações entre coisas que não são diretamente equivalentes. Metáforas baseadas em identidade completa nada têm de metáforas.”

Outro quesito inerente na linguagem digital são os links. Peças-chave na criação de elos numa obra não-linear, os links estabelecem vínculos entre conteúdos, como textos e arquivos multimídia. Em especial, as ramificações responsáveis pelo deslocamento do visitante na estrutura interior da obra. Como enfatiza Vicente Gosciola (2003, p. 150), o design de interface tem como base o usuário: “[...] a hipermídia é concebida como um sistema de comunicação, um objeto que se materializa e se organiza pelo uso que se faz dela”.

da revolução digital ocorra, um computador deve também representar-se a si mesmo ao usuário, numa linguagem que este compreenda” (JOHNSON, 2001, pg 17).

O caminho é traçado pelo próprio visitante. A cada clique, surgem novos rumos. Por isso, as conexões internas conferem noção de unidade, apesar das múltiplas possibilidades de navegação. As ligações permitem ao usuário trafegar num ambiente do qual não dispõe de um mapa e, mesmo assim, tornam o trajeto inteligível.

Todos esses recursos são implementados para desenvolver uma história: “O hipertexto, de fato, sugere uma nova gramática de possibilidades, uma nova maneira de escrever e narrar” (JOHNSON, 2001, p. 83-84). A “obra hipermidiática”, concebe Gosciola (2003), possui características de narrativa. Porém, os suportes digitais se distinguem dos meios tradicionais por oferecer ao usuário uma experiência não-linear, indo além da premissa das narrativas com fluxo direcionado de leitura (começo, meio e fim).

A história, muitas vezes, tem apenas um único eixo. O itinerário é fragmentado, mas ainda assim transcorre num único ambiente, seja site ou aplicativo. Noutros momentos, se desenrola através e por múltiplas mídias, pois “[...] estamos descobrindo novas estruturas narrativas, que criam complexidade ao expandirem a extensão das possibilidades narrativas, em vez de seguirem um único caminho” (JENKINS, 2009, p. 170).

Embora se alimentem de elementos desenvolvidos por linguagens artísticas anteriores, as formas emergentes de narração implementam mudanças significativas. Apropriando-se de estilos, desenvolvem formatos. Ao criar recursos, ou elaborar novas formas de aplicar métodos já conhecidos, lançam uma estética própria:

[...] empilhamento de procedimentos diversos, sejam eles antigos ou modernos, sofisticados ou elementares, tecnológicos ou artesanais. O próprio conceito de “plano”, importado do cinema tradicional, revela-se cada vez mais inadequado para descrever o processo organizativo das imagens, pois em geral há sempre uma infinidade de “planos”, dentro de cada tela, encavados, superpostos, recortados ou dentro uns dos outros. Não só as origens das imagens são diferentes, mas essas próprias imagens estão migrando o tempo todo de um meio a outro, de uma natureza a outra (pictórica, fotoquímica, eletrônica, digital), a ponto de se caracterizarem como imagens imigrantes, figuras em trânsito permanente (MACHADO, 1997, p. 70).

Essa produção já é percebida e apoiada por agências fomentadoras. O Canadá desponta nesse cenário¹⁵. A Documentary Organization of Canada (DOC) mantém

¹⁵ The i-docs’ “evolution”, in just 10 points. Disponível em

um braço de atuação voltado apenas à realização de documentários para as novas mídias. O DocSHIFT oferece cursos, oficinas e seminários sobre o tema. Outra iniciativa de destaque é promovida pelo Canadian Film Center (CFC), que apoia um laboratório (CFC-NFB) dedicado a produções inovadoras.

No mundo acadêmico, o MIT (Instituto de Tecnologia de Massachusetts) se sobressai. Para mapear a ascendente produção documental, o MIT lançou um novo departamento, o *Open Documentary Lab*. O centro é voltado para a pesquisa e capacitação.

Empresas de comunicação também passaram a, cada vez mais, desenvolver projetos multimídia. Na França, tais ações são definidas como *webdocumentaire* (webdocumentário). Além da produção própria, os veículos divulgam outras criações: o jornal La Liberación mantém uma seção sobre o assunto¹⁶. Há, inclusive, uma premiação anual, promovida pelo canal de notícias France TV e o sistema de rádio RFI, para eleger os melhores da categoria.

1.2.2 Tipos de documentário interativo

Para caracterizar esse tipo de ação multimídia, é possível encontrar inúmeras definições. O propósito do realizador, enuncia Ramos (2008), direciona como documentários chegam ao público (indexação). Todavia, por se tratar de uma linguagem em construção, formada por projetos híbridos, há uma explosão de terminologias. Muitas das definições, inclusive, são criadas ou adotadas pelo próprio idealizador do projeto. Tais termos acabam sendo replicados por publicações segmentadas, como blogs sobre cultura digital e documentários, sem maiores questionamentos.

O conceito de documentário, constata Ramos (2008), é frequentemente associado ao estilo clássico desse formato audiovisual, o que nos remete aos anos 1930/1950. Ou seja, embora a narrativa documental aceite continuamente novos recursos, suas características principais permanecem relacionadas a uma produção

<<http://www.interactivedocumentary.net/2012/02/23/the-i-docs-%E2%80%9Cevolution%E2%80%9D-in-just-10-points/>>. Acesso em 08 de julho e3 2013

¹⁶ <http://www.liberation.fr/webdocumentaire,99916>

lançada há mais de meio século. Segundo o autor, trata-se de uma abordagem limitante: “Lidamos com o horizonte da liberdade criativa de seres humanos, em uma época que estimula experiências extremas e desconfia de definições” (RAMOS, 2008, p. 22).

Nichols (2005) expressa que o conceito de documentário é sempre “relativo ou comparativo”. Para o autor, o cinema de não ficção é definido através do contraste com outras linguagens fílmicas, como ficção e obras experimentais. A imprecisão é potencializada pela própria evolução do gênero: “aparecem casos exemplares, que desafiam as convenções e designam os limites da prática do documentário. Eles expandem e, às vezes, alteram esses limites” (2005, p. 48).

Ademais, muitos desses termos são usados para categorizar projetos distintos entre si. Documentários interativos, constata Gaudenzi (2013), apresentam graus diferentes de participação. Conferem elevado nível de controle ou limitam as possibilidades de decisão da audiência.

O conceito de interativo igualmente permite uma gama variada de perspectivas. A comunicação digital, teoriza Lucia Santaella (2007), tem como característica básica a interatividade. Em sistemas em que essa propriedade é limitada, estabelece a autora, a relação é orientada por elementos pré-determinados. Nos modelos mais complexos, há possibilidade maior de participação do interlocutor, pois existe bidirecionalidade no processo.

A interatividade não é uma característica observada apenas em produções difundidas nas redes telemáticas. Há filmes interativos desenvolvidos em outros meios. Entretanto, no âmbito das produções documentais criadas em rede, Gaudenzi (2013, p. 17) denomina o termo da seguinte forma:

Se aceitarmos a ideia construtivista de que nós constantemente re-ajustamos nosso entendimento do mundo através de nossas ações, então a interação num documentário representa um mundo mediado onde constantemente testamos opções, experimentando e reposicionando nós mesmos.¹⁷

Documentários interativos, sentencia Gaudenzi, não são uma extensão dos documentários tradicionais. Filmes lineares e não lineares se distinguem porque a interatividade é amplificada no segundo:

¹⁷ Tradução nossa: “If one accepts the constructivist idea that we constantly re-adjust our understanding of the world through our actions in it, then the interactive documentary becomes a mediated world where we constantly test options, experiment and reposition ourselves”.

Esse nível de interatividade pode ser baixo ou elevado - o que resulta no nível de complexidade da estrutura narrativa - , mas garante uma relação dinâmica entre o produto interativo e seu ambiente (usuário, a plataforma, o autor) inexistente no filme linear. A partir do momento que o usuário pode agir na ordem da história do documentário (como as sequências são apresentadas), ele está atuando no enredo, na sua duração, em como o filme é distribuído, em sua forma. Não estou falando da "interpretação" da história, mas no fluxo da obra (GAUDENZI, 2013, p. 88)¹⁸.

Na visão dos estudiosos Lisa Gye e Jeremy Weinstein (2011), documentários interativos decorrem da maior participação da audiência no registro imagético de sua própria realidade. Segundo os pesquisadores:

Documentários interativos permitem que o leitor/espectador/usuário explore ambientes de informação 'factuais'. O grau de interatividade varia de fazer escolhas sobre o tipo de material que podem explorar, ordem em que é entregue a eles e formas de contribuir ou alterar dados através de feedback. (GYE e WEINSTEIN, 2011, p. 51).¹⁹

A mudança do modelo analógico e linear para o ambiente virtual gerou mudanças, conforme examinam os autores, não restritos à produção, difusão e consumo desse tipo de obra. Documentários conectados em rede e que envolvem o público no processo influenciam como o interagente compreende o conceito de real.

De acordo com Gye e Weinstein, há quatro tipos principais de documentário interativo; *closed multimedia documentary* (documentário fechado multimídia); *database documentary* (documentário banco de dados); *communal multimedia documentary* (documentário comunitário multimídia) e o *collaborative* (colaborativo).

O primeiro, *closed multimedia documentary*, é formado a partir de componentes ligados entre si, mas acessados de forma não consecutiva. São obras não lineares, cujos elementos foram criados anteriormente.

O *database documentary* possui característica similar. Todos os arquivos constituintes do filme foram previamente elaborados, não permitindo o acréscimo de novo conteúdo. Dispor de banco de dados é um atributo comum em grande parte

¹⁸ Tradução nossa: "Those levels of interactivity can be low or high – resulting on more or less complex narrative structures- but they guarantee a dynamic relation between the interactive product and its environment (user, platform, author) that do not exist in linear film. From the moment the user can act on the story order of the documentary (the order of the seen events) she is effectively acting on the plot, on its delivery, on its length, on its form. I am not speaking of the "interpretation" of the story, but of its time based delivered order".

¹⁹ Tradução nossa: "Interactive documentaries allow the reader/viewer/user scope to explore 'factual' information environments. The degree of interactivity available to them ranges from making choices about the type of material they want to explore and the order in which it is delivered to them through to being able to contribute to and alter the material through feedback."

das produções documentais produzidas para o ciberespaço. Ele é o repositório dos arquivos multimídia do projeto. Todavia, o que torna o *database documentary* distinto é que ele não usa essa estrutura apenas para fins de armazenamento. Esse catálogo de dados é compilado automaticamente, gerando caminhos e possibilidades sem o intermédio do usuário.

O *communal multimedia documentary*, por sua vez, enfatiza a participação dos interagentes, que dialogam entre si, com os idealizadores do projeto e com os personagens da obra. Hierarquicamente, nem todos ocupam a mesma posição de influência. Há um líder constituído cujo objetivo é criar uma comunidade em torno de uma tema comum. Os demais integrantes dessa rede interagem através do próprio site (fóruns, chat e demais ferramentas) ou migram a conversa para outros sistemas multiusuários, como aplicativos de celular e redes sociais.

O documentário colaborativo, na compreensão de Gye e Weinstein, será explorado no tópico seguinte. Assim como o documentário participativo (*participatory*), categoria similar empregada por Gaudenzi (2013) em sua categorização.

Além desse modelo, a tipologia de Gaudenzi engloba outros três módulos de documentário interativo: *conversational mode* (conversação), *hypertext* (hipertexto) e *experiential* (experiential).

O *conversational mode* transcorre em ambientes 3D, cenários explorados livremente pelo visitante. Já o *hypertext* permite certa autonomia ao interagente, possibilitando explorar os diversos componentes do projeto. Entretanto, seu trajeto é limitado, pois a organização do site articula opções e caminhos pré-definidos.

O *experiential* aproxima o cenário digital do mundo físico, adicionando elementos extras à realidade. Através de artefatos eletrônicos, celulares com geolocalização ou fones de ouvido que emitem sons diferentes dependendo do deslocamento do usuário, esse “flâneur urbano”, como anuncia Gaudenzi, tem uma nova percepção do espaço pelo qual transita.

1.3 Documentário colaborativo

O documentário cooperativo ou colaborativo, estipulam Gye e Weinstein

(2011), permite ao interagente incluir novos conteúdos ao filme, contribuindo coletivamente no resultado da obra. Entretanto, grande parte dos usuários não desempenha esse nível de “cooperação ativa”. O público se manifesta, de acordo com os autores, via outras ferramentas, como expor pontos de vista através de comentários. Gye e Weinstein afirmam que a própria navegação é compreendida como cooperação.

Aqui, o conceito de colaboração abarca uma amplitude considerável. O usuário não é apenas quem auxilia de alguma maneira a realização de uma obra artística. Seu envolvimento no sentido de responder a ela, reverberar, também é definido como colaboração.

Não há consenso entre os autores a respeito dessa interpretação. Alguns adotam uma concepção mais restrita de colaboração. O termo representa o ato de dividir alguma atividade com alguém, auxiliar o desenvolvimento de um projeto. É uma relação contínua. Já comentar a obra, muitas vezes, surge numa etapa posterior, após o lançamento do filme. Sua produção foi concluída. A partir desse ponto, é possível dialogar com a obra, enquanto leitor.

Santaella (2007) cita os dois termos, colaboração e participação, como características do sistema midiático contemporâneo:

Participativa: borra-se a linha divisória entre consumidor e produtor com ênfase crescente nas afiliações sociais e engajamento ativo em torno do conteúdo da mídia.

Colaborativa: a emergência de novas estruturas de conhecimento e criatividade depende de deliberações e soluções de problemas compartilhadas (SANTAELLA, 2007, p. 123).

Em ambos os casos, a descrição da autora evidencia o que será estudado nesse trabalho. Ademais, outros autores adotam os termos não como sinônimos exatos, mas como correlatos, pois desempenham atribuição similar. É o caso da aproximação entre os conceitos de participar e colaborar, como emprega Gaudenzi (2013). Nossa investigação acompanha a mesma orientação. Para compreender a questão, a autora observa a colaboração a partir de três pontos: quem é convidado a participar, o que pode ser feito e quando a colaboração ocorre?

As tecnologias digitais não são usadas apenas para a conversação. O interagente quer aplicar seus conhecimentos, aspira que sua ação individual contribua para uma obra construída coletivamente. A relação bidirecional entre usuários e produtores digitais, reflete Gaudenzi, amplia a influência do indivíduo no

processo de criação.

A abrangência da colaboração, sinaliza a autora, gera consequências estéticas. Quando numa produção, seja linear ou não, o usuário participa de uma única etapa, o resultado apontará para a visão de um autor. Já se a presença do participante é observada em outros setores, chegando a intervir na gestão, o projeto tende a mudar continuamente.

Outro ponto importante identificado por Gaudenzi é a diversidade de possibilidades de cooperação numa produção colaborativa. O participante implementa uma competência técnica (como filmagem, edição, atualização de site, dentre outras) ou emprega algum tipo de suporte que não envolva aptidão artística, como financiamento ou divulgação. É interessante observar, todavia, o nível de abertura concedido ao interagente:

Ele só pode falar sobre si mesmo [...] ou pode contestar as edições do autor? É um ato de participação apenas reativo [através de comentários] ou pode ser constitutivo [adição de conteúdo]? E mesmo quando o participante contribui para o documentário com novos materiais, mudando o tamanho e a forma do banco de dados de um projeto, até que ponto essa colaboração também intervém na organização interna, na própria interface do projeto? Nível de poder e o consequente posicionamento do interagente no processo é o que efetivamente pode ser atribuído ao participante (GAUDENZI, 2013, p. 34).²⁰

Gaudenzi avalia que quando peritos são chamados para participar de um determinado estágio do projeto (pré-produção, produção ou pós-produção), ele se torna um *peer-producer*. Não representa coautoria, pois a contribuição está circunscrita a uma formação especializada. Há ainda uma figura central no comando do filme, supervisionando todas as etapas de produção.

Quando quem intervém é alguém sem bagagem profissional, tal colaborador é definido como *crowd-producer*. O fato de não requerer nenhuma aptidão técnica amplia o número de pessoas associadas ao projeto.

Não é o que ocorre com os *subject-producers*. Aqui, a contribuição só é praticada por quem se enquadra no perfil delineado pelo tema do documentário. Para Gaudenzi, essas pessoas possuem uma distinção em relação a quem apenas

²⁰ Tradução nossa: "Is the participant only able to speak about herself [...] or can she contest the edits of the author [...] ? Is the act of participation only reactive [...] or can it be constitutive [...] ? And even when the participant adds to the documentary by adding content, changing the database size and form, to which point is such collaboration also touching its internal organization, the interface itself? Degrees of power, and the consequent positioning of the individual in society is what can be read behind the agency given to the participant."

é retratado numa produção tradicional: sua participação vai além da presença enquanto personagem.

Mandy Rose (2011), produtora multimídia e diretor do Centro de Pesquisa de Culturas Digitais da Universidade do Oeste da Inglaterra, em Bristol, Reino Unido, propõe uma classificação para os documentários colaborativos. De acordo com ela há quatro tipos de documentário colaborativo: *The Creative Crowd* (Multidão Criativa); *The Participant Observers* (Observadores participantes); *The Traces of the Multitude* (Traços da multidão) e *The Community of Purpose* (Comunidade em torno de um propósito).

No primeiro modelo, o projeto é constituído de pequenos fragmentos elaborados de forma descentralizada. A junção concede relevância a dados que, separados, teriam significado limitado. É o caso de *Man with a Movie Camera: The Global Remake*.

O segundo tipo oferece pouca – ou mesmo nula – barreira de entrada para a contribuição. Há limitadas orientações prévias. O mais relevante é que o interagente contribua com sua visão a respeito de um tema que lhe é próximo. A solicitação varia bastante, estando circunscrita a moradores de determinado local ou mesmo ganhar uma leitura mais ampla, como em *A Vida em um Dia*. O material alimenta um banco de dados que é apropriado de formas distintas. No caso de obras lineares, devido à própria característica do formato, o processo de montagem utiliza apenas uma fração do que foi recebido.

Na categoria *The Traces of the Multitude*, a colaboração transcorre de forma involuntária. Os projetos se apropriam do que circula nas redes sociais digitais. É um processo contínuo, baseado na própria dinâmica interativa das redes telemáticas, não requer convite aberto. Inicialmente disperso, o material ganha novo contexto quando agrupado num projeto multimídia. Como exemplo, há *#18DaysinEgypt*.

Em *The Community of Purpose*, por sua vez, os interagentes participam através da adição de conteúdo, mas é possível desempenhar outras funções. A autora cita o projeto *One Day On Earth*, comunidade cooperativa que desenvolve produções fílmicas. Esse site ganha exposição no tópico 2.4.4.

1.4 Documentário vivo

Uma das características da tecnologia digital é a fragmentação. Essa propriedade estrutural resulta em desdobramentos estilísticos. Uma vertente bastante proeminente de projetos digitais adota a multiplicidade: são obras com diversos personagens e/ou cenários. Muitas vezes, os indivíduos mostrados servem como exemplo de padrões de comportamento ou situações sociais.

Gaudenzi (2013) descreve tais produções como *Living documentaries*. É uma escolha interessante. Como admite a autora, a palavra inglesa *Live* permite conotações pertinentes ao documentário colaborativo. Significa “ao vivo”, um fato transmitido no momento que ocorre e expressa ao mesmo tempo a ideia de possuir “vida”, um organismo pulsante. Nesse estudo, utilizaremos a tradução “documentário vivo” por abarcar as duas acepções.

Documentários vivos, conceitua Gaudenzi (2013), são obras em estado contínuo de construção. São produções abertas, cujo conteúdo é provido através de contribuições. Cada proposta associa elementos e processos interativos de maneira própria.

Dinâmico, o espaço apresenta possibilidades diversas de transformação. Essa característica não está restrita a alterações na obra em si. O usuário, o autor do projeto, dentre outros elementos que compõem o ecossistema do documentário vivo, são passíveis de mudança.

A composição dos documentários vivos dispensa a necessidade de intermediários. Obrigatoriamente não haverá cineastas ou demais integrantes de realizações audiovisuais na captação de imagens. Tampouco é prerrogativa desenvolver um produto final, seja curta ou longa-metragem. São plataformas colaborativas que permitem ao próprio usuário contar sua história, orientação que encontra o pensamento de Pierre Lévy (1999). Para o teórico francês, a “criação contínua” é uma característica essencial da obra virtual. “Assim, o evento da criação não se encontra mais limitado ao momento da concepção ou da realização da obra: o dispositivo virtual propõe uma máquina de fazer surgir eventos” (LÉVY, 1999, p. 136).

Muitas dessas produções começam com um vídeo explicativo. Esse expediente serve para contextualizar o assunto. Depois, é possível clicar em vários segmentos.

Cada um deles abre espaço para novas janelas acerca de pessoas e lugares. Nem sempre o visitante encontrará vídeos, mas fotografias e áudios.

O conteúdo desses arquivos expõem o efêmero da vida privada. Usualmente, o dado bruto é exibido sem a justaposição com outras imagens, sem a colagem através da montagem. Algo que lembra os primeiros filmes criados, caracterizados por Robert B. Musburger (2008) como “documentários da realidade”. Basicamente registravam fatos vividos, sem acrescentar abordagem crítica. Com sua evolução, a produção fílmica aglutinou dispositivos narrativos:

[...] para contar histórias mais complicadas sob a forma de um filme, foi necessário a articulação de alguns fatores. Um deles é a invenção de elementos de escritura que sedimentaram um certo modo de mostrar. Para simplificar: o recorte do plano como unidade autônoma em relação de sucessão com outros planos. Isto é, filmagem e montagem (LUZ, 1997, p. 31).

Em casos pontuais é percebida a edição dos vídeos. O objeto é sintetizar um fato que, se transportado para a tela sem cortes, resultaria num material de longa duração.

Os caminhos são constantemente ampliados, afinal, seu banco de dados é alterado pela adição de novos conteúdos pelo próprio interagente. Trata-se de uma estrutura hiper fragmentada, mas interconectada. As imagens percorrem o fluxo comandado pelo visitante.

A característica não é uma disfunção, mas uma propriedade dos meios digitais. O usuário, atesta Arlindo Machado (2009, p. 72), se desloca sem um percurso definido. Isso nos leva a um ambiente “dinamicamente alterado por nossa participação”. Funciona como um jogo eletrônico:

No videogame, a intervenção do interator é uma exigência do sistema e não há em sua ausência acontecimento possível, enquanto nas narrativas, digamos, “passivas” o espectador ou leitor deve deixar os eventos seguirem seu rumo predeterminado e toda ação que se requer deles permanece restrita ao plano psicológico ou mental (interpretação, identificação com as personagens etc.) (MACHADO, 2009, p. 72).

A possibilidade de influenciar como a experiência nos é apresentada é definida como agenciamento: “Agenciar é, portanto, experimentar um evento como o seu agente, como aquele que age dentro do evento e como elemento em função do qual o próprio evento acontece” (MACHADO, 2009, p. 72). Entretanto, sua liberdade de movimentação não é irrestrita, pois transcorre num campo demarcado. A ação está limitada àquilo que a estrutura do sistema eletrônico possibilita.

2. Múltiplos suportes

2.1 Crowdsourcing

Jeff Howe (2008) criou o termo *crowdsourcing* em 2006²¹ para designar processos interativos de produção. A tendência demonstra que a realização de tarefas não está restrita a unidades produtivas tradicionais. Segundo o autor, o desenvolvimento tecnológico propicia novos mecanismos para empreender atividades conjuntamente: “muitas vezes, o trabalho pode ser organizado de forma mais eficiente no contexto da comunidade do que numa corporação”²².

Para concretizar serviços, não é necessário manter vínculos duradouros com empresas. Atividades produtivas vão além dos elos de natureza empregatícia. Tampouco há uma equipe definida. Isso porque, aponta Howe (2008), o trabalho deve ser realizado por quem quer desenvolvê-lo.

Trata-se de um elo temporário. O currículo de quem pleiteia a tarefa não é avaliado, tampouco outras características, como etnia e religião, mas o trabalho em si. É por isso que Howe considera o *crowdsourcing* uma perfeita meritocracia.

O trabalho autônomo não é uma novidade. Mas, enfatiza Howe, a Internet intensifica esse processo, pois a rede mundial de computadores reúne inúmeros potenciais colaboradores. Até porque, além da terceirização da elaboração dos projetos, a avaliação do resultado também pode conservar a mesma premissa. A pessoa mais apta a julgar o produto final é quem acredita colaborar para a coletividade.

Howe cita a loja virtual Thredless²³. O site, especializado na venda de roupas, se encarrega de produzir a peça e enviar para o cliente. Ou seja, o serviço responde diretamente pela manufatura, venda e transporte da vestimenta. Entretanto, as estampas que adornam as roupas são fornecidas por designers de todo o mundo. Não há barreira para a sugestão de criações. Mas a arte só passa a ser reproduzida

²¹ The Rise of Crowdsourcing. Disponível em <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>. Acesso em 04 de abril de 2013

²² Tradução nossa: “labor can often be organized more efficiently in the context of community than it can in the context of a corporation” (HOWE, 2008, p. 8)

²³ www.threadless.com

quando os próprios consumidores, através de votação popular, apontam as ilustrações aprovadas. Os designers são remunerados a cada estampa selecionada para o repositório do Thredless. Os clientes colaboram na divulgação dos produtos, substituindo modelos profissionais. Os próprios usuários remetem fotos vestidos com as peças adquiridas na loja. Esse modelo de negócio inspirou um site nacional, o Camiseteria²⁴.

Através dessa dinâmica relacional são desenvolvidos projetos colaborativos (DIMANTAS, 2010), esforços coletivos baseados no engajamento voluntário, no qual a colaboração se transforma em modelo de produção.

Diferentemente das ideias tradicionais, a colaboração tem vida própria, nasce num ambiente caótico, como a internet, e emerge num movimento de baixo para cima, alcançando nível razoável de organização. As pessoas têm na Internet mais do que uma ferramenta; utilizam-na como uma aliada e, dessa forma, catalisam a conversação entre pessoas comuns. Nesse ambiente [...] projetos são desenvolvidos (DIMANTAS, 2010, p. 96).

Esse *modus operandi* já é amplamente aplicado em produções culturais. Em outubro de 2009, o escritor Neil Gaiman convidou seus seguidores no Twitter²⁵ a escreverem um livro colaborativamente. Ele publicou a primeira linha da trama (“Sam was brushing her hair when the girl in the mirror put down the hairbrush, smiled, and said, ‘We don’t love you anymore”²⁶) no serviço de mensagens curtas. A continuação da obra coube a seus fãs, através da hashtag²⁷ #bbcaudio. Das cerca de 10 mil mensagens recebidas, o livro aproveitou 774 contribuições²⁸. O trabalho foi compilado pelo próprio escritor, dando origem ao audiobook *Hearts, Keys, and Puppetry*, obra disponibilizada gratuitamente online²⁹.

O teste de novos formatos não fica restrito aos nomes estabelecidos da indústria de entretenimento. Experimentos são, da mesma forma, elaborados por profissionais iniciantes. Há também empreitadas que combinam filmagens amadoras e conteúdo criado por especialistas.

Em relação às realizações cinematográficas, quando o objetivo é elaborar uma

²⁴ www.camiseteria.com

²⁵ twitter.com

²⁶ Tradução nossa: “Sam estava penteando o cabelo quando a menina no espelho largou a escova, sorriu e disse: ‘Nós não te amamos mais”

²⁷ Etiqueta que explicita o assunto abordado no Twitter.

²⁸ Neil Gaiman, the BBC, and 124 Twitterers Make Fiction. Disponível em <<http://www.fastcompany.com/1475513/neil-gaiman-bbc-and-124-twitterers-make-fiction>>. Acesso em 14 de maio de 2013.

²⁹ <http://bit.ly/bvXsHs>

obra fechada, curta ou longa-metragem, a maioria delas tende a centrar a participação numa única etapa. Seu objetivo é atrair um número elevado de contribuições para contar uma história.

Occupy Wall Street é um exemplo de ativismo digital retratado num documentário colaborativo. Tendo surgido no centro financeiro de Nova York, o movimento se espalhou por várias cidades norte-americanas. Os protestos ganharam, inclusive, representações em outras regiões do mundo. As críticas alardeavam o fato de 99% da população não receber o mesmo tratamento da pequena parcela de beneficiados (1%).

Entre as bandeiras dos ativistas estavam maior regulação dos mercados financeiros e aumento de impostos para os mais ricos. Tais fatos foram acompanhadas pelo documentário *99% - The Occupy Wall Street Collaborative Film* (2013)³⁰. O projeto, coordenado por Aaron Aites, Audrey Ewell, Nina Krstic e Lucian Read, reúne o trabalho de mais de 100 colaboradores espalhados pelos Estados Unidos e que registraram as diversas manifestações³¹.

Esse caso evidencia algo recorrente em obras lineares concebidas colaborativamente. Mesmo quando a produção é descentralizada, é possível identificar a presença de um autor responsável pela condução da obra. Além da relação externa com o público, ele gere uma equipe interna, responsável por, entre outras coisas, escolher as imagens, bem como sua ordem sequencial. *99% - The Occupy Wall Street Collaborative Film* pode ter recebido o auxílio de inúmeros cinegrafistas em campo, mas o corte final ficou a cargo de poucas pessoas. Ou seja, o que se compartilha é um estágio produtivo, não o poder decisório.

Essas produções, critica Gaudenzi (2013), utilizam apenas em parte o conceito de *crowdsourcing*. Para efetivar essa metodologia de produção, seria necessário permitir ao público interferir no processo de edição do que foi criado. Gaudenzi cita a Wikipédia. Na enciclopédia colaborativa, qualquer um pode participar, bem como avaliar o que foi publicado.

A própria Gaudenzi explica que o experimento seria de difícil execução em caso de obras lineares. Isso porque o documentário tenderia a perder sua coerência

³⁰ <http://www.99percentfilm.com/>

³¹ '99%: The Occupy Wall Street Collaborative Film' examines the moment. Disponível em <<http://www.latimes.com/entertainment/movies/moviesnow/la-ca-mn-99-the-occupy-wall-street-collaborative-film-examines-its-moment-20130916,0,5131467.story#axzz2sqiyMEWj>>. Acesso em 14 de outubro de 2013.

narrativa, geralmente construída a partir de um processo único de edição.

Embora muitos dos conceitos usados em produções audiovisuais colaborativas sejam oriundas das tecnologias de informação e comunicação, há mudanças significativas quando sua aplicação migra para outro sistema.

Por isso, mencionar a Wikipédia é impreciso, até mesmo porque o plano libertário do plataforma foi substituído por mais controle. O objetivo é evitar a publicação de dados errados, sejam eles provenientes de fontes incorretas ou mesmo de ação deliberada (comportamento definido como vandalismo pela Wikipédia). Por isso, alguns verbetes têm elevado nível de proteção. Yaha Yasserli, cientista da Universidade Oxford que estudou o processo de edição da Wikipédia, explica que essa conduta ocorre porque os “colaboradores agem com emoção, vão além dos fatos e incluem opiniões. Isso gera conflito.”³² De toda forma, o embate não está restrito ao conteúdo existente. Nem todos os verbetes sugeridos pelo público são aceitos.

Além disso, a estrutura interna da Wikipédia ganhou mais ramificações. Todos adicionam informações, mas o processo de inclusão passa por crivo posterior. Colaboradores frequentes (editores) dominam a maioria das atividades. Quando constrói uma reputação na ferramenta, ele torna-se administrador, juízes nos casos de maior controvérsia. Têm a capacidade de apagar verbetes, restringir a participação de outros usuários ou mesmo barrar a inclusão de novos termos. Fazem parte da estrutura da organização, não são colaboradores esporádicos.

Ademais, são propósitos diferentes. A edição de um texto não é similar ao de uma obra em vídeo. A realização de um filme linear almeja criar uma obra finita, e não um espaço renovado constantemente.

A pré-produção do documentário *99% - The Occupy Wall Street Collaborative Film* sinaliza essa questão. Uma de suas idealizadoras, Audrey Ewell, esclarece que o projeto vislumbrava acolher todos os interessados em participar, independente da aptidão técnica ou orientação política. Entretanto, o filme não conseguia avançar, não era possível construir consensos. Uma das dificuldades era organizar as atividades de tantas pessoas, espalhadas em várias cidades. A única ferramenta que possuíam era uma lista de e-mails. A estrutura estratificada foi substituída por um

³² As polêmicas da Wikipédia. Disponível em <<http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2013/09/polemicas-da-bwikipediab.html>>. Acesso em 29 de setembro de 2013.

esquema hierarquizado: quatro diretores, cinco codiretores e vários colaboradores. Muitos participantes, descontentes com o novo rumo da empreitada, abandonaram a produção³³.

Por outro lado, Howe propõe formas direcionadas de empregar o *crowdsourcing*. Em relação a delegar etapas da produção de um filme, há outras possibilidades além do registro de vídeos. O cineasta não responde diretamente por todas as funções, mas articula sua realização. É possível compartilhar competências. Duas questões são especificamente desafiantes, justamente as pontas da produção fílmica, o financiamento e a distribuição. Abordar essas vertentes da criação participativa é o que observaremos em seguida.

2.2 Cadeia produtiva em transformação

A necessidade de transmitir determinadas funções para outras pessoas pode ser admitida por razões econômicas. Não sendo possível viabilizar uma atividade por conta própria, a coletividade pode auxiliar.

Esse cenário contribui para que manifestações artísticas possam ser desenvolvidas sem necessariamente atender à ótica do âmbito comercial. Todavia, essa propensão não é uma prerrogativa de criativos interessados em construir obras mais autorais, ou mesmo dos profissionais estreantes, ávidos por experimentar sem interferências.

Inicialmente, os artistas almejam viabilizar e escoar produções próprias. A autogestão da carreira surge de uma limitação: como não encontram oportunidades nas mídias tradicionais, artistas assumem o controle do seu trabalho. Mesmo criadores sem aptidão para gestão administrativa procedem dessa forma.

Ou seja, embora muitos apregoem questões ideológicas, a autonomia financeira não gera, necessariamente, conteúdo de vanguarda. Grande parte do que é difundido online se aproxima das produções elaboradas pela indústria de entretenimento e comunicação.

³³ Behind the Scenes of '99 Percent: The Occupy Wall Street Collaborative Film'. Disponível em <<http://www.rollingstone.com/movies/news/behind-the-scenes-of-99-percent-the-occupy-wall-street-collaborative-film-20130126>>. Acesso em 03 de abril de 2013.

Independente das motivações dos agentes culturais, a arte criou um ecossistema próprio no ciberespaço. Artistas distribuem suas obras – muitas vezes de forma remunerada – e decidem o valor da sua inventividade. Todas as etapas, da criação à comercialização, passam pelo crivo de seu idealizador.

No presente trabalho, o termo independente é empregado como representativo da produção autoral individual ou realizada através de projetos cooperativos criados e/ou consumidos à margem da mídia dominante.

Obviamente, a tendência não é propriamente nova, sendo notada com bastante ênfase na cadeia musical. Músicos controlam suas carreiras há um bom tempo. São responsáveis pela concepção de músicas, gravação de discos, agenciamento de shows, dentre outras atividades. Recentemente, com a crise da indústria fonográfica, essa opção ficou ainda mais presente.

Ou seja, a autogestão é anterior à popularização da Internet. Mas o desenvolvimento tecnológico disseminou esse caminho. Há tempos, cadeias produtivas são mantidas sem a necessidade de legitimação e apoio dos conglomerados de comunicação e entretenimento. Cenas musicais, como o tecnobrega paraense e o funk carioca, se articulam de modo próprio. Contam com estúdios para gravação, rede de distribuição de CDs e DVDs, canais de radiodifusão e circuito de shows.

As tecnologias digitais dão outro impulso ao fenômeno, facilitando e diminuindo os custos dessa dinâmica. Um computador ligado em rede permite a criação multimídia, circulação, divulgação e a manutenção de contato com apoiadores, envolvendo desde fãs a agenciadores de shows. Se antes o palco alcançava principalmente o público local, agora artistas propagam seu trabalho numa rede de comunicação de abrangência global.

No caso do cinema, uma arte coletiva e de custo elevado, o cineasta passa a abarcar mais funções nos diversos estágios da produção fílmica. Ele não necessariamente assume todas essas funções, mas coordena. Terceiriza atividades desenvolvidas por um número bem mais amplo e variado de pessoas.

Outro ponto importante é que, inserido no mercado de ideais, o conteúdo elaborado voluntariamente tende a ser observado através de juízos de valor sobre a qualidade do que é desenvolvido, muitas vezes considerado de padrão inferior ao que é oferecido pelos meios tradicionais. Além desse aspecto, outro traço do impulso amador é, muitas vezes, a ausência de perspectiva de lucro. Ou seja, a

questão vai além do mérito artístico, pois engloba valorização financeira. Por vezes, essa preocupação escapa ao próprio indivíduo. O reconhecimento do trabalho vale como compensação. A vivência de uma aptidão artística igualmente surge como um convite para fugir da rotina profissional.

Por outro lado, o lançamento de um novo serviço, seja um site ou aplicativo para celular, pode alterar modelos de negócios há muito consolidados. Blogs e redes sociais modificaram profundamente a dinâmica de consumo de notícias. Entretanto, como essas transformações atingem a atual força de trabalho nesses setores?

Howe (2008) atesta que o esforço voluntário está revolucionando várias indústrias. Em especial, a economia criativa. Ele cita o caso dos repositórios de fotos online. O modelo, antes dominado por algumas empresas, foi desafiado pelo site iStock³⁴, rede alimentada por autônomos. Contribuintes esporádicos ficam com 15% do valor pago por suas imagens. Quem opta por disponibilizar sua obra exclusivamente na ferramenta tem o percentual elevado para 45%. Como são pessoas que geralmente possuem outras carreiras, a gratificação oferecida não representa desafio. Para muitos colaboradores, a atividade é um passatempo. A circulação de imagens na Internet, porém, transformou o setor fotográfico, baixando drasticamente os valores pagos aos fotógrafos profissionais. Interessados em utilizar comercialmente parte do acervo do iStock investem valores pequenos em comparação ao que era praticado anteriormente. Baixar 250 fotos por mês custa US\$ 199. Lotes menores também são comercializados com preços ainda mais vantajosos.

Mudanças na forma de remuneração geram incertezas. Quem está inserido na indústria criativa aponta o surgimento de uma concorrência desleal cujo propósito maior é beneficiar as indústrias. Atualmente, ir além de uma tarefa terceirizada e construir uma carreira duradoura pode ser desafiante. Mesmo quando há remuneração, é difícil competir com profissionais de tantos países, muitos deles com pisos salariais desproporcionais. Ao lançar um desafio mundial, uma empresa sediada numa nação economicamente desenvolvida propõe valores inferiores aos praticados em seu país-sede. Mesmo assim, será atraente para um público periférico.

A questão não reflete necessariamente a produção documental, estando

³⁴ <http://www.istockphoto.com/>

inserida num panorama mais amplo. O orçamento e a bilheteria de filmes de não ficção, bem como o de produções multimídia independentes, é bastante inferior aos dos megalançamentos da cultura hegemônica.

De toda forma, os processos produtivos colaborativos criam questionamentos a respeito da configuração do cenário midiático. Quando todos manifestam sua verve criativa, como recompensar o mérito artístico de forma sustentável?

Absorver o que o público produz não é uma estratégia exclusiva de setores em crise, como o mercado editorial. Outros empregam o *crowdsourcing* justamente para ampliar seus rendimentos. A terceirização, ao diminuir o peso da folha de pagamento das corporações, potencializa o lucro.

Empresas há tempos encampam a bandeira da flexibilização de direitos como dinamizadores da economia. Com menos encargos, o índice de desempregos seria menor. Acompanha essa visão a demonização do agrupamento da classe operária em sindicatos, considerados símbolos arcaicos do corporativismo.

A questão vai além da relação entre patrões e empregados. O produto artístico, enquanto mercadoria cultural, também é impactado. Como estipular valor a algo que se espalha gratuitamente?

O setor musical fornece dados contundentes³⁵. De acordo com o Serviço de Estatísticas do Trabalho dos Estados Unidos, o número de músicos trabalhando diminuiu 45% em 10 anos (2002-2012). As novas formas de remuneração do trabalho artístico não são suficientes, mesmo porque os ganhos ficam concentrados nas mãos de poucos. Em 2012, o YouTube lucrou US\$ 1.2 bilhão. A empresa absorveu 66% desse valor, repassando US\$ 577 milhões aos artistas (35% do total).

Ou seja, empresas sedimentadas na cultura participativa ou que aderem ao *crowdsourcing* pontualmente tendem a recorrer a essas estratégias de forma limitada. No momento de dividir os rendimentos, a ideia de compartilhamento perde ímpeto.

A gestão da propriedade intelectual (e seus temas adjacentes, como a pirataria) e a valorização do trabalho artístico se deparam com um dilema na contemporaneidade. Por um lado, estipular limites rígidos para tecnologistas disruptivas retardaria o surgimento de novos padrões que estimulam ou

³⁵ 'Spotify é ruim para artistas independentes'. Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/link/spotify-e-ruim-para-artistas-independentes/>>. Acesso em 22 de novembro de 2013.

revolucionam formatos e costumes contemporâneos. Todavia, permitir que o processo seja guiado amplamente por interesses de mercado privilegiaria o progresso tecnológico e a obtenção de lucro para poucos, flexibilizando conquistas trabalhistas alcançadas após lutas prolongadas.

2.2.1 Financiamento

O ciberespaço não é utilizado apenas para divulgar criações artísticas ou propiciar interações produtivas. O próprio financiamento das obras ocorre através da captação de recursos via multidões (*crowdfunding* ou *crowdfinancing*), uma subdivisão do conceito de *crowdsourcing* (Howe, 2008).

O setor movimentou no mundo, em 2012, US\$ 1,4 bilhão³⁶. Trata-se de um aumento de 85% em relação ao ano anterior. O Kickstarter³⁷ se destaca nesse segmento. Desde seu lançamento, em 2009, até dezembro de 2013, a página já arrecadou US\$ 971 milhões. A ferramenta foi utilizada por 5,6 milhões de pessoas, responsáveis por financiar 56 mil projetos³⁸. No Brasil, o Catarse³⁹ é o maior serviço do ramo. Até maio de 2013, foram recolhidos através dele R\$ 7,3 milhões, responsáveis por custear 520 empreendimentos nacionais⁴⁰. Ambos são comunidades plurais. Através dessas plataformas são viabilizados empreendimentos variados, de obras artísticas a aparelhos eletrônicos.

Além dos sites de atuação generalista, há também serviços segmentados de *crowdfunding*. São voltados para nichos como esporte (Pódio Brasil⁴¹), música (Bolacha Discos⁴² e Pledge Music⁴³), terceiro setor (Doare⁴⁴ e Kiva⁴⁵), dentre outros.

Afora particularidades de cada serviço, o modelo geral respeita premissas

³⁶ Financiamento coletivo é nova forma de consumo. Disponível em <<http://migre.me/hPhON>>. Acesso em 29 de maio de 2013.

³⁷ <http://www.kickstarter.com/>

³⁸ <http://www.kickstarter.com/hello?ref=nav>

³⁹ <http://catarse.me/>

⁴⁰ Rede de incentivo. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,rede-de-incentivo,1031569,0.htm>>. Acesso em 20 de outubro de 2013.

⁴¹ <http://www.podiobrasil.com.br/>

⁴² <http://www.bolachadiscos.com.br/>

⁴³ <http://www.pledgemusic.com/>

⁴⁴ <https://doare.org/>

⁴⁵ <http://www.kiva.org/>

similares. Cada projeto possui uma meta de arrecadação. Há uma data limite para o levantamento da verba. É possível exceder a meta inicial, mas não recolher uma quantia inferior ao total estipulado. Não obtendo-se a soma, o dinheiro é devolvido aos investidores.

O público contribui com qualquer quantia. Como contrapartida, o líder do projeto oferece recompensas para quem apoiou sua ideia. As possibilidades são múltiplas e variam de acordo com o montante aplicado. Exemplos: quem ajudou uma banda a gravar um disco recebe o álbum antes dos demais. Quem amparou uma obra cinematográfica participa das filmagens, como figurante.

Desde o lançamento do Kickstarter, várias produções cinematográficas foram financiadas por meio da ferramenta. Em janeiro de 2013, a empresa anunciou ter superado o patamar de US\$ 100 milhões em doações para filmes⁴⁶. A maior parte desse valor foi destinado para documentários (US\$ 42 milhões).

Para se ter ideia, 10% dos títulos exibidos em 2013 no festival Sundance, voltado para produções independentes, foram custeados via Kickstarter⁴⁷. Ao todo, 17 filmes. A repercussão vai além dos limites do cinema alternativo. Em 2013, o documentário *Inocente* (2012), de Sean Fine e Andrea Nix, se tornou o primeiro filme financiado coletivamente a ganhar o Oscar. O curta, que aborda a trajetória de um jovem artista, levantou US\$ 52.527 no Kickstarter. *Inocente* concorria com outro título também viabilizado através do *crowdfunding*: *Kings Point* (2012).

O crescimento desses serviços atraiu atenção não apenas de cineastas iniciantes. Grandes nomes da indústria do entretenimento também mostraram interesse pelo novo modelo. A postura não representa surpresa: “A constituição de redes de comunicação autônomas chega também aos meios de comunicação mais tradicionais” (CASTELLS, 2006).

A versão cinematográfica de *Veronica Mars*, série norte-americana exibida entre 2004-2007, foi financiada através do Kickstarter. O projeto recebeu apoio de 91 mil pessoas, que doaram US\$ 5.702,153⁴⁸. O mesmo expediente foi usado pelo ator e diretor Zach Braff para viabilizar *Wish I Was Here* (2014), a continuação do seu

⁴⁶ \$100 Million Pledged to Independent Film. Disponível em <<https://www.kickstarter.com/blog/100-million-pledged-to-independent-film>>. Acesso em 20 de janeiro de 2013.

⁴⁷ The First Kickstarter Film to Win an Oscar Takes Home Crowdsourced Gold. Disponível em <<http://www.wired.com/underwire/2013/02/kickstarter-first-oscar/>>. Acesso em 23 de maio de 2013.

⁴⁸ 'Veronica Mars': Kickstarter campaign closes with \$5.7 million. Disponível em <<http://insidetv.ew.com/2013/04/14/veronica-mars-kickstarter-campaign-closes/>>. Acesso em 15 de junho de 2013.

filme *Hora de Voltar* (2004). A campanha foi apoiada por 46 mil pessoas, tendo conquistado US\$ 3.1 milhões.⁴⁹

A adesão desses nomes desagradou cineastas e empreendedores iniciantes⁵⁰. É difícil disputar atenção com projetos que nascem com visibilidade garantida. Ou seja, tais campanhas têm poder de propagação mais amplo. Com isso, projetos capitaneados por celebridades estariam concentrando a verba de um setor incipiente. Embora as cifras que circulam nos sites de *crowdfunding* sejam animadoras, esse montante agora seria dominado por poucos títulos. Ao invés de muitos projetos recebendo somas razoáveis, a maior parte da verba converge para grandes orçamentos.

O Kickstarter avalia⁵¹ a participação de artistas reconhecidos como benéfica pois atrai novos investidores para o setor. Foi o que ocorreu com Spike Lee. 47% dos apoiadores de *Newest Hottest Spike Lee Joint* nunca haviam participado de uma ação de *crowdfunding*. Foi a reputação do combativo diretor norte-americano que os instigou. Até porque não havia muitas informações sobre o projeto. Ou seja, os fãs do cineasta tornaram possível, ao doar US\$ 1.4 milhões, que Lee adicionasse outro título à sua filmografia. A doação média foi US\$ 220, mais que o triplo de *Veronica Mars* e *Wish I Was Here*. Muitos optaram por contribuir anonimamente, sem requerer nenhum tipo de recompensa⁵².

Nem todos os projetos de *crowdfunding* capitaneados por celebridades são bem-sucedidos, o que revela uma questão recorrente. Mesmo artistas consolidados encontram dificuldade para desenvolver obras autorais. Muitos deles assumem produções comerciais com o intuito de viabilizar projetos pessoais. Outros chegam a arriscar seu patrimônio. Francis Ford Coppola é um dos exemplos mais notórios. Para conquistar autonomia criativa, Coppola passou a investir seu próprio dinheiro. Apesar de a crítica acolher grande parte dos filmes lançados por ele nos anos 1980, esses títulos não obtiveram retorno financeiro satisfatório. Pressionado por sua

⁴⁹ Zach Braff's Kickstarter campaign closes on \$3.1m. Disponível em <<http://www.guardian.co.uk/film/2013/may/28/zach-braff-kickstarter-campaign-closes>>. Acesso em 15 de junho de 2013.

⁵⁰ How Celebrities Are Ruining Kickstarter. Disponível em <<http://www.thedailybeast.com/articles/2013/06/08/how-celebrities-are-ruining-kickstarter.html>>. Acesso em 2 de julho de 2013.

⁵¹ The Truth About Spike Lee and Kickstarter. Disponível em <<https://www.kickstarter.com/blog/the-truth-about-spike-lee-and-kickstarter-0>>. Acesso em 15 de junho de 2013.

⁵² Spike Lee's Kickstarter Campaign Was Mostly Funded By Rich People. Disponível em <<http://www.cinemablend.com/new/Spike-Lee-Kickstarter-Campaign-Was-Mostly-Funded-By-Rich-People-39104.html>>. Acesso em 17 de dezembro de 2013.

família, Coppola passou a desmembrar suas fontes de renda. Não utilizaria mais o dinheiro da sua bem-sucedida vinícola. Apenas seus ganhos no cinema seriam reinvestidos nas produções audiovisuais.

Através do Kickstarter, o risco econômico é mínimo para o autor do projeto. Evidentemente, durante sua execução é possível extrapolar o orçamento que o próprio cineasta estipulou, inviabilizando a continuidade do trabalho. Quando o planejamento é feito corretamente e não surgem adversidades inesperadas de grande proporção, as obras desenvolvidas a partir desse modelo de produção são lançadas sem pendências financeiras, sequer precisam conquistar êxito nas bilheterias para gerar retorno para seus investidores. Isso promove mais independência aos cineastas. Ingerências na produção, desde a composição do roteiro, ou mesmo depois da obra finalizada, através de testes de audiência, não são empregadas.

Zach Braff defende⁵³ que a escolha do Kickstarter foi orientada por questões artísticas. Mesmo tendo sido protagonista de uma longa *sitcom* nos EUA, *Scrubs* (2001-2010), Braff revela não possuir fortuna suficiente para financiar projetos próprios. Acima de tudo, almejava fazer um filme bastante íntimo. Dessa forma, ele pôde contar a história como quis, já que o roteiro não passou por avaliação prévia, bem como escolheu o elenco sem a intervenção de executivos de estúdio.

A rede de benesses para os cineastas mais conhecidos vai além do financiamento primário. Braff seria novamente criticado quando, após a boa recepção do filme no Sundance 2014, conseguiu um contrato de distribuição de US\$ 2.75 milhões com a Focus Features. Alguma parte desse dinheiro seria distribuída para quem apoiou o filme desde o início? O Kickstarter indica que regras financeiras norte-americanas vetam o retorno financeiro para mecanismos de *crowdsourcing*. Ou seja, o investidor não se torna sócio do projeto, sua recompensa foi delimitada no início da campanha. Depois de conquistar o financiamento coletivo, os direitos de propriedade são exclusivos do criador do projeto⁵⁴.

O próprio sistema de recompensas falha⁵⁵. Com a atenção despertada

⁵³ Zach Braff protagoniza 'Bullets over Broadway' após malfadado projeto de crowdfunding. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/cultura/teatro/zach-braff-protagoniza-bullets-over-broadway-apos-malfadado-projeto-de-crowdfunding-13236731>>. Acesso em 14 de julho de 2014.

⁵⁴ Zach Braff's 'Wish I Was Here' Sold Big at Sundance, But What Do His Backers Get? Disponível em <<http://www.indiewire.com/article/zach-braffs-wish-i-was-here-sold-big-at-sundance-but-what-do-his-backers-get>>. Acesso em 10 de março de 2014.

⁵⁵ 'Veronica Mars' Kickstarter Backers to Receive Refunds After Digital Download Snafus (Report).

através do Kickstarter, *Veronica Mars* atraiu o interesse de um grande estúdio. A Warner, que injetou mais dinheiro na produção. Mesmo com o novo parceiro, o trajeto não seguiu sem sobressaltos. O acordo original garantia a quem doou mais de US\$ 35 uma cópia digital do filme, pouco após seu lançamento no cinema. Isso não ocorreu. *Veronica Mars* foi disponibilizado em sites de *streaming*⁵⁶. Ou seja, o apoiador deixou de receber um exemplar da obra. Para piorar, o título não era encontrado nos serviços mais populares, como o Netflix, mas em sites de pequeno porte sem alcance mundial. Como forma de compensação, a Warner devolveu o dinheiro aos descontentes.

Diante de tanta controvérsia, alguns profissionais têm procurado alternativas ao Kickstarter. O Indiegogo⁵⁷ se sobressai. Apesar de possuir atuação generalista - ou seja, custeia as despesas de todo tipo de proposta – o site iniciou suas atividades destacando produções audiovisuais. A ocasião escolhida para o lançamento da ferramenta evidencia essa afinidade: em 2008, durante o Sundance⁵⁸. Embora tenha expandido sua operação, o Indiegogo preserva seu vínculo com o mundo cinematográfico. Em 2014, publicou gratuitamente um guia para orientar cineastas no desenvolvimento de campanhas bem-sucedidas de *crowdfunding*⁵⁹.

2.2.2 Distribuição

Além do financiamento, as redes telemáticas propiciam novos desdobramentos em relação à distribuição. Como garantir que o filme realmente chegue ao público?

Muitos cineastas, após suas obras passarem pelo circuito de festivais, optam por publicá-las gratuitamente nos destinos mais populares de divulgação de vídeos,

Disponível em <<http://www.hollywoodreporter.com/news/veronica-mars-kickstarter-backers-receive-688835#sthash.3gHTZ73H.dpuf>>. Acesso em 10 de março de 2014.

⁵⁶ Método no qual o vídeo é exibido ao mesmo tempo em que o arquivo é carregado.

⁵⁷ <http://www.indiegogo.com>

⁵⁸ Crowdsourcing: Using Audiences to Bankroll Projects . Disponível em <<http://powertothepixel.com/news/crowdsourcing-using-audiences-to-bankroll-projects>>. Acesso em 26 de junho de 2013.

⁵⁹ New Indiegogo Handbook for Filmmakers Released. Disponível em <<https://go.indiegogo.com/blog/2014/04/new-indiegogo-handbook-for-filmmakers-released.html>>. Acesso em 26 de junho de 2013.

YouTube⁶⁰ e Vimeo⁶¹. É possível criar canais gratuitamente. Dessa forma, títulos que dificilmente conseguiriam alcançar um público amplo têm essa possibilidade.

O YouTube é o maior deles. No Brasil, trata-se da segunda maior rede social em número de acessos. Em junho de 2013, o site conquistou 18,22% de participação de visitas. Em média, o usuário brasileiro dedica 22 minutos e 53 segundos a cada visita feita ao YouTube. Os dados são da Serasa Experian⁶².

No livro *YouTube e a Revolução Digital*, Jean Burgess e Joshua Green (2009, p. 22) descrevem o serviço como *reach business*: “atendendo um grande volume de visitantes e uma gama de diferentes audiências, ele oferece aos seus participantes um meio de conseguir uma ampla exposição”.

Nem sempre o filme é disponibilizado integralmente. Apenas material complementar fica acessível ao público. Funciona como os extras de um DVD. São expostos os bastidores da produção, imagens não aproveitadas e material de divulgação, como trailers e inserções na mídia.

Além disso, a disputa por visibilidade no YouTube é concorrida. Até porque são hospedados por lá conteúdos variados, de registros do dia a dia disponibilizados por usuários comuns a produções de grandes conglomerados de comunicação e entretenimento. Por isso, muitos cineastas preferem serviços com perfil delimitado. O Vimeo se sobressai. O site se tornou uma comunidade para videomakers e cinéfilos de todo o mundo.

YouTube e Vimeo divergem em relação à organização desses arquivos. A estrutura dos sites evidencia as diferenças. Na página inicial do primeiro (figura 1), um algoritmo expõe os vídeos de maior visibilidade em determinado país. O site identifica de onde vem o acesso, moldando, dessa forma, o conteúdo para o visitante. É como uma TV que exhibe as mesmas atrações. Predominam vídeos de humor, música e esporte. A página também recomenda canais. Os perfis detentores dos vídeos mais acessados são mencionados: no Brasil, por exemplo, são citados constantemente canais humorísticos como Porta dos Fundos⁶³ e Rafinha Bastos⁶⁴.

⁶⁰ <http://www.youtube.com/>

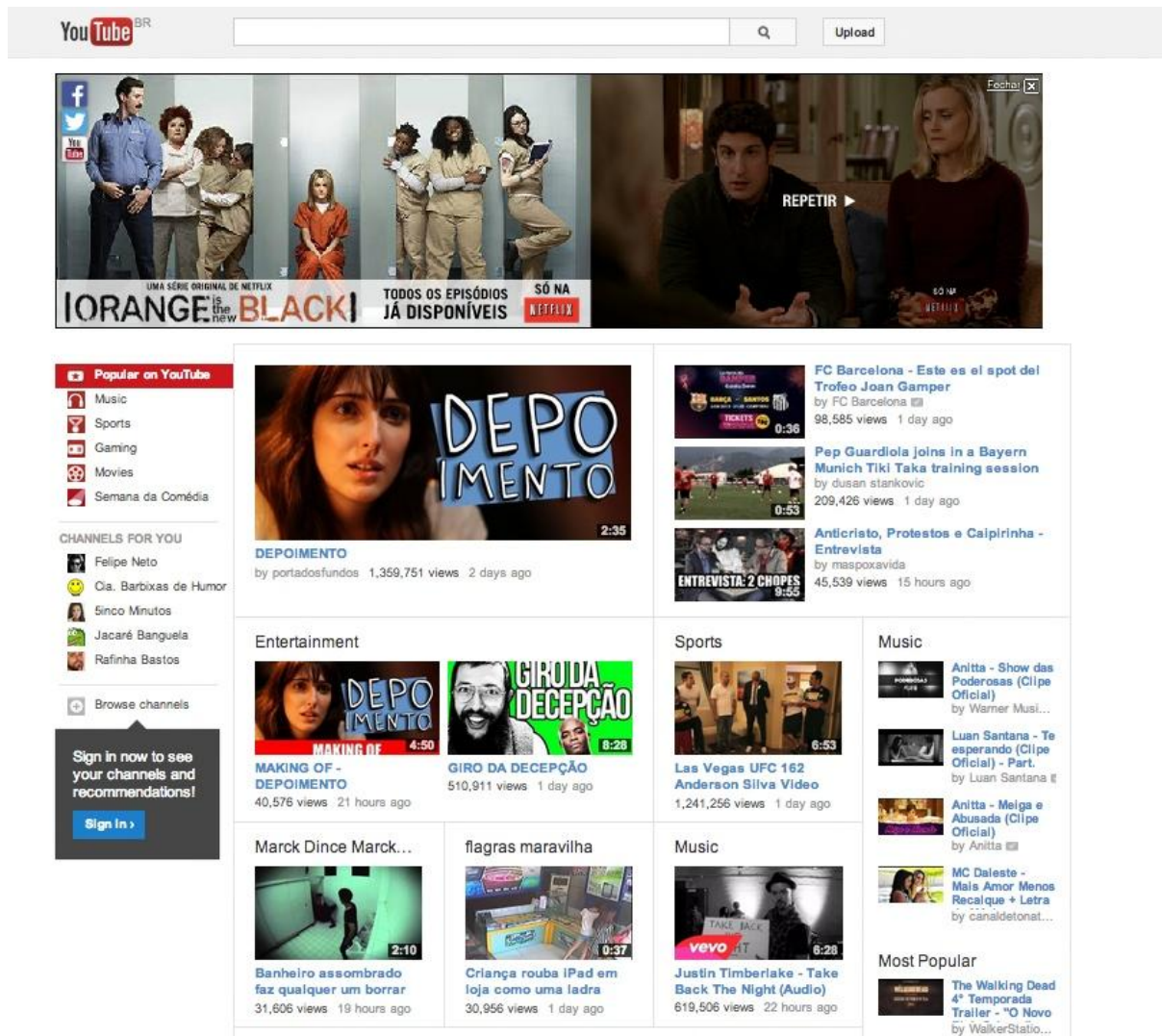
⁶¹ <https://vimeo.com/>

⁶² Orkut perde posto de 3ª rede social mais popular. Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/link/orkut-perde-posto-de-3a-rede-social-mais-popular/>>. Acesso em 14 de maio de 2013.

⁶³ <http://www.youtube.com/user/portadosfundos>

⁶⁴ <http://www.youtube.com/user/rafinhabastos>

Figura 1 - Página inicial do YouTube evidencia programas de entretenimento e variedades



Fonte: print screen do site YouTube.

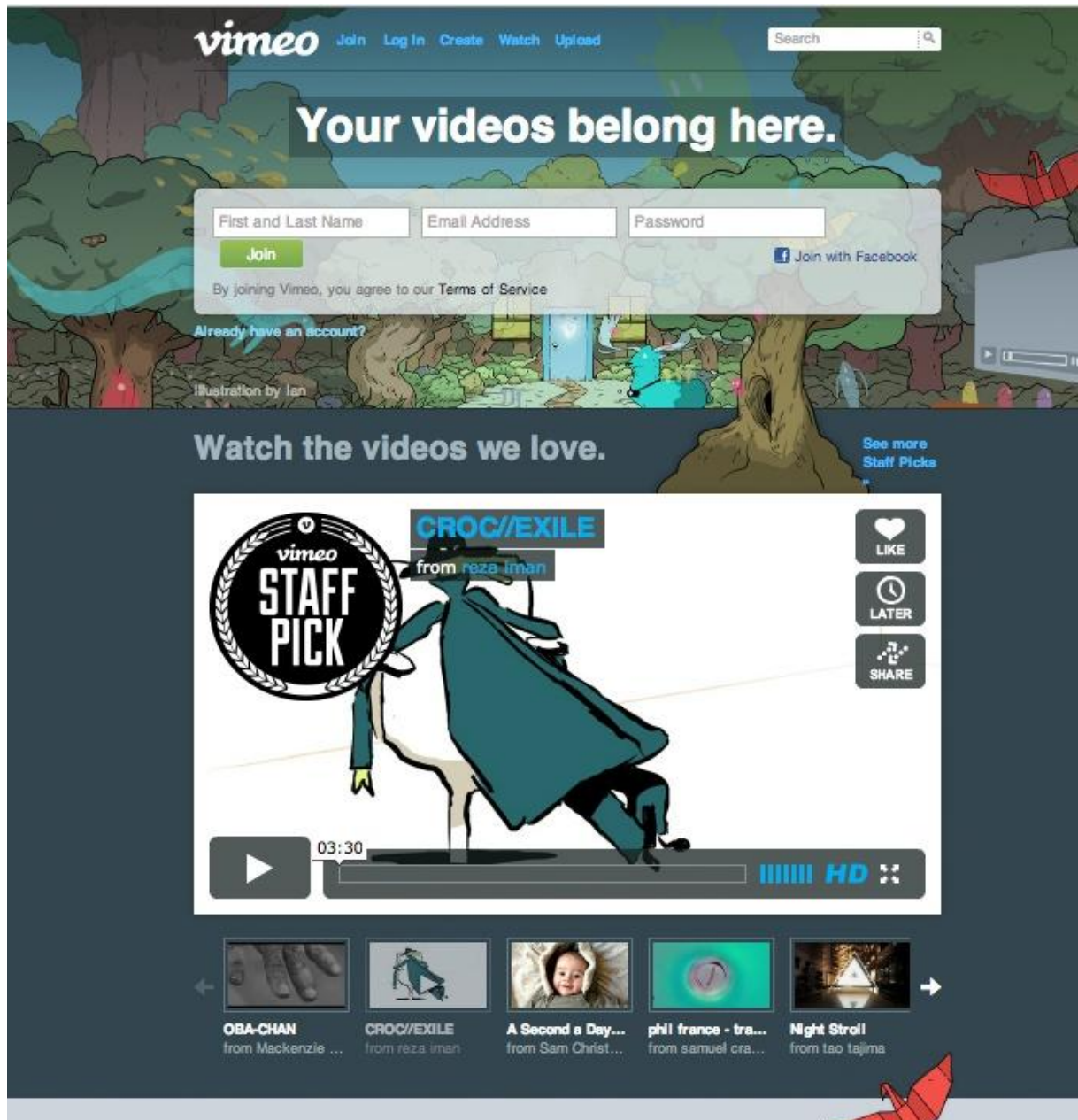
A abordagem do Vimeo é distinta. Um vídeo selecionado pela equipe do site ocupa grande parte da primeira dobra da página inicial (figura 2). O material é precedido pela frase “*Watch the videos we love*” (assista aos vídeos que amamos). Ao lado, surge o link para outros destaques: “*See more Staff Picks*»”⁶⁵ (confira mais escolhas da nossa equipe). Abaixo, nota-se uma sequência de cinco vídeos igualmente recomendados. O trabalho de triagem culmina com a divulgação dos melhores de cada ano. A lista é dominada por curtas fictionais e documentais, e não por vídeos caseiros.

Vale ressaltar que grande parte do fluxo de visitas desses endereços não ocorre a partir da página inicial. Através das recomendações e compartilhamentos

⁶⁵ <http://vimeo.com/channels/staffpicks>

feitos nas redes sociais digitais, como Facebook e Twitter, conteúdo se espalha pela Internet.

Figura 2 – Página inicial do Vimeo destaca criações autorais



Fonte: *print screen* do site Vimeo.

Optando por focar as escolhas da audiência, o YouTube ressalta uma característica das redes. A Internet é, constata o pesquisador Albert-Lászlo Barabási (2009), uma rede complexa cujo agrupamento obedece a seguinte lógica: quanto mais conexões um nó possuir, mais links irá agregar (conexão preferencial).

Como poucos nós possuem poder de atração elevado (*hubs* ou conectores⁶⁶), grande parte dos nós manterá um número reduzido de conexões. Essa propriedade pode ser observada em várias redes. “Em última instância, todos seguimos uma tendência inconsciente, conectando, com maior probabilidade, os nós que conhecemos, que são inevitavelmente os nós mais conectados da *Web*. Preferimos *hubs*” (2009, p. 77).

Outro modo de observar o fenômeno é a partir da formulação 80/20. Trata-se do princípio de Pareto: 80% dos resultados decorrem de 20% das causas. Barabási (p. 60) sintetiza a questão: “na maioria dos casos, quatro quintos de nossos esforços são em ampla medida irrelevantes.” Observada em várias situações, a proporção também é percebida nas redes complexas: 20% dos nós centralizam 80% das conexões.

Além da lei da conexão preferencial, para compreender a evolução das redes é necessário atentar para outra regra essencial. Barabási pontua que sistemas complexos obedecem a uma lei de crescimento: “Cada rede parte de um pequeno núcleo e expande-se com a adição de novos nós” (p. 78).

A conexão preferencial impulsiona, justifica Barabási, um modelo de progressão classificado como “ricos ficam mais ricos”. “Como novos nós preferem conectar-se a nós mais conectados, os primeiros nós com mais links serão escolhidos com mais frequência e crescerão mais rapidamente do que seus pares mais jovens e menos conectados” (p. 80).

A partir dessas constatações, Barabási avalia que abordar a Internet como uma estrutura igualitária, que propicia visibilidade independente da popularidade, não passa de utopia.

Sim, todos temos o direito de colocar o que quisermos na *Web*. Mas alguém perceberá? Se a *Web* fosse uma rede randômica, teríamos a mesma chance de ser vistos e ouvidos. Coletivamente, de certa forma criamos *hubs*, *Websites* a que todo mundo se conecta. São muito fáceis de encontrar, independente de onde estejamos na *Web*. Em comparação a esses *hubs*, o restante da *Web* é invisível. Para todos os propósitos práticos, páginas conectadas apenas por um ou dois outros documentos simplesmente não existem.” (BARABÁSI, 2009, p. 53)

O caminho trilhado pelo Vimeo busca ir além dessa redoma. Para isso, se vale de outra característica das redes telemáticas. A Internet é marcada pela abundância de conteúdo. Para organizar essa informação, é necessário migrar do

⁶⁶ “Nós que contêm um número anormalmente grande de *links*” (BARABÁSI, 2003, p. 50)

conceito de *gatekeeping* para o de *gatewatching* (PRIMO e TRASEL, 2006). Esse novo processo, segundo Axel Bruns (2003), não está restrito aos meios de comunicação convencionais, pois acrescenta outros formadores de opinião ao panorama midiático.

Devido à quantidade de informação circulando nas redes telemáticas, cria-se a necessidade de avaliá-la, mais do que descartá-la. Não é mais preciso rejeitar notícias devido à falta de espaço, porque pode-se publicá-las todas. Nota-se um deslocamento da coleta de informação para a seleção da mesma. (...) assume-se um papel semelhante ao de um bibliotecário. [...] O *gatewatcher* combinaria funções de bibliotecário e repórter. Do porteiro, passa-se ao vigia (PRIMO e TRASEL, 2006, p. 8).

O Vimeo promove a possibilidade de descobrir novos conteúdos. Ao invés de métricas dinâmicas baseadas apenas em preferências do público, o fluxo informativo é influenciado pelo olhar humano. Isso permite ir além dos campeões de audiência, descobrir produções que ainda não encontraram seus espectadores. No caso de cineastas iniciantes, é algo extremamente relevante. Ele não possui visibilidade ou uma rede de contatos suficiente para divulgar suas realizações. Sem promover vídeos através de seleção, como o Vimeo faz, esses sites se tornam um repositório de arquivos. Muitos deles sem despertar maior interesse.

Não se trata apenas de descobrir lançamentos. Até porque esse processo não é comandado exclusivamente pela equipe do Vimeo. O site fornece vários recursos. Além da conversação através das caixas de comentários, o site disponibiliza um serviço de grupos. Nesses círculos, é possível conferir vídeos correlatos ao propósito do espaço. A conversa vai além de juízos de valor sobre a qualidade da obra. Independente do grupo, muitas vezes a conversa se encaminha para explicações sobre o modo de produção do vídeo. Um dos mais dinâmicos é o *Vimeo Weekend Challenge*⁶⁷. Nele, são sugeridos desafios de filmagem, realizados a cada duas semanas.

Embora o Vimeo seja uma comunidade mais voltada para a divulgação de obras autorais que o YouTube, ainda assim funciona como uma plataforma generalista, sem um foco numa linguagem cinematográfica específica (ficção, documentário, animação e experimental), ou outro recorte (como centrar na produção de curtas ou longas-metragem).

⁶⁷ <http://vimeo.com/groups/weekendchallenge>

Há, por outro lado, sites de nicho. Esses espaços disponibilizam poucos recursos interativos. Funcionam como videotecas globais, repositórios da produção cinematográfica. O Portal Curtas⁶⁸ é um deles. Sua atuação está voltada para a divulgação de conteúdo nacional. No site, é possível assistir ao filme. Ou ter acesso à ficha técnica do título.

Muitos serviços de hospedagem de vídeos igualmente ajudam o autor a monetizar suas criações. O YouTube mantém um programa de parceria⁶⁹. Ao publicar seu vídeo no site, a ferramenta exibirá propaganda segmentada. Tanto a inscrição no serviço quanto a exibição permanecem gratuitos. O material começa a gerar dividendos para o criador quando o espectador clica nos anúncios.

O Vimeo optou por uma vertente diferente. A ferramenta *Vimeo PRO*⁷⁰, de custo mensal, permite ao usuário comercializar seus filmes. Os títulos ficam expostos na seção *Vimeo On Demand*⁷¹. O próprio criador define várias opções, como explicitar se o filme está habilitado para ser baixado para computador ou é apenas possível assistir online; estipular os valores (os preços partem de US\$ 0,99), dentre outros fatores. A comissão do site é 10% do que é comercializado.

Dessa forma, o Vimeo alia as duas vertentes mais comuns em termos de distribuição online de filmes, *streaming* e aluguel avulso. Todavia, faz isso concedendo grande controle ao autor da obra.

Apesar das vantagens, em matéria de vídeos pagos, o Vimeo não é o caminho mais popular. As plataformas mais comuns são o Netflix⁷², no qual o assinante paga uma verba mensal para ver quantos filmes quiser, e a iTunes Store⁷³, uma locadora virtual em que cada título escolhido é comercializado separadamente. No primeiro, o cineasta é gratificado ao fornecer seu filme para o catálogo da empresa. No segundo, parte do aluguel fica com o detentor do direito autoral da produção. A Apple, mantenedora da iTunes Store, abocanha 30% do valor.

Além dessas propostas, há outros mecanismos sendo testados. Há, inclusive,

⁶⁸ <http://portacurtas.org.br/>

⁶⁹ <http://www.youtube.com/yt/partners/pt-BR/>

⁷⁰ <http://vimeo.com/pro>

⁷¹ <http://vimeo.com/ondemand>

⁷² <http://www.netflix.com/>

⁷³ <http://itunes.apple.com/us/genre/movies/id33>

plataformas que se aliam, e não combatem a pirataria. Como o Vodo⁷⁴. O site, lançado em 2009, permite aos criativos usar a tecnologia *Peer to Peer* (também conhecida por P2P) para promover e distribuir filmes.

As redes P2P são um tipo de tecnologia baseada no compartilhamento de dados a partir de fontes múltiplas. Hoje, o método mais popular é o protocolo Torrent. Através desse recurso, é possível adquirir diversos formatos, como músicas e filmes. Um dos pontos de partida são os sites rastreadores, como o PirateBay⁷⁵. Essas páginas não fornecem o documento em si, mas um arquivo inicial com as características do material completo, a serem baixados através de programas. O download ocorre de forma fragmentada. O software recolhe pequenas partes do todo, espalhadas nos diversos computadores que compõem essa rede descentralizada, reagrupando o arquivo ao final do processo.

É um sistema distinto ao dos serviços chamados *cyberlockers*, como o Rapidshare⁷⁶. Não é necessário usar nenhum software. Basta clicar no link e o download é iniciado. Não obstante, toda a informação encontra-se num único servidor. Restringindo o acesso ao site, um manancial de dados fica indisponível. Como ocorreu com o Megaupload⁷⁷, fechado em 2012 acusado de favorecer a pirataria⁷⁸.

São atividades bastante combatidas pela indústria do entretenimento porque o material incorporado geralmente é protegido por direito autoral. Mas o público não paga para baixá-los. Ao invés de coibir o compartilhamento de arquivos, o Vodo usa essa estrutura altamente popular. A empresa define seu modelo de negócios como *free-to-share*⁷⁹ (livre para compartilhar).

O Vodo promove filmes juntamente com seus parceiros de distribuição, ampliando a visibilidade da obra. No site, cada título ganha um perfil próprio, no qual pode receber contribuições monetárias do público. Outra vantagem do serviço é não solicitar exclusividade de distribuição. O cineasta está livre para escolher outras alternativas.

A postura encontra o pensamento de Cezar Migliorin (2011). Segundo ele, os

⁷⁴ <http://www.vodo.net>

⁷⁵ <http://thepiratebay.sx/>

⁷⁶ <https://rapidshare.com/>

⁷⁷ <http://megaupload.com>

⁷⁸ Megaupload é fechado nos Estados Unidos. Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/link/megaupload-fechado-nos-eua/>>. Acesso em 16 de maio de 2013.

⁷⁹ <http://vodo.net/share-vodo-films/>

modelos incipientes não representam um antagonismo entre novas tecnologias e os meios convencionais de distribuição e produção. Os dois padrões podem coexistir:

A existência desse cinema pós-industrial significa que ele estará sempre separado do mercado ou dos meios convencionais de distribuição e produção? De forma alguma; toda a política de inserção dessas obras no mercado nacional e internacional não pode ser deixada de lado. Pós-industrial não é pós-mercado.

Mais do que isso: não ser industrial não significa não ter possibilidades comerciais, mesmo que no tradicional comércio das salas de shopping (MIGLIORIN, 2011).

Em dezembro de 2013, o Vodo contava com quase 200 filmes⁸⁰, a maioria documentários. Esse número é variável, visto que o título permanece na biblioteca do serviço enquanto o cineasta desejar. Muitos contratos de distribuição não aceitam o modelo P2P. Por isso, cineastas tendem a terminar o vínculo com o Vodo após assumirem novos acordos financeiros.

Jamie King, fundador e presidente do Vodo, não almeja manter um catálogo imenso. Apesar de acolher muitos títulos, seu objetivo é promover e gerar valor para os filmes. De acordo com King, 18 meses após seu lançamento, o Vodo havia distribuído mais de 2,5 petabytes de dados relativos a arquivos de filmes. O sistema apresenta duas grandes vantagens. O custo da empreitada é irrisório, afinal, os arquivos são hospedados remotamente pelo público. Além disso, títulos polêmicos, que teriam dificuldade de divulgação, são aceitos pela ferramenta. O próprio King utilizou a ferramenta para distribuir *Steal this Film* (2006), seu documentário a respeito da questão do direito autoral.⁸¹

O mesmo método foi utilizado para distribuir *The Yes Men Fix the World* (2009), filme da dupla The Yes Men, especialista em pregar pegadinhas no mundo corporativo. Suas ações podem ser descritas como *culture jamming*. A tática, também caracterizada comunicação de guerrilha, é uma forma de ativismo que se apropria do discurso supostamente objetivo dos meios de comunicação para transmitir mensagens fantasiosas sobre questões relevantes.

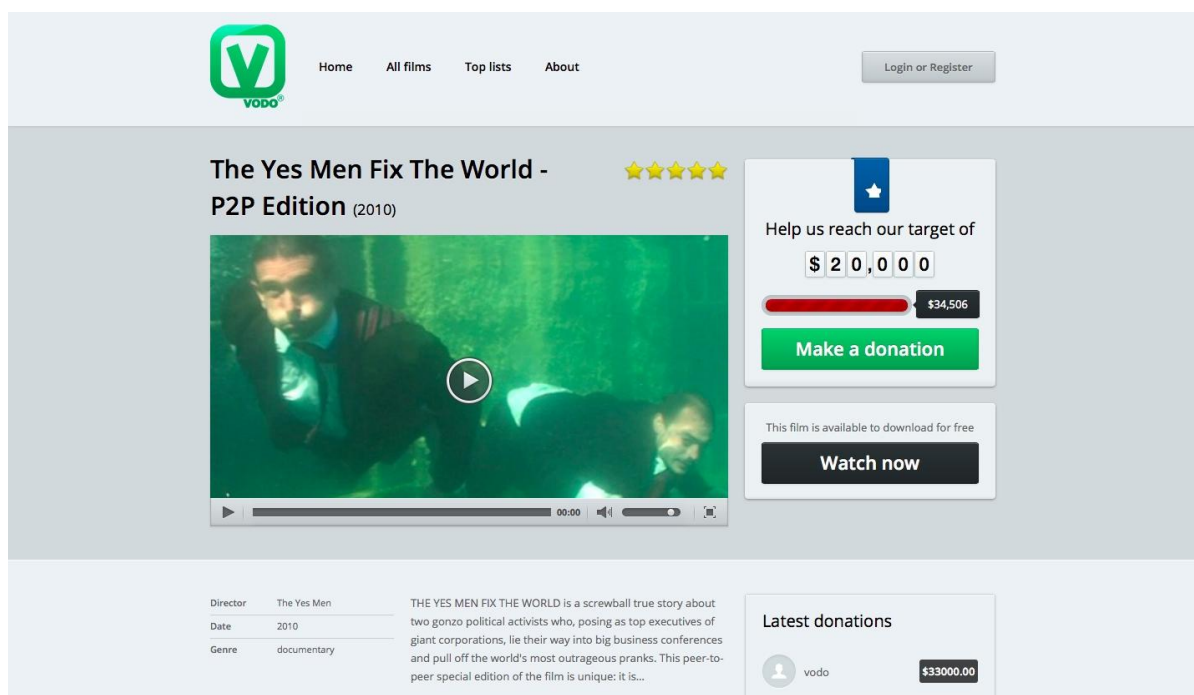
Em suas performances, o duo assume o papel de representantes das empresas ou órgãos federais em eventos e entrevistas para a imprensa. Nessas ocasiões, dão declarações polêmicas, como levar a crer que a empresa de produtos

⁸⁰ <http://vodo.net/films/>

⁸¹ Yes Men Documentary Prospers with P2P Distribution. Disponível em <<http://www.streamingmedia.com/Articles/ReadArticle.aspx?ArticleID=74192&PageNum=1>>. Acesso em 10 de outubro de 2013.

químicos Union Carbide' depois de vários anos, admitiu responsabilidade por um acidente ambiental de grandes proporções na Índia. Posto isso, se prontificou a destinar uma vultosa indenização à população atingida⁸².

Figura 03 – Vodo: ferramenta de divulgação e distribuição



Fonte: *print screen* do perfil da dupla Yes Men no Vodo⁸³

Embora formas distintas de distribuição sejam geralmente empregadas por cineastas independentes ou iniciantes, esse não era o caso de Andy Bichlbaum e Mike Bonanno. Eles já haviam conquistado certa notoriedade com suas ações midiáticas.

A trajetória de distribuição de *The Yes Men Fix the World*, o segundo longa-metragem dos ativistas-humoristas, ocorreu de modo atípico. Uma das apoiadoras do filme foi a HBO, poderosa emissora de TV a cabo. Depois da estreia na TV, uma exigência da sua parceira, o título ganhou limitada exibição nos cinemas. O tema da obra sempre criava dificuldades. O Vodo apareceu no horizonte como meio de contornar essa restrição.

A dupla optou por disponibilizar no Vodo⁸⁴ uma versão estendida da obra,

⁸² <http://www.youtube.com/watch?v=OMd1cArhESM>

⁸³ Disponível em: <vodo.net/theyesmen>. Acesso em 03 de setembro de 2013.

incluindo um tema controverso anteriormente editado: quando eles assumiram o papel de representantes da Câmara de Comércio dos Estados Unidos e anunciaram um novo posicionamento do governo norte-americano acerca do aquecimento global, ação pelo qual foram processados. Através do Vodo, o Yes Men conseguiu arrecadar mais de US\$ 34.000 em doações (figura 03).

O Vodo não é único método de distribuição P2P. Em maio de 2013, o BitTorrent⁸⁵, um repositório de torrents que alega ter 170 milhões de usuários, lançou um serviço destinado a distribuir música e produções audiovisuais. O BitTorrent Bundles⁸⁶ é gratuito. Para algumas atividades, o acesso é totalmente aberto. Para outras, é necessário algum tipo de contrapartida. Divulgação via Facebook, por exemplo, libera o acesso de áreas inicialmente bloqueadas.

É uma orientação distinta à do Vodo. O BitTorrent Bundles entrega uma degustação do material principal, não a obra em si. Muitas vezes, o público encontra a extensão de um trabalho divulgado previamente. Por exemplo, o remix ou a versão ao vivo de uma canção, não o disco completo. No caso de produções audiovisuais, trechos deletados, imagens de bastidores ou o roteiro do filme são algumas das alternativas.

Foi o caminho escolhido por *O Ato de Matar* (2012). O documentário ganhou lançamento simultâneo no iTunes norte-americano e no BitTorrent Bundles (com entrevistas, ensaios e outros materiais). Em ambos os casos, houve sinergia de ação. A Drafthouse Films, que colocou *O Ato de Matar* (2012) no iTunes, também liberou os extras via distribuição P2P. Evan Husney, diretor criativo da empresa, afirma que, devido à relevância da mensagem do filme, deve-se ter como meta atingir o maior público possível⁸⁷.

O filme é dirigido por Joshua Oppenheimer, Christine Cynn e outro nome não revelado, pois o cineasta permanece no país em que a obra foi gravada. Sair do anonimato representaria risco. *O Ato de Matar* aborda o genocídio ocorrido na Indonésia a partir dos anos 1960, quando houve um golpe de estado. Milhões de pessoas foram mortas pela ditadura militar. Os diretores recriaram com os próprios

⁸⁴ <http://vodo.net/theyesmen>

⁸⁵ <http://www.bittorrent.com/intl/pt/>

⁸⁶ <http://bundles2.bittorrent.com/>

⁸⁷ 'The Act of Killing' Releases BitTorrent Bundle with Exclusive Content. Disponível em <<http://www.indiewire.com/article/the-act-of-killing-releases-bittorrent-bundle-with-exclusive-content>>. Acesso em 03 de novembro de 2013.

assassinos fatos ocorridos durante o período. As cenas de matança copiam o estilo dos filmes preferidos pelos criminosos.

O *Ato de Matar* é apenas uma das atrações legais do BitTorrent. E, diferentemente do Vodo, o novo serviço atraiu vários parceiros notórios, entre eles a cantora Lady Gaga, o DJ Moby e a banda de rock Pixies. Para eles, do ponto de vista comercial, o serviço é mais interessante. O BitTorrent Bundle é um recurso publicitário. O artista cede gratuitamente uma pequena parte do seu trabalho e ganha uma plataforma ampla para alimentar canais de distribuição convencionais. Há poucas obras completas na ferramenta, geralmente independentes.

Vale ressaltar que, embora não seja especificamente um serviço de distribuição, o BitTorrent Bundle foi aplicado para esse fim. *Kumaré* (2011), de Vikram Gandhi, utilizou o sistema para chegar às telas de cinema. O título, que versa sobre um falso profeta, foi bem acolhido em festivais. Assim como outros documentários, sua inclusão no circuito comercial era incerto. Tudo mudou quando 3 milhões de pessoas baixaram o combo do filme⁸⁸, composto por trailer e música tema. O BitTorrent Bundle também coleta e-mails, propiciando a continuidade do diálogo entre cineastas e apoiadores da obra. No caso de *Kumaré*, 18 mil manifestaram interesse em assistir o longa-metragem nos cinemas. A demanda levou o distribuidor a exibir o documentário em mais de 15 cidades nos Estados Unidos, número superior à previsão inicial⁸⁹.

Ou seja, a distribuição não se restringe apenas às exibições online. Por isso, o Tugg⁹⁰ surgiu em 2012 para levar filmes ao circuito exibidor tradicional. O serviço é liderado pelo executivo de marketing Pablo Gonzalez e o produtor de cinema Nicolas Gonda. Ele não é o único integrante do projeto a atuar em Hollywood: o ator e diretor Ben Affleck, o diretor Richard Linklater e o diretor Terrence Malick (que já teve vários filmes produzidos por Gonda) fazem parte do conselho do site⁹¹. Faz sentido. Eles começaram ou ainda atuam em produções independentes, que encontram dificuldade em estrear nas salas de exibição.

O site funciona da seguinte forma: o público seleciona títulos do catálogo do

⁸⁸ <http://bundles2.bittorrent.com/kumare/>

⁸⁹ Could BitTorrent be a movie marketer's best friend? Disponível em <<http://www.bizjournals.com/losangeles/news/2013/01/30/could-bittorrent-be-a-movies-best-friend.html?page=all>>. Acesso em 15 de setembro de 2013.

⁹⁰ <http://www.tugg.com/>

⁹¹ Tugg sets deals with exhibitors. Disponível em <<http://variety.com/2012/digital/news/tugg-sets-deals-with-exhibitors-1118050598/>>. Acesso em 10 de agosto de 2013.

serviço (geralmente filmes independentes). A partir daí, surgem outras escolhas. É possível definir o local de exibição, data, horário e mesmo o valor do ingresso. A divulgação fica a cargo de quem criou o evento. O filme só será exibido caso o número mínimo de inscritos for atingido. Segundo Gonda, havia uma discrepância entre a diversidade de opções para assistir filmes em casa (como locadoras de vídeos e sites de *streaming*) e a programação das salas de cinema:

Tudo gira em torno da experiência comunitária. [...] Nunca houve um período como o atual no qual a audiência está conectada para compartilhar o que ama. Quando olhamos para os cinemas - espaços prontos para sediar esses interesses -, é só uma questão de envolver a população local para se certificar que essa disposição comum seja interligada. Conectividade social é a forma mais eficaz de marketing. [...] O amigo de um amigo demonstrando seu apreço por algo é mais rico do que qualquer campanha publicitária.⁹²

O Tugg sela acordos comerciais diretamente com produtoras, mas cineastas podem sugerir a inclusão de suas obras. Além do Tugg, outro site a atuar no setor é o Gathr⁹³. Ambos os serviços têm como base os Estados Unidos, mas cada um possui características particulares.

Embora o Gathr mantenha uma biblioteca própria, as opções são limitadas. Isso não representa problema. Se no Tugg há até clássicos do cinema tradicional, a meta do Gathr é divulgar filmes que ainda não despertaram grande apelo junto ao público, como produções independentes e estrangeiras. Um dos motes do serviço é que todo filme tem um público cativo⁹⁴. Entretanto, grande parte dessas películas encontrará dificuldade em ganhar visibilidade. Dificilmente chegarão à tela de cinema, sendo lançados através de outras formas de distribuição, como exibição online. O Gathr quer levar esses títulos às salas de exibição tradicionais para serem prestigiados por uma audiência inclinada a apreciá-los.

Operacionalmente, o percurso é o mesmo do Tugg. Mas, além da exibição de

⁹² Tradução nossa: "It's all about the communal experience. [...] There's never been a time where people are as connected as they are to share the things they love, and so you look at movie theaters—spaces ready to host these interests—and it's matter of engaging local people to make sure what's being played is connecting to these interests. Social connectivity is the most effective form of marketing. BzzAgent revealed that one piece of word of mouth advertising has a greater impact than 200 TV ads. A friend of a friend saying they love something is richer than any marketing campaign could achieve". A Q&A With Tugg Co-Founder and Terrence Malick Producer & Collaborator, Nicolas Gonda. Disponível em <<http://www.thecredits.org/2013/01/a-qa-with-tugg-co-founder-and-terrence-malick-producer-collaborator-nicolas-gonda/>>. Acesso em 10 de janeiro de 2014.

⁹³ <https://gathr.us/>

⁹⁴ <https://gathrfilms.zendesk.com/hc/en-us/articles/200487104-Our-mission>

filmes, o site também promove sessões especiais, como a *Gathr Preview Series* (pré-estreias) e *Alive Mind Cinema Series*, sessão de filmes com a temática da valorização da vida e do bem-viver. Nesse caso, um debate com especialistas locais complementa o evento.

Os criadores do serviço são dois profissionais do cinema descontentes com o *modus operandi* mainstream, pouco receptivo aos filmes produzidos longe do esquema dos grandes estúdios. Antes do lançamento do Gathr, Mike Mittendorf havia atuado na distribuição de filmes e Scott Glosserman dirigiu dois longas, a ficção *Behind the Mask: The Rise of Leslie Vernon* (2006) e o documentário *Truth in Numbers? Everything, According to Wikipedia* (2010).⁹⁵

2.3 – Histórias conectadas

O financiamento coletivo é um recurso cada vez mais aplicado em processos colaborativos. A distribuição ainda está envolta em controvérsia. Há testes, propostas não disseminadas amplamente. A distribuição ainda não encontrou um modelo de destaque como o Kickstarter.

E, apesar de constituírem relevantes mudanças no ecossistema produtivo, o método mais usual de solicitar contribuição do público em produções multimídia é pedir algum tipo de conteúdo, mais notadamente a captação de vídeos.

Uma das primeiras iniciativas a chamar atenção para o método foi realizada em 2006. Um vídeo no YouTube convidava o público a ingressar num projeto para “fazer a diferença”. A solicitação partiu do canal MadV⁹⁶, cujo proprietário era conhecido por seus talentos de ilusionista e por utilizar uma máscara de Guy Fawkes.

No vídeo, MadV exibe na palma da mão a frase “*One World*” (Um Mundo). Não foram poucos os que atenderam ao chamado. O convite de MadV se tornou a gravação a receber mais respostas em vídeo⁹⁷ no YouTube. 10% das 2200

⁹⁵ Theatrical-On-Demand: Bring the Movies You Want to See to a Theatre Near You. Disponível em <<http://nofilmschool.com/2012/12/theatrical-on-demand-services/>>. Acesso em 20 de outubro de 2013.

⁹⁶ <http://www.youtube.com/user/MadV>

⁹⁷ Recurso abandonado pelo YouTube que permitia ao usuário elaborar respostas em vídeo para comentar o que publicado.

contribuições foram reunidas num único curta, *The Message*⁹⁸. O feito é ainda mais eloquente pois, na época, o YouTube ainda estava em sua fase inicial. A conexão banda larga, necessária para realizar tarefas que demandam mais potência na circulação de dados, como assistir vídeos online, ainda era incipiente.

O curta começa com pessoas escrevendo na própria mão. Em seguida, surgem as diversas mensagens. O YouTube deu grande divulgação ao filme. *The Message* ganhou exposição na página inicial da plataforma, que também elegeu o vídeo como o mais criativo do ano.

MadV retomou o mesmo estilo de produção posteriormente, com *The Meaning*⁹⁹, no qual pessoas responderam a questão “o que significa ser humano”? Há também *You Are Not Alone*¹⁰⁰, um confessionário sobre momentos de recolhimento.

Figura 4 – *We're all in this together* dá continuidade à proposta de *The Message*



Fonte: print screen de fotograma de *We're all in this together*¹⁰¹.

Nenhum desses títulos conquistou a mesma visibilidade de *The Message*.

⁹⁸ <http://youtu.be/Z-BzXpOch-E>

⁹⁹ <http://youtu.be/A4oeO6-BeJk>

¹⁰⁰ http://youtu.be/siDJJMR_bQ0

¹⁰¹ Disponível em: <<http://youtu.be/q9ySxrzpP-g>>. Acesso em 06 de setembro de 2013.

O vídeo a se aproximar é *We're all in this together*¹⁰²(figura 4), justamente a continuação do curta original. O número de participantes denota a diminuição da repercussão do projeto. Ao todo, 700 pessoas gravaram respostas em vídeo.

Em *We're all in this together* novamente as pessoas exibem palavras ou frases edificantes na palma da mão. O mote era o mesmo do filme inicial (“Um Mundo”), mas com um adendo: “*Say It Clearer*” (Diga claramente). Esse foi um dos motivos para MadV retomar sua ideia. Trabalhar com imagens com melhor resolução que as apresentadas em *The Message*. Na avaliação de MadV, todos fazem parte do seu público-alvo, tanto como colaboradores quanto como espectadores¹⁰³.

Dois anos depois de *The Message*, uma produção tentou aumentar o alcance da criação em rede. Em abril de 2008, a Nokia e Spike Lee se uniram para criar um filme a partir da contribuição popular. Não havia restrição de conteúdo, podendo ser remetido para o site do projeto¹⁰⁴ texto, vídeo, foto ou áudio. Entretanto, todo esse material deveria ser criado com aparelhos móveis.

O tema central da obra era bastante amplo: humanidade, que também serviu de título para o curta (*Humanity*¹⁰⁵). A produção do filme foi dividida¹⁰⁶ em três atos (nascimento, vida e morte). Para cada um deles, foi estipulada uma tarefa a ser realizada em até quatro semanas. Em seguida, a Nokia selecionava 25 contribuições, disponibilizadas online para votação pública. As adições mais populares seriam avaliadas por Lee e sua equipe, responsáveis por definir o que entraria no corte final.

Lee não foi apenas o diretor do filme, mas também um porta-voz entusiasmado. Segundo ele, a empreitada representava a verdadeira democratização da produção fílmica: “Aspirantes a cineastas não mais precisam frequentar escola de cinema para fazer um grande trabalho. Com um simples telefone celular, quase qualquer um pode se tornar diretor”¹⁰⁷.

¹⁰² <http://youtu.be/q9ySxrzpP-g>

¹⁰³ MadV on The Message / We're All in the Together. Disponível em <collabdocs.wordpress.com/interviews-resources/interview-2-madv/>. Acesso em 13 de maio de 2013.

¹⁰⁴ <http://www.nokiaproductions.com/>

¹⁰⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=Ne5Xpl2FNk0>

¹⁰⁶ Nokia and Spike Lee Partner to Create the World's First Social Film. Disponível em <<http://www.prnewswire.com/news-releases/nokia-and-spike-lee-partner-to-create-the-worlds-first-social-film-57509777.html>>. Acesso em 20 de setembro de 2013.

¹⁰⁷ Tradução nossa: “Aspiring filmmakers no longer have to go to film school to make great work. With a simple mobile phone, almost anyone can now become a filmmaker.”. Spike Lee to make movies on mobiles. Disponível em <<http://www.techradar.com/news/mobile-phones/phone-and-communications/spike-lee-to-make-movies-on-mobiles-329286>>. Acesso em 22 de novembro de

Nem todos interpretaram desse modo. Muitos perceberam ali mais uma ação de marketing do que um feito legitimamente artístico. Durante a produção de *Humanity*, a empresa distribuiu celulares e vales para download gratuito de música. Na época, a Nokia era a maior produtora desses aparelhos no mundo e percebeu que a mudança apontava para um uso mais amplo do dispositivo móvel. Para além da conversação através de ligações telefônicas, os usuários passariam a explorar, cada vez mais, as capacidades multimídia do aparelho. Segundo pesquisa realizada em 2007 pela empresa, uma em cada quatro pessoas iria, até 2012, passar a se dedicar a criações próprias, assumindo várias etapas de produção, da gravação à divulgação. Essas realizações circulariam, principalmente, entre seus contatos. O estudo ouviu 9 mil pessoas¹⁰⁸. Incentivar essa produção foi o passo decorrente.

A Nokia definiu a empreitada como o primeiro “filme social”¹⁰⁹. Ao todo, 4.000 participantes aceitaram o desafio. Na etapa de produção, entre abril e setembro de 2008, o site recebeu mais de 350 mil visitas. No final da obra, os créditos apresentam todos os colaboradores selecionados.

O mérito maior de *Humanity* foi incentivar e dar visibilidade a esse tipo de construção. Nos anos posteriores, outras produções repetiram a mesma orientação: definir um tema (geralmente ligado à rotina das pessoas) e acolher contribuições através de uma plataforma já existente ou fornecendo um site próprio. Em termos estruturais, *Humanity* soa como um clipe. Uma das metas do projeto era demonstrar como a música conta nossa história. O mosaico de imagens é dominado por uma única canção: *The Instrument of Pain*, da banda Stew. Por isso, a edição privilegia momentos sem diálogo, até mesmo porque geralmente há apenas uma pessoa no quadro. Em poucos momentos os personagens são ouvidos. Ganha evidência o que eles captaram, seja em vídeo ou foto.

Para dar um direcionamento a esse tipo de produção, em abril de 2013, durante a programação do braço digital do festival norte-americano de filmes Tribeca, a cineasta Tiffany Shlain e seu marido Sawyer Steele lançaram o *Cloud*

2013.

¹⁰⁸ Spike Lee and Nokia team up for film. Disponível em <http://www.nytimes.com/2008/04/24/technology/24iht-cell.1.12301821.html?_r=0>. Acesso em 06 de outubro de 2013.

¹⁰⁹ Nokia Productions and Spike Lee premiere the world's first social film. Disponível em <<http://press.nokia.com/2008/10/14/nokia-productions-and-spike-lee-premiere-the-worlds-first-social-film/#sthash.Lc9X1s3W.dpuf>>. Acesso em 10 de dezembro de 2013

*Filmmaking Manifesto*¹¹⁰ (manifesto de filmagem nas nuvens). O termo empresta a ideia da computação na nuvem, capacidade de disponibilizar arquivos online. Através da tecnologia, dados são facilmente acessados remotamente, via dispositivos conectados à Internet. É o conceito por trás de ferramentas como webmails (Gmail¹¹¹) e serviços de hospedagem de arquivos (vide Dropbox¹¹²).

A proposta de Shlain visa fomentar a colaboração global para a realização de filmes. O manifesto é constituído de cinco princípios:

1. Usar a nuvem para criar colaborativamente filmes com pessoas de todo o mundo;
2. Criar filmes sobre ideias que falam das qualidades mais universais da vida humana, se concentrar no que nos une, e não no que nos divide;
3. Retribuir o tanto que recebemos, através da oferta de filmes gratuitos customizados para organizações em todo o mundo para que elas possam promover sua mensagem;
4. Usar a nuvem para traduzir filmes no maior número de línguas possíveis;
5. Testar os limites da filmagem e distribuição, combinando as mais novas ferramentas de colaboração online disponíveis com o potencial de todas as pessoas do mundo¹¹³.

Tais pontos sedimentam as experimentações realizadas pelo instituto Moxie. Criado por Shlain e Steele em 2006, a organização cria projetos multimídia sobre questões socioambientais. Entre os títulos há o aclamado documentário *CONNECTED - An Autobiography about Love, Death, & Technology* (2011).

CONNECTED conclui com a frase: “talvez seja o momento de declarar nossa interdependência”¹¹⁴. O texto completo foi divulgado online¹¹⁵ com um convite público para que pessoas gravassem sua leitura. O curta *A Declaration of*

¹¹⁰ THE CLOUDFILMMAKING MANIFESTO. Disponível em <<http://letitriple.org/cloudfilmmaking/>>. Acesso em 03 de dezembro de 2013.

¹¹¹ mail.google.com

¹¹² www.dropbox.com

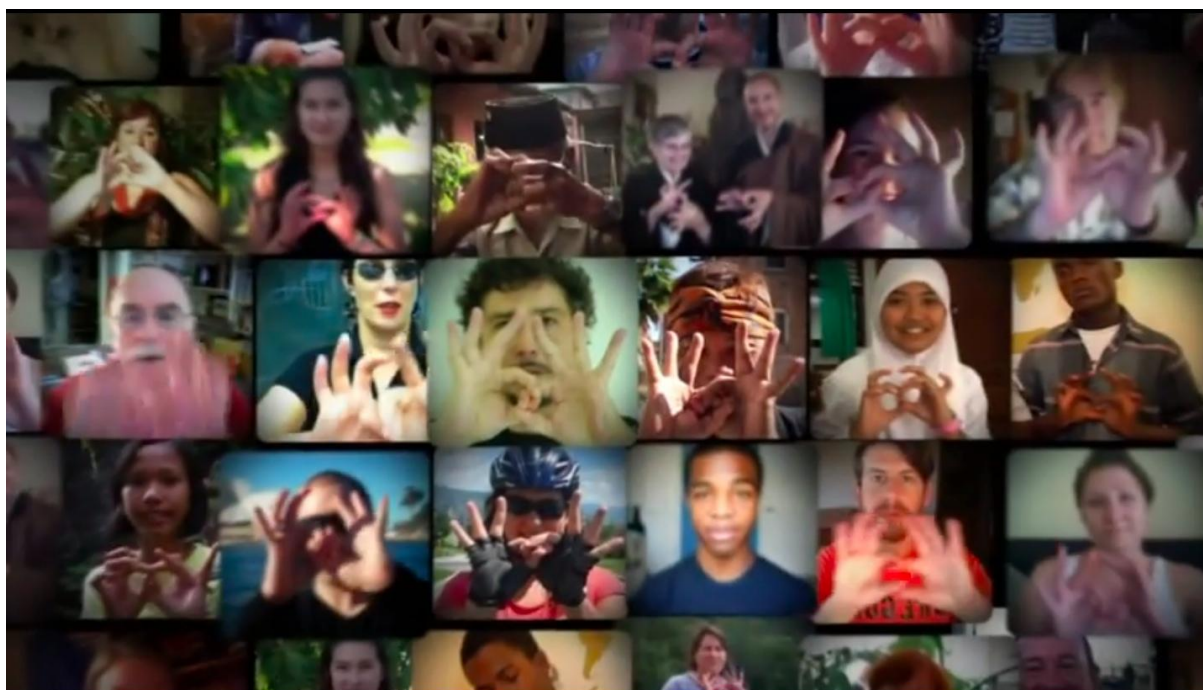
¹¹³ Tradução nossa: “To use the cloud to collaboratively create films with people from all over the world; To create films about ideas that speak to the most universal qualities of human life, focusing on what connects us, rather than what divides us; To give back as much as is received, by offering free customized films to organizations around the world to further their message; To use the cloud to translate films into as many languages as possible; To push the boundaries of both filmmaking and distribution by combining the newest collaborative tools available online with the potential of all the people in the world.”

¹¹⁴ Tradução nossa: “maybe it's time to declare our *inter-dependence*”

¹¹⁵ letitriple.org/files/2012/01/adoi_script.pdf

Interdependence (2011)¹¹⁶. foi o resultado (figura 5). Conforme orientação, os depoimentos foram registrados na língua nativa das pessoas. Traduzir esse material se tornou o desafio seguinte. Seis semanas depois, 65 traduções haviam sido elaboradas¹¹⁷.

Figura 5 – Participantes fazem símbolo de união em *Declaration of Interdependence*



Fonte: print screen de fotograma de *Declaration of Interdependence*¹¹⁸

Outra vertente do trabalho investiu no apoio a organizações sem fins lucrativos. O filme é alterado para se adequar a uma causa específica¹¹⁹. O logotipo, o site da organização e seu foco de atuação aparecem ao final da versão adaptada do curta. Foram produzidas mais de 1500 versões especiais.

A *Declaration of Interdependence* (2011) foi o ensaio da produtora com *cloud films* (filmes na nuvem), terminologia adotada por Shlain para caracterizar esse tipo de obra. Seguiram-se outros títulos com o mesmo estilo de produção, como o curta *ENGAGE*¹²⁰ um filme sobre batimentos cardíacos realizado coletivamente. Ela pediu aos usuários para se filmarem colocando a mão em seu coração e, posteriormente,

¹¹⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=fzZ1GI5UfE0>

¹¹⁷ <http://letitriple.org/a-declaration-of-interdependence/call-for-translations/>

¹¹⁸ Disponível em: <<http://youtu.be/fzZ1GI5UfE0>>. Acesso em 06 de setembro de 2013.

¹¹⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=zpzJv-XZi1o>

¹²⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=jLjcuDDTUTo>

submetê-lo a um site. O curta faz parte da série Let it Ripple¹²¹, cuja intenção é produzir “filmes móveis para a mudança global”.

Todos essas obras aplicaram a colaboração para produzir curtas. Ainda restava o desafio de desenvolver um longa-metragem. É o que abordamos na sequência.

2.4 A Vida em um Dia: um estudo de caso

O que há de especial num sábado? Em 2010, a produção de um filme surgia com a finalidade de mostrar aspectos da vida particular de diversos indivíduos ao redor do mundo: *A Vida em um Dia* (2011). Seria uma realização participativa. Os próprios sujeitos sociais gravariam momentos de uma determinada data: 24 de julho de 2010, um sábado. A partir daí, a seleção do material coletado daria origem ao longa-metragem.

O serviço utilizado para receber os vídeos foi o YouTube, mesma plataforma na qual é possível assistir o filme¹²². O Google, companhia mantenedora do YouTube, patrocinou e deu amplo apoio técnico. A LG, empresa de produtos eletrônicos, também financiou o projeto.

A Vida em um Dia inaugurou uma série de documentários. Os demais títulos foram produzidos nos anos posteriores e tiveram um enfoque mais restrito: Reino Unido, Japão e o feriado natalino.

2.4.1. Principais componentes e dimensões do projeto

A plataforma YouTube, a equipe responsável pela edição, os idealizadores do projeto e os cineastas voluntários são os grandes responsáveis pela dinâmica de produção. Os dois componentes iniciais serão abordados num tópico posterior desse capítulo.

A Vida em um Dia foi produzido pelo renomado cineasta Ridley Scott, que

¹²¹ <http://letitripple.org/>

¹²² http://www.youtube.com/watch?v=JaFVr_cJJiY

dirigiu *Blade Runner - O Caçador de Andróides* (1982), *Alien*, *o Oitavo Passageiro* (1979), *Thelma & Louise* (1991), entre outros. Na direção geral, *A Vida em um Dia* contou com Kevin Macdonald. Não se trata de um realizador iniciante, mas sim de um profissional responsável por documentários e ficções aclamadas, como *Tocando o Vazio* (2003) e *O Último Rei da Escócia* (2006).

Uma ano depois, foram lançados *Britain in a Day* (2012)¹²³ e *Japan in a Day* (2012)¹²⁴. Depois, viria *Christmas in a Day* (2013). Ridley Scott retornou como produtor, mas a direção geral mudou nos projetos que têm um único país como locação. A produção britânica foi dirigida por Morgan Matthews. Na japonesa entraram Philip Martin e Gaku Narita. Macdonald retomaria o controle criativo em *Christmas in a Day*.

No caso de *A Vida em um Dia* não havia uma equipe pré-definida para a captação de imagens. Em princípio, qualquer indivíduo, independente do seu conhecimento técnico, enviava gravações. Há desde registros com esmero técnico até imagens precariamente captadas. Tampouco havia direcionamento a respeito do perfil do personagem (faixa etária, gênero, etnia, dentre outros fatores). Resultado: pessoas de 140 países enviaram 80 mil vídeos¹²⁵.

2.4.2. Organização do projeto

A Vida em um Dia selecionou sequências criadas por 26 voluntários¹²⁶. O material registra imagens do Afeganistão, Egito, Indonésia, Japão, Nepal, Peru, Rússia, Espanha, Ucrânia, Emirados Árabes Unidos e Estados Unidos, único país a aparecer mais vezes (cinco).

Além da participação no corte final, eles receberam como prêmio uma viagem para assistir à pré-estreia do filme, realizada no Sundance 2011, nos EUA. No dia 27 de janeiro, ao mesmo tempo que ocorria a exibição nos moldes tradicionais, a obra

¹²³ <http://www.youtube.com/user/britaininaday>

¹²⁴ <http://www.youtube.com/user/Japaninaday>

¹²⁵ Watch the Crowdsourced Documentary 'Life In A Day' For Free. Disponível em <<http://petapixel.com/2011/11/02/watch-the-crowdsourced-documentary-life-in-a-day-for-free/>>. Acesso em 14 de novembro de 2013.

¹²⁶ 'Life in a Day' Participants Announced. Disponível em <<http://blogs.wsj.com/speakeasy/2011/01/06/life-in-a-day-participants-announced/>>. Acesso em 05 de dezembro de 2013.

também ganhava lançamento mundial, via YouTube.

Antes da data estabelecida para a gravação, o contato entre público e cineastas já vinha ocorrendo. Na tentativa de garantir melhor qualidade ao material enviado, vídeos explicativos foram disponibilizados no perfil da produção no YouTube¹²⁷. Todo o suporte técnico e a grande interação gerada levaram Macdonald a avaliar *A Vida em um Dia* como “um tipo de projeto que só se tornou possível graças à Internet”¹²⁸.

A partir desse mosaico de experiências humanas, o filme buscava, segundo Ridley Scott¹²⁹, retratar como as pessoas viviam em 2010. O resultado é uma coleção de vivências. Gauthier (2011, p. 226) deixa claro que não se deve subestimar “a qualidade do olhar no sentido restrito, o que os documentaristas da época do cinema mudo lançavam sobre os seres e as coisas”. Até porque, conforme salienta Luz (1997), o cinema não está limitado à função de narrar acontecimentos.

A verdade é que o cinema contou histórias desde o início, por intermédio mesmo do simples registro reprodutivo e descritivo de um fato: a chegada de um trem na estação, a saída dos operários de uma fábrica. Ele colocou uma fatia do tempo no espaço da tela (LUZ, 1997, p. 31)

O documentário *Titãs - A Vida Até Parece uma Festa* (2008), de Oscar Rodrigues Alves e Branco Mello demonstra essa observação. O filme apresenta vídeos de arquivo dos bastidores da banda de rock, registrados pelos próprios integrantes do grupo ao longo do tempo. A montagem confere sentido a esses arquivos anteriormente dispersos.

A Vida em um Dia é um longa-metragem. Uma obra finita, concluída. Sua concepção daria origem a outros títulos, observados no tópico seguinte. A atividade suscita uma questão pertinente: por que pessoas participam desse tipo de empreitada? É comum talentos despontarem no mundo digital e serem assimilados pelos conglomerados de entretenimento e informação.

Ou seja, mesmo quando não há ganho monetário, como é o caso de *A Vida em um Dia*, o retorno financeiro está no horizonte. É possível ser remunerado com dividendos gerados em etapas posteriores. Um autor que edita um livro gratuito e, ao se converter em especialista num determinado tema, é chamado para fazer

¹²⁷ <http://www.youtube.com/user/lifeinaday>

¹²⁸ A vida em um dia. Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/link/a-vida-em-um-dia/>>. Acesso em 12 de abril de 2012.

¹²⁹ Ridley Scott e Kevin Macdonald farão filme com internautas. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0807201012.htm>>. Acesso em 13 de março de 2012.

palestras e consultorias. Ou um músico que disponibiliza gratuitamente suas canções, mas é remunerado pelos shows.

Esses desdobramentos, como exposto acima, estão voltados para criações autorais desenvolvidas por uma única pessoa ou por uma equipe reduzida. É algo bastante distinto de participar de uma obra coletiva. A inclusão do que é produzido geralmente é incerto, passa por avaliação posterior. Ainda mais no caso de obras lineares, em que o autor detém o controle criativo de todas as etapas.

Ademais, esses participantes não almejam divulgar uma aptidão artística especial. Grande parte dos vídeos não se destaca por seu aspecto técnico. A câmera tem baixa resolução, o som foi captado de forma deficiente.

Uma possibilidade interpretativa seria desviar da apreciação estética e abordar a questão como uma convicção intrinsecamente humana. Silvia Laurentiz (2011, p. 357), no texto *Subjetividade em rede: um sistema completo*, aponta que “um indivíduo age minimamente 'por ele mesmo' e as partes efetivamente de um ambiente ao qual pertence interagem entre si formando algo que é mais do que a soma dessas partes”.

Laurentiz avalia que a forma como compreendemos quem somos (self) decorre da maneira como nos relacionamos conosco - “o individual já é em si relacional” (2011, p. 358) – e com o que nos é externo. Isso ocorre, na visão da autora, devido à nossa capacidade de “‘interfacear’ com o mundo”: “Eu estou ‘em/para’ interações que faço com o mundo, além das que realizo em mim mesmo” (LAURENTIZ, 2011, p. 358-359).

A TV desempenha papel preponderante na construção dessa tendência. Assim compreende o pesquisador Derrick de Kerckhove (2003), que explora a aproximação entre desenvolvimento tecnológico e psicologia. Segundo ele, atualmente nosso convívio com inúmeras telas é intenso. Isso influi na forma como vivenciamos o mundo (biotecnologia): “As mídias funcionam como interfaces entre linguagem, corpo e mundo. Elas posicionam a linguagem e o pensamento dentro e fora do corpo” (p. 16)

A TV, ao difundir conteúdos assistidos ao mesmo tempo por um grande número de pessoas, colaborou para o fenômeno. Entretanto, edita o que é exibido, a transmissão seleciona aspectos específicos. Além disso, é uma experiência pública na qual não é possível dialogar com outras pessoas expostas às mesmas questões. “O raio da tela de televisão acaricia os espectadores e, da mesma maneira,

homogeneiza suas diferenças, socializando-as" (p. 19).

Para o autor, a atenção é determinada pelas mídias. A TV permite um grau de reflexão menor. Não há como observar seus significados pois a realidade aparece fragmentada, as imagens se alternam rapidamente. A TV levanta constantemente "questões que não temos tempo de responder" (p. 20) para "manter-nos num modo receptivo, não crítico" (p. 20).

É um padrão distinto ao dos livros. Afinal, o texto é fixo, permitindo ao leitor definir quanto tempo dedicará às palavras. Processo similar ocorre online, o que favorece o fechamento (*closure*)¹³⁰. Mesmo oferecendo uma diversidade de conteúdo multimídia, conquistamos certo nível de independência psicológica uma vez que "o usuário decide quanto tempo despende com cada coisa que vai aparecendo na tela" (p. 21).

Dessa forma, as redes telemáticas possibilitam aos indivíduos retomar o domínio sobre a tela perdido durante o predomínio da TV. Agora podemos explorar o conteúdo. Nesse sistema interconectado, ocorre uma "emigração da mente". O processo é associativo. Na Infosfera, encontramos "outras mentes". "O computador traz uma total recuperação do controle sobre a tela de modo que agora, quando usamos um computador, compartilhamos a responsabilidade de produzir significado. Produzimos significado junto com a máquina e com as pessoas" (p. 18). Se a TV é o meio no qual se constituiu a "mente pública", o ciberespaço cria a "mente conectiva".

Estamos mudando de uma cultura de sensibilidade de leitor, telespectador, espectador para uma cultura de usuário e interagente. [...] Podemos começar a ver um padrão no desenvolvimento e na distribuição da mente e das mídias. O indivíduo foi criado pela leitura e pela escrita com o alfabeto; o coletivo foi criado pelo rádio e pela televisão. Nós estamos desenvolvendo em âmbito mundial um novo tipo de mente que vai bem além do coletivo. É a mente conectiva (KERCKHOVE, 2003, p. 25).

De toda forma, o ato de relatar momentos pessoais não requer convites coletivos. Na verdade, muitos preferem contar sua própria versão. Com a disseminação das redes telemáticas, indivíduos passaram a compartilhar online aspectos anteriormente reservados à vida particular. Inicialmente, esse processo ocorreu em blogs, diários pessoais publicados online. Posteriormente o fenômeno

130

Termo da psicologia compreendido como "ato de consciência que reconhece e registra uma informação como digna de nota e a conecta a um contexto prévio com algum tipo de interesse pessoal" (KERCKHOVE, 2003, p. 20)

migrou para as redes sociais digitais. É uma produção dispersa, que acompanha o fluxo da dinâmica da vida, intercalando momentos intensos de criação de conteúdo com períodos de lacuna. Ou seja, a auto-referência é uma presença constante nas redes telemáticas. *A Vida em um Dia* agrupa, num mesmo filme, várias vivências, mas a conduta de exibir momentos pessoais através de vídeos é cada vez mais comum.

O norte-americano Cesar Kuriyama tinha em mente uma comemoração diferente para celebrar seus 30 anos. Ao invés de promover uma festa de aniversário, ele colocou em prática, durante um ano, atividades que não vinha conseguindo realizar, como viajar e conviver mais com familiares. A mudança necessitou de uma preparação especial. Antes de alcançar três décadas de vida, Kuriyama vinha guardando dinheiro para a empreitada. Por isso, pôde abandonar seu trabalho durante o período¹³¹.

A jornada seria registrada diariamente. Apenas uma fração de tempo seria captada em vídeo. Um segundo por dia. No final do ano, a trajetória se tornou um curta (*1 Second Everyday - Age 30*¹³²) de pouco mais de seis minutos. Todos seus dias estavam ali. A aceitação foi tão eloquente que Kuriyama decidiu continuar o processo durante toda a sua vida. No ano seguinte, era lançada a continuação: *1 Second Everyday - Age 31*¹³³).

Além dos curtas, seu projeto se desdobrou num aplicativo¹³⁴ (disponível para iPhone e Android). É um caminho natural. Para realizar seu primeiro filme, Kuriyama contou com vários equipamentos, entre eles câmeras profissionais. Entretanto, a maioria das imagens foi captada com um iPhone. Faz sentido. Afinal, o celular é um aparelho sempre à mão. O programa *1 Second Everyday* permite gravar um segundo do seu dia e depois compilar o material numa única sequência. A ideia foi financiada via Kickstater¹³⁵.

Após ele, outros aplicativos surgiram com o intuito de gravar pequenos fragmentos da realidade. O Vine¹³⁶ permite registrar até seis segundos. Em apenas

¹³¹ A New Yorker films one second of his life every day for a year - and will continue to do so for 'the rest of his life'. Disponível em <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2111892/Man-films-second-life-day-year.html>>. Acesso em 29 de outubro de 2013.

¹³² <http://vimeo.com/37792362>

¹³³ <https://vimeo.com/65154352>

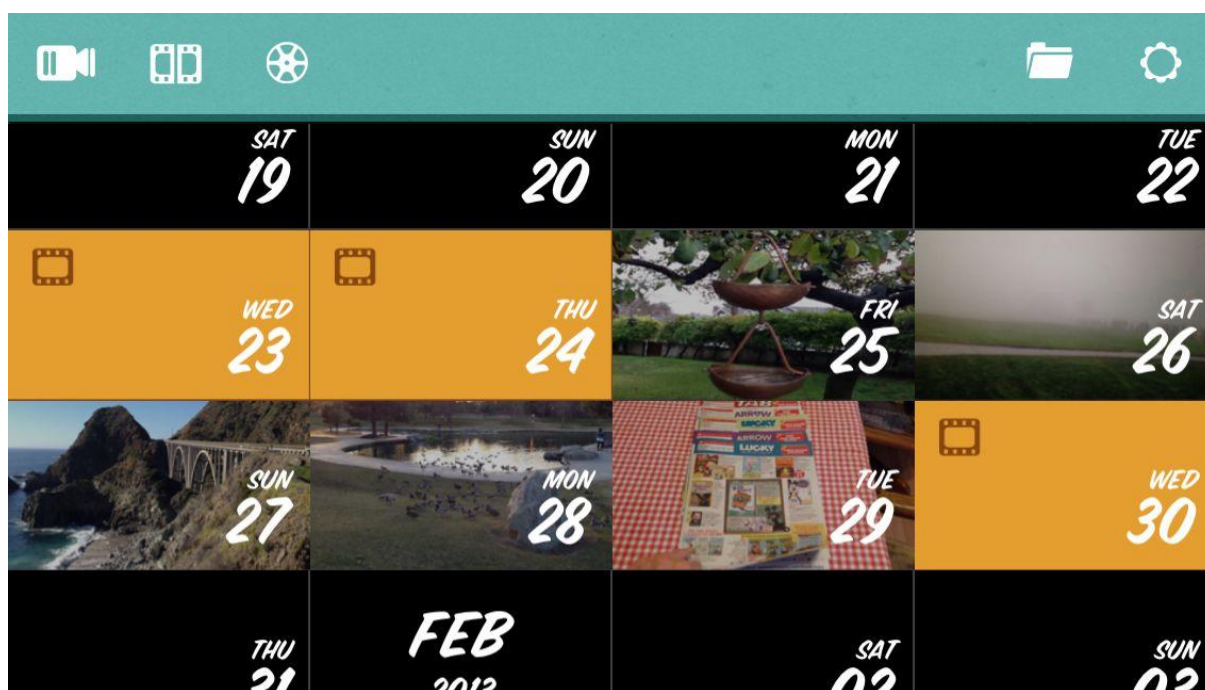
¹³⁴ <http://1secondeveryday.com>

¹³⁵ <http://www.kickstarter.com/projects/cesarkuriyama/1-second-everyday-app/>

¹³⁶ <https://vine.co/>

um ano, a rede social contabilizou 40 milhões de usuários ativos¹³⁷. De acordo com os serviços de estatísticas Statista e o GlobalWebIndex, o Vine foi o aplicativo para dispositivos móveis a apresentar crescimento mais acentuado em 2013¹³⁸. O Instagram¹³⁹, voltado inicialmente para fotografias, passou a exibir vídeos curtos (até 15 segundos). Em ambos os casos, não é uma prerrogativa fazer registros diários. *1 Second Everyday* dá tanta ênfase ao tempo que organiza as gravações através de um calendário (figura 6). Embora algumas pessoas utilizem o Vine e o Instagram para contar histórias, o que prevalece são trechos da vida urbana.

Figura 6 – Aplicativo *1 Second Everyday*



Fonte: Site Apple 'n' Apps¹⁴⁰

Burgess e Green (2009) estabelecem que, em relação ao conteúdo gerado pelo usuário, geralmente a avaliação comum aponta a promoção pessoal como estímulo fundamental. Isso justificaria, inclusive, a popularidade dos vlogs no YouTube. Vlogs são vídeos nos quais o usuário fala diretamente com a câmera. Esse modo de

¹³⁷ Vine completa primeiro ano de existência. Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/link/vine-completa-primeiro-ano-de-existencia/>>. Acesso em 27 de janeiro de 2014.

¹³⁸ Vine sobrevive ao Instagram e completa um ano. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/tec/149478-vine-sobrevive-ao-instagram-e-completa-um-ano.shtml>>. Acesso em 27 de janeiro de 2014.

¹³⁹ <http://instagram.com/>

¹⁴⁰ Disponível em: <<http://applenapps.com/review/1-second-everyday-will-become-part-of-your-everyday>>. Acesso em 04 de setembro de 2013.

abordagem cria uma sensação de proximidade, motiva uma reação do espectador.

Santaella (2007, p. 85) reconhece que, do ponto de vista da psicanálise, “a imagem do eu sempre foi uma construção imaginária”. De acordo com a autora, o sujeito, através da relação da linguagem com a cultura, encontra novas atribuições em ambientes multiusuários: “essas formas culturais de subjetivação na era digital reclamam por uma nova política emancipatória” (2007, p. 93).

Na interpretação de Mark Poster, o indivíduo sempre foi fragmentado e mutável. Para o autor, o ciberespaço se tornou o instrumento ideal para a “encenação e representação”: “Uma vez que nossos corpos estão plugados em redes, bases de dados e infovias de informação, o caminho emancipatório deve ser encontrado nas novas formações subjetivas da cultura digital pós-moderna” (citado por SANTAELLA, 2007, p. 93).

Em termos de narrativa, *A Vida em um Dia* se aproxima de outras obras. *Koyaanisqatsi - Uma Vida Fora de Equilíbrio* (1982), de Godfrey Reggio, é uma delas. Dez anos depois, Ron Fricke, roteirista, editor e diretor de Fotografia de *Koyaanisqatsi*, lançaria *Baraka - Um Mundo Além das Palavras* (1992). Ambos os títulos têm proposta parecida. Tais obras apresentam uma coleção de cenas¹⁴¹ captadas em vários países. As imagens são intercaladas sem informações explicativas para o espectador.

Há, entretanto, algumas particularidades. *Koyaanisqatsi* é a primeira parte de uma trilogia sobre os impactos dos avanços tecnológicos no mundo contemporâneo. Conhecida como *Qatsi*, os demais títulos da série são *Powaqqatsi* (1988) e *Naqoyqatsi* (2002).

Para construir esse retrato, Reggio apresenta países diversos. Uma forma de compreender a presença humana é perceber como suas ações mudam seu habitat natural. A natureza é constantemente impactada pelo progresso. A força do homem é representada no filme através do maquinário, como os grandes equipamentos responsáveis pela exploração mineral. O enfoque recai sobre o que consolidamos enquanto sociedade, não a atividade individual. Ao se aproximar dos centros urbanos, *Koyaanisqatsi* salienta experiências compartilhadas. Congestionamentos

¹⁴¹ Para compreender a diferença entre cena e sequência, dois termos empregados nessa pesquisa, utilizamos a formulação de Christian Metz. O autor define o primeiro como “um segmento que mostra uma ação unitária e totalmente contínua, sem elipse nem salto de um plano ao outro” (citado por AUMONT e MARIE, 2003, p. 45) já a sequência “mostra uma ação seguida, mas com elipses” (citado por AUMONT e MARIE, 2003, p. 45)

no trânsito são apresentados como traços da vida na metrópole. Para salientar esses aspectos, interfere no ritmo da ação. Em muitos momentos, adere à câmera lenta. Em outros, cenas mostram ritmo alucinado (figura 7).

Baraka, por sua vez, passeia por vários cenários, mas registra de perto seus personagens (figura 8). O filme resgata costumes consolidados ao longo do tempo, em especial, maneiras de se envolver com o sagrado. A relação com o sobrenatural é percebida através de rituais religiosos: danças e orações são exemplos das diferentes formas utilizadas pelos povos para praticar suas crenças. O título do filme remete a uma palavra presente em diversas línguas, como árabe e hebraico. O termo significa “essência da vida” e “benção”¹⁴².

Fricke manteve esse mesmo estilo de produção em *Samsara* (2011), a continuação de *Baraka*. Sobre sua abordagem, explica¹⁴³: “quando as imagens andam juntas, querem começar a contar uma história linear a você [...] Não é isso o que quisemos fazer. Se a coisa faz sentido demais, você se verá fazendo um documentário”. Segundo o cineasta, sua abordagem cinematográfica foi influenciada por *2001: Um Odisseia no Espaço* (1968). O final da obra de Stanley Kubrick mudou sua vida: “Foi tudo não verbal.”

O depoimento de Fricke indica outra característica dos filmes de que participou, a ausência de diálogos. *Koyaanisqatsi* é preenchido pela trilha sonora composta por Philip Glass. *Baraka* também investe em temas incidentais (criados por Michael Stearns), mas é dominado pelo som ambiente.

Se em *Koyaanisqatsi* e *Baraka* os personagens não são ouvidos, *A Vida em um Dia* é repleto de depoimentos. Sequências destacam atividades cotidianas. O diálogo é apenas um elemento dessa situação corriqueira.

Em certos momentos, a câmera passeia em busca de um instante que demonstre uma atividade comum, seja para denunciar mazelas sociais ou para exibir traços de determinada identidade cultural (figura 9). Aspectos da vida privada são utilizados para evidenciar modelos de comportamento. Em algumas sequências, imagens de várias origens são justapostas para demonstrar um padrão, como a leitura de jornais ao redor do mundo, por exemplo.

¹⁴² *Baraka*. Disponível em <<http://www.spiritofbaraka.com/baraka>>. Acesso em 22 de janeiro de 2014.

¹⁴³ Poesia planetária reunida num filme. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/newyorktimes/64246-poesia-planetaria-reunida-num-filme.shtml>>. Acesso em 20 de março de 2013.

Figura 7 – *Koyaanisqatsi* mistura cenas em câmera lenta com imagens em ritmo acelerado



Fonte: *print screen* de fotograma de *Koyaanisqatsi*¹⁴⁴

Há uma preocupação em captar o exótico, o fato peculiar. Como a história do ciclista que circulou por diversos países. Ou exibir a agilidade de um praticante do esporte radical *parkour*. Em outras ocasiões, impera o tom confessional dos atores sociais. Há nascimentos, casamentos e evocações a familiares mortos ou com problemas de saúde. Busca-se o instante único na vida de determinados indivíduos.

¹⁴⁴ Disponível em: <<http://vimeo.com/21922694>>. Acesso em 13 de junho de 2013.

Figura 8 – *Baraka* registra de perto indivíduos e seus ritos religiosos



Fonte: *print screen* de fotograma de *Baraka*¹⁴⁵

Figura 9 - Tradições e costumes locais são mostrados em *A Vida em um Dia*



Fonte: *print screen* de fotograma de *A Vida em Um Dia*¹⁴⁶

¹⁴⁵ Disponível em: <<http://youtu.be/fIS0-ZJ7yXA>>. Acesso em 09 de junho de 2013.

¹⁴⁶ Disponível em: <http://youtu.be/JaFVr_cJJiY>. Acesso em 09 de dezembro de 2012.

A comunicação ganha relevo. Há conversas mediadas por computador e telefone. O dia proposto pela produção torna-se a data determinada por muitos para resolver pendências pessoais. O que seria um dia sem maior relevância na vida de vários indivíduos se transforma em evento especial. Um jovem liga para sua avó e conta ser homossexual. Outro rapaz aproveita a ocasião para receber conselhos de sua mãe. Ele deve ou não ligar para a amiga por quem nutre sentimentos amorosos? Um dia, que provavelmente não produziria nenhuma lembrança memorável, é transformado pela ideia de participação no filme.

2.4.3. Identificação das alterações que afetam a identidade do projeto ou dos sistemas relacionados a ele

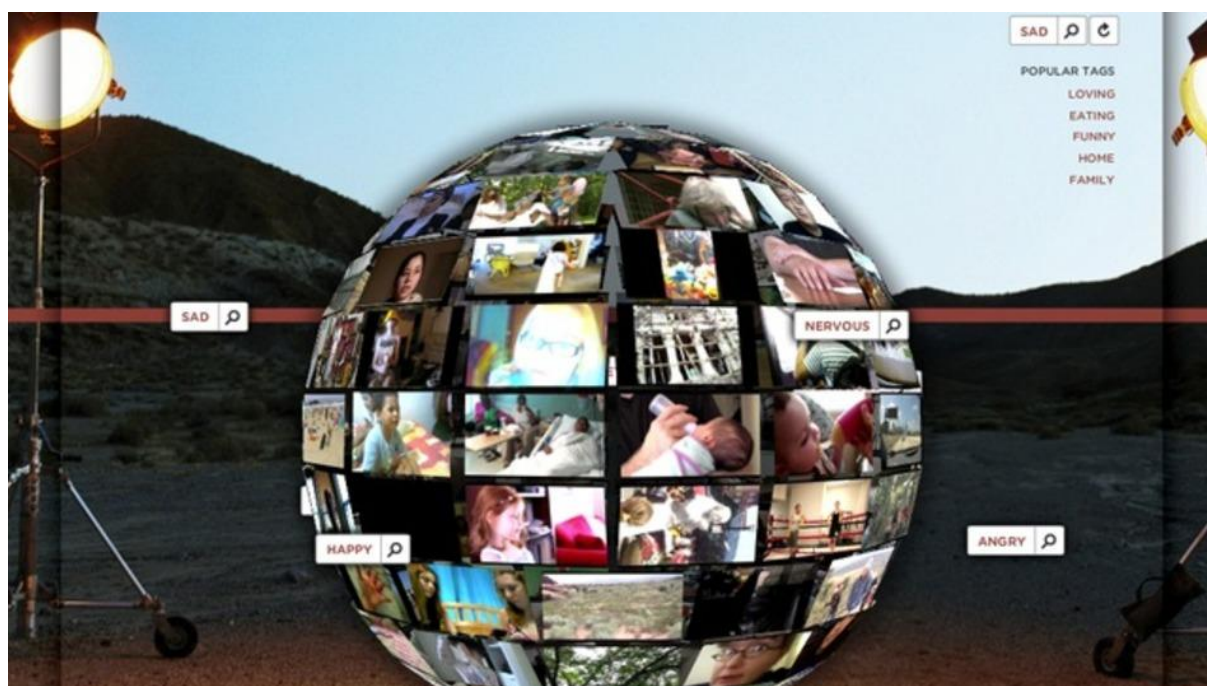
Grande parte da colaboração ocorreu em torno da gravação de imagens. A atividade foi realizada de forma descentralizada. Mas, em relação às demais etapas, uma equipe interna passou a conduzir a obra. Os 26 cineastas escolhidos não contribuíram em outros estágios da produção, apesar de aparecerem nos créditos como codiretores.

Do ponto de vista da divulgação, foram tratados com tal deferência. A produção de *A Vida em Um Dia*, aproveitando a reunião do grupo de voluntários na pré-estreia do filme no festival de Sundance, colheu depoimentos para uma série especial, *Meet the Filmmakers* (conheça os cineastas). Ainda em 2011, os personagens escolhidos foram novamente ouvidos noutra série, *One Year Later* (Um ano depois).

Na interpretação de Gaudenzi (2013), esse nível de colaboração não representa coautoria. Os participantes de *A Vida em Um Dia* são *crowd-producers*, visto que contribuíram em determinada fase. Além disso, a participação não requeria talento especial. A força desse tipo de obra reside na amplitude que ela alcança ao reunir múltiplos pontos de vista. O abrangente envolvimento dos interagentes deve, instrui Gaudenzi, ganhar visibilidade, sendo exposto com destaque na interface do projeto. Sem conseguir o engajamento de inúmeros participantes, um documentário colaborativo tende a enfrentar dificuldade para se manter ativo.

O filme linear foi apenas uma das manifestações de *A Vida em Um Dia*. Antes do lançamento do longa-metragem, a obra também ganhou uma apresentação dinâmica. Trata-se da *Life in a Day Interactive Gallery*¹⁴⁷ (figura 10), recurso que permitia ao público passear pelos arquivos recebidos pelo projeto. A visualização ocorria através de diversos filtros: palavras-chave, localização, humor, horário, dentre outros.

Figura 10: *Life in a Day Interactive Gallery*



Fonte: site da agência de publicidade DDB Canada¹⁴⁸

Mesmo quem não enviou vídeos pôde participar. Mas, se antes foi concedida a possibilidade de produzir conteúdo, nessa etapa o público deveria voltar sua ação para retrabalhar o que foi elaborado anteriormente. Foi lançado um concurso de edição¹⁴⁹ – caracterizado como “remix tool” pela empresa – para criar um trailer. O resultado foi exibido no YouTube.

A escolha do serviço de vídeos do Google indica o propósito de *A Vida em Um Dia*. Conquistar audiência no YouTube, quando o interesse do público muitas vezes é guiado por sucessos da indústria do entretenimento ou pelo exótico, é particularmente desafiador para novos profissionais. Grande parte dos canais mais

¹⁴⁷ <http://www.youtube.com/lifeinaday?x=explore>

¹⁴⁸ Disponível em: <<http://blog.ddbcanada.com/radar-ddb-10am-one-thing-life-in-a-day-gallery-on-youtube/>>. Acesso em janeiro de 2014.

¹⁴⁹ youtube.com/lifeinadaytrailer

populares, mesmo quando elaboram produções próprias, apresentam conteúdo de variedade. Ou seja, requerem uma atualização constante. O ritmo de produção cinematográfica é distinto.

Se o YouTube não realiza diariamente o trabalho de curadoria em torno do seu catálogo, há certas ocasiões em que isso ocorre. E geralmente o faz através de parcerias, pois, como expressam Burgess e Green (2009):

O YouTube não é somente mais uma empresa de mídia e não é somente uma plataforma de conteúdo criado por usuários. É mais proveitoso entender o YouTube (a empresa e a estrutura de site que fornece) como ocupante de coordenação entre criatividade individual e coletiva e a produção de significado; e como um mediador entre vários discursos e ideologias divergentes voltados para o mercado e vários discursos voltados para a audiência ou para o usuário. (p. 60).

Em 2010, o museu Guggenheim se uniu ao YouTube, criando o projeto YouTube Play¹⁵⁰, uma exposição online em que pessoas do mundo todo podiam enviar videoarte. Curadores escolheram os melhores trabalhos. Em 21 de outubro, foram divulgados os 125 trabalhos selecionados, entre 23 mil opções¹⁵¹.

Há também iniciativas voltadas exclusivamente para o cinema. Em 2008, o YouTube apoiou o *From Here to Awesome*¹⁵², criado para promover produções independentes e experimentais. Todavia, o serviço de vídeos do Google não possui uma diretriz clara sobre a continuidade dessas mostras virtuais. Embora relevantes, grande parte dos eventos próprios ou apoiados pelo YouTube são realizados sem uma periodicidade definida, muitos ficaram restritos a uma única edição. Caso de *From Here to Awesome*.

De todo modo, apenas uma pequena parte do catálogo do YouTube é composto de filmes, de acordo com o estudo realizado por Burgess e Green (2009). É importante lembrar que, mesmo ocupando um percentual pequeno, ainda é representativo. Afinal, o YouTube é um site de hospedagem de vídeos, e não apenas filmes. Essa curadoria produzida esporadicamente auxilia jovens cineastas, além de atrair mais diretores para a plataforma uma vez que esses criadores geralmente optam, como exposto anteriormente nesse capítulo, pelo Vimeo.

¹⁵⁰ <http://www.youtube.com/play>

¹⁵¹ Shortlist Announced Today for YouTube Play. A Biennial of Creative Video. Disponível em <<http://www.guggenheim.org/new-york/press-room/releases/3712-ytp-shortlist-release>>. Acesso em 20 de outubro de 2013.

¹⁵² <http://www.youtube.com/user/fromheretoawesome/>

Se o YouTube não é o destino principal dos cineastas, porque a produção de *A Vida em um Dia* (2011) escolheu o serviço como base? Há razões técnicas para isso. Receber o suporte do maior site de hospedagem de vídeos do mundo liberou a produção do filme de criar um sistema próprio para abrigar as contribuições do público. Há a preocupação em receber e armazenar o manancial de vídeos recebidos.

A Vida em um Dia, além disso, usou uma interface familiar aos voluntários. Isso demonstra que a escolha vai além de critérios tecnológicos. O tipo de conteúdo procurado pela produção de *A Vida em um Dia* é amplamente disponível no YouTube. Tais gravações se aproximam dos filmes caseiros, conforme lembram Burgess e Green (2009), filmagens da convivência familiar.

O material bruto continha mais de 4.500 horas¹⁵³. A versão final do filme tem pouco mais de 90 minutos. Seria impossível para uma pessoa assumir sozinha o processo de seleção. O editor Joe Walker não começou prontamente a montar o filme. Ele passou dois meses apenas observando que imagens esse esforço colaborativo havia produzido.

Walker foi acompanhado por uma equipe multinacional. Entre eles, havia estudantes, documentaristas, dentre outros profissionais do mundo do cinema. Eles deveriam dar notas para cada cena e adicionar palavras-chave (tag) para contextualizar a imagem. Esse expediente facilitou a edição. Se o cineasta quisesse criar uma sequência com imagens similares, isso seria facilmente realizável.

Desse recurso surgiu outra vertente da obra. *A Vida em um Dia* ganhou uma instalação artística (figura 11). Nela, era possível assistir não apenas aos vídeos selecionados no longa-metragem, mas todo o material remetido ao projeto. Para tornar o passeio mais intuitivo, o visitante escolhe temas a partir de palavras-chave. A tela sensível ao toque permitia ao visitante organizar o resultado. Ele desloca imagens, amplia vídeos. Em sequências mais longas, seria possível avançar a exibição, assim como ocorre no YouTube. Cada trecho possuía um Código QR próprio que, ao ser focalizado pela câmera do celular, abria no dispositivo móvel o vídeo de origem no YouTube.

A Vida em um Dia prossegue com continuações com foco especial. Da mesma

¹⁵³ Um dia na vida. Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/link/um-dia-na-vida/>>. Acesso em 10 de março de 2012.

forma que a produção original, o público de dois países (Reino Unido e Japão) foi convidado a registrar momentos de seu dia. Na sequência, as gravações deveriam ser publicadas no YouTube.

Figura 11 - Instalação artística de *A Vida em Um Dia*



Fonte: *print screen* de vídeo hospedado no site YouTube¹⁵⁴.

Moradores do Reino Unido gravaram em apenas um dia, 12 de novembro de 2011, mais de 750 horas de filmagem. Ao todo, 11 mil pessoas remeteram vídeos¹⁵⁵. *Britain in a Day* estreou no canal BBC2, um dos patrocinadores do filme. A obra fez parte da Olimpíada Cultural, programação artística elaborada para comemorar os jogos olímpicos de Londres 2012.

A delimitação geográfica de *Japan in a Day* é ainda mais precisa. O propósito especial do filme é destacar uma determinada região do país. O título foi feito para preservar a memória do tsumani que atingiu o Japão em 11 de março de 2011. O dia escolhido pela produção marcou o aniversário de um ano da tragédia. Para facilitar a realização, a Fuji TV, uma das apoiadoras, doou 200 câmeras para os habitantes das regiões afetadas. O YouTube recebeu mais de 8 mil vídeos, totalizando 300

¹⁵⁴ Disponível em: <<http://youtu.be/g4y6cppFxgo>>. Acesso em janeiro de 2014.

¹⁵⁵ Bishop of Lincoln to feature in BBC documentary. Disponível em <<http://migre.me/hPizt>>. Acesso em 27 de novembro de 2013.

horas de filmagens¹⁵⁶.

Embora o tema pudesse ganhar leituras em diversos países, afinal a data é celebrada mesmo por indivíduos de diferentes crenças, *Christmas in a Day* tem como base a visão dos britânicos.

2.4.4. Características que estabilizam ou desestabilizam o projeto

Afora o episódio japonês, realizado num contexto de exceção, *Christmas in a Day* se tornou a produção da série a receber menos contribuições. Atrelar o feriado natalino a um único país (Reino Unido) limitou bastante a participação da audiência. O público-alvo diminui, visto que a série não conserva mais a ideia lançada pelo título original de construir um retrato mundial da vida humana. Há também o desgaste natural causado pelo tempo. O desafio não é original, mas sim uma fórmula reiterada anualmente.

Outro ponto que contribuiu para reduzir o apelo de *Christmas in a Day* é que esse é o primeiro título da franquia a receber substancial apoio de uma empresa não ligada à produção audiovisual. A obra foi patrocinada pela Sainsbury, cadeia de supermercados britânica. O filme completo está disponível no perfil da empresa no YouTube¹⁵⁷. Imagens de *Christmas in a Day* também foram usadas na campanha publicitária natalina da Sainsbury. Apenas cerca de 30 pessoas liberaram seu direito de imagem para os comerciais¹⁵⁸.

O crítico de cinema Andrew Pulver aponta méritos na obra, considerado por ele um “retrato impressionista genial” de uma nação. Essa produção descentralizada permite captar momentos íntimos que provavelmente seriam perdidos. Todavia, se por um lado *Christmas in a Day* preserva as qualidades da produção original, por outro também repete suas fraquezas. As belas imagens e momentos tocantes do filme não revelam uma assinatura autoral. O crítico é, inclusive, reticente a

¹⁵⁶ Ridley Scott's documentary 'Japan in a Day' opens Tokyo Film Festival. Disponível em <<http://japandailypress.com/ridley-scotts-documentary-japan-in-a-day-opens-tokyo-film-festival-1712300/>>. Acesso em 12 de novembro de 2013.

¹⁵⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=Od1WIDxl44Y>

¹⁵⁸ Sainsbury's launches festive campaign with 'Christmas in a Day' clips. Disponível <<http://www.theguardian.com/business/2013/nov/13/sainsburys-christmas-advert-kevin-macdonald-youtube>>. Acesso em 15 de dezembro de 2013.

caracterizar Macdonald como diretor, pois ele não participou da concepção ou do registro fílmico, seu trabalho consiste em compilar conteúdo elaborado por outros. Pulver sintetiza seu pensamento da seguinte forma: “a natureza radical da construção do filme não resulta necessariamente em conteúdo inovador”¹⁵⁹.

No mesmo período em que *A Vida em um Dia* era produzido, outros filmes trilham o mesmo princípio. Em 2009, o Twitter serviu de inspiração para o documentário *140* (2009)¹⁶⁰, de Frank Kelly. Ele convidou 140 cineastas de todo o mundo (profissionais e amadores) para gravar filmetes de 140 segundos do mesmo dia e horário (21 de junho de 2009; às 13h, no horário dos EUA).

Outra realização similar é *One Day on Earth* (2012). Como os demais, seu objetivo era construir um retrato coletivo a partir do olhar individual numa determinada data; 10 de outubro de 2010 (10-10-10). Embora a premissa seja próxima, o caminho foi distinto. Ao contrário de *A Vida em Um dia*, esse projeto não reúne nomes estabelecidos da indústria do entretenimento. *One Day on Earth* foi liderado pelo diretor Kyle Ruddick e o produtor executivo Brandon Litman. Foi a primeira vez de ambos com longa-metragem, o que não se mostrou empecilho. 19 mil pessoas colaboraram com mais de 3 mil horas de vídeo¹⁶¹.

Ao longo do processo, novos apoiadores surgiram. O Vimeo deu suporte em relação aos vídeos. O Ning¹⁶², plataforma para criação de redes sociais digitais, orientou os recursos de interação da comunidade. O filme ganhou, inclusive, lançamento na Assembleia Geral das Nações Unidas, em Nova Iorque.

Diferente de *A Vida em Um Dia*, nem tudo foi articulado online. Para alcançar os lugares mais remotos, eles firmaram parcerias com 60 ONGs, que produziram mais de três mil horas de gravações¹⁶³. Isso permitiu captar imagens em nações fechadas, como a Coreia do Norte.

O projeto também forneceu câmeras para cineastas¹⁶⁴ em países como

¹⁵⁹ Tradução nossa: “[...] the radical nature of the film's construction does not necessarily make for radical content”. Christmas in a Day – review. Disponível em <<http://www.theguardian.com/film/2013/nov/28/christmas-in-a-day-youtube-film-review>>. Acesso em 23 de dezembro de 2013.

¹⁶⁰ <http://www.140faq.blogspot.com/>

¹⁶¹ 'One Day on Earth': The Most International Movie Premiere Ever. Disponível em <<http://mashable.com/2012/04/22/one-day-on-earth-premiere/>>. Acesso em 20 de outubro de 2013.

¹⁶² <http://www.ning.com/>

¹⁶³ One Day on Earth. Disponível em <<http://obviousmag.org/sphere/2013/03/one-day-on-earth.html>>. Acesso em 15 de novembro de 2013.

¹⁶⁴ Collaborative project shows "One Day on Earth". Disponível em

Afganistão, Bangladesh, Sudão e Venezuela. Os voluntários receberam apoio logístico do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).

Apesar disso, *One Day on Earth* quase não foi concluído. A verba se tornou escassa, sendo necessário um novo aporte financeiro¹⁶⁵. O Kickstarter foi a solução encontrada. Pouco mais de mil pessoas doaram US\$ 44 mil. A meta inicial era US\$ 25 mil dólares.

One Day on Earth (2012) tem duração de 104 minutos. Mais do que o longa-metragem, Ruddick e Litman visavam lançar um movimento¹⁶⁶. A comunidade criada em torno do projeto prosseguiu com novas produções. A ideia inicial virou uma trilogia, com filmes gravados nos anos seguintes (11/11/11 e 12/12/12). Produções derivadas se seguiram. *One Day On Earth: Survival* relata a luta de pessoas e comunidades diante de desafios globais atuais, como as mudanças climáticas. O projeto recebeu mais de 4 mil horas de vídeo. Focar em outros tópicos ou em locais específicos, como gravar em determinado país, faz parte dos planos¹⁶⁷.

É verdade que os participantes, assim como em *A Vida em Um Dia*, não se envolveram na edição. Todavia, *One Day On Earth* não constrói uma comunidade em torno de cada projeto. Todos os filmes foram feitos a partir de uma plataforma própria (figura 12).

A estrutura do site¹⁶⁸ traduz essa orientação. Nele, é possível conferir todo o material recebido. O arquivo é visualizado a partir de um mapa¹⁶⁹. Mas o site não é apenas um espaço para coleta e armazenamento de arquivos, a página também funciona como uma rede social. É possível criar perfis e, a partir deles, interagir com outros cadastrados.

One Day On Earth pode ser caracterizado como um documentário da categoria *The Community of Purpose*. Segundo Rose:

[...] o que é fascinante nesta categoria é que o processo colaborativo - o diálogo e as experiências envolvidas na produção - começam a ser tão

<http://www.undp.org/content/rblac/en/home/ourwork/povertyreduction/successstories/one_day_on_earth/>. Acesso em 02 de dezembro de 2013.

¹⁶⁵ www.kickstarter.com/projects/onedayonearth/one-day-on-earth-filmed-in-every-nation-in-one-day

¹⁶⁶ Filmmakers' First Opus Stars Everyone on Earth. Disponível em <<http://www.nytimes.com/2011/08/30/movies/one-day-on-earth-seeks-to-capture-the-world.html>>. Acesso em 20 de setembro de 2013.

¹⁶⁷ Final chapter of "One Day on Earth" trilogy filmed worldwide. Disponível em <<http://www.reuters.com/article/2012/12/13/entertainment-us-oneday-idUSBRE8BC01V20121213>>. Acesso em 04 de dezembro de 2013.

¹⁶⁸ <http://www.onedayonearth.org/>

¹⁶⁹ <http://archive.onedayonearth.org/index.php/videos>

importantes quanto o produto. [...] O conteúdo pode crescer de forma irrestrita, impulsionado por colaboradores¹⁷⁰.

Em dezembro de 2013, o site contava com mais de 35 mil cineastas. A página se transformou numa cooperativa global. Isso porque *One Day On Earth* também disponibiliza serviços de filmagens, de comerciais a campanhas sociais, “em qualquer lugar, a qualquer hora”, conforme anuncia o site¹⁷¹.

Figura 12 – Página inicial de *One Day On Earth* convida o visitante para inúmeras atividades



Participate in a Global Media Creation Community.

One Day on Earth is a unique global movement, community media creation platform, and collaborative film production engine. We invite you to join our international community of thousands of filmmakers, hundreds of schools, and dozens of non-profits, and contribute to this unique global project. Many future filming events will be announced in the coming year. One Day on Earth is a community that not only watches, but participates.

Fonte: *print screen* do site *One Day On Earth*.

Em relação a *A Vida em Um Dia*, foi preservado da obra original a ideia de produção colaborativa, resgatada sem uma periodicidade definida. Gaudenzi (2013) é bastante crítica sobre o grau de participação concedido nesse tipo de projeto. Os interagentes atuam numa fase inicial, não interferindo em etapas posteriores.

¹⁷⁰ Tradução nossa: “What’s fascinating in this category is that collaborative process – the dialogue and experiences involved in production – begin to be as important as product.”

¹⁷¹ <http://www.onedayonearth.org/page/services>

Embora acolha a colaboração de diversas fontes, o projeto não representa, conforme frisa a autora, uma nova forma de interação produtiva. Constitui uma estratégia de marketing que se apropria do conceito de *crowdsourcing* para atrair uma vasta audiência.

Entretanto, *A Vida em Um Dia* foi lançado como um projeto multiplataforma. Embora as peças estejam elaboradas, não se trata de um processo totalmente engessado. *A Vida em Um Dia* foi além de um único longa-metragem, por isso não deixa de constituir um documentário vivo, mesmo que preceitos criativos (a visão do diretor e do editor, bem como estipular um período delimitado para a filmagem) e técnicos limitem a participação contínua do interagente. É necessário esperar um novo convite para saber qual a temática da nova realização. Por outro lado, mudar a obra através de novas edições, ou propor caminhos próprios para explorar o conteúdo, estavam presentes em outros desdobramentos de *A Vida em Um Dia*. O problema é que ferramentas interativas como *Life in a Day Interactive Gallery* e o recurso de criação de remix foram descontinuados.

Como veremos no capítulo três, não raro documentários digitais abandonam suas características interativas. Apesar da força comercial e tecnológica de seus inúmeros parceiros, *A Vida em Um Dia* não renova seus processos. A série documental continua fincada no YouTube. Embora seja o site de maior visibilidade em relação a hospedagem de vídeos, não foi criado especificamente para a elaboração de obras colaborativas.

A diversidade que poderia surgir é comprometida. Com o fim do *Life in a Day Interactive Gallery*, os vídeos não selecionados no longa são apresentados de forma dispersa, sem uma interface que facilite sua busca.

Enquanto muitos projetos investem no desenvolvimento contínuo, *A Vida em Um Dia* mantém seu ritmo indefinido de produção. O projeto aglutina uma multiplicidade de relatos, mas não permite ao grupo de indivíduos se aproximar das demais etapas da produção.

3. Múltiplos caminhos

3.1 Autoria coletiva

As tecnologias digitais, enuncia Lévy (1999), são agentes de “mutações culturais” não apenas por sua natureza multimídia, que mistura suportes diversos, como som, texto e vídeo, mas por igualmente propiciar a integração dos sujeitos sociais.

Esse quadro cria o cenário propício para a criação de obras em rede, atividades elaboradas de forma descentralizada por diversos indivíduos. A prática é compreendida como “Inteligência coletiva”, conceito elaborado pelo teórico francês (1998) que caracteriza o processo no qual o conhecimento é formado a partir da soma de múltiplas aptidões individuais.

Em nossas interações com as coisas, desenvolvemos competências. Por meio de nossas relações com os signos e com a informação adquirimos conhecimentos. Em relação com os outros, mediante iniciação e transmissão, fazemos viver o saber. [...] Pelas competências e conhecimentos que envolve, um percurso de vida pode alimentar um circuito de troca, alimentar uma socialidade de saber. (LÉVY, 1998, p. 27)

Jenkins (2009, p. 56), acrescenta que “a inteligência coletiva refere-se a essa capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros. O que não podemos saber ou fazer sozinhos, agora podemos fazer coletivamente”. A rede social Comic Space¹⁷² é um exemplo. Essa comunidade digital une redatores e ilustradores de histórias em quadrinhos. O fluxo de produção não é externo, ocorre na própria rede segmentada.

Todavia, como acontece a conversação num contexto em que há mais de um autor? Esse criador não é apenas quem determina o conteúdo escrito do texto, ele é compreendido “como princípio de agrupamento do discurso, como unidade e origem de suas significações, como foco de sua coerência” (FOUCAULT, 2004, p.26). Roland Barthes, no texto *A Morte do Autor* (2004), explica que o conceito de autoria centralizado numa única voz foi construído ao longo da história recente:

¹⁷² <http://comicspace.com/>

O autor é uma personagem moderna, produzida sem dúvida por nossa sociedade na medida em que, ao sair da Idade Média, com o empirismo inglês, o racionalismo francês e a fé pessoal da Reforma, ela descobriu o prestígio do indivíduo ou, como se diz mais nobremente, da "pessoa humana". Então é lógico que, em matéria de literatura, seja o positivismo, resumo e ponto de chegada da ideologia capitalista, que tenha concedido a maior importância à "pessoa" do autor (BARTHES, 1988, p. 66).

O "império do autor" permanece forte, admite Barthes, mas a expressão de enunciados aponta atualmente para uma multiplicidade de sentidos. Até porque "o escritor moderno nasce ao mesmo tempo que seu texto" (p. 68). Além disso, o leitor não é apenas alguém que absorve o texto de outro. O processo de escrita abandona o foco exacerbado no autor e passa a compreender e enaltecer a perspectiva da leitura:

Assim se desvenda o ser total da escritura: um texto é feito de escrituras múltiplas, oriundas de várias culturas e que entram umas com as outras em diálogo, em paródia, em contestação; mas há um lugar onde essa multiplicidade se reúne, e esse lugar não é o autor, como se disse até o presente, é o leitor: o leitor é o espaço mesmo onde se inscrevem, sem que nenhuma se perca, todas as citações de que é feita uma escritura; a unidade do texto não está em sua origem, mas no seu destino, mas esse destino não pode mais ser pessoal: o leitor é um homem sem história, sem biografia, sem psicologia; ele é apenas esse alguém que mantém reunidos em um único campo todos os traços de que é constituído o escrito. É por isso que é derrisório ouvir-se condenar a nova escritura em nome de um humanismo que hipocritamente se arvora em campeão dos direitos do leitor. [...] sabemos que, para devolver à escritura o seu futuro, é preciso inverter o mito: o nascimento do leitor deve pagar-se com a morte do Autor (BARTHES, 1988, p. 68-69).

Como evidencia Santaella (2007), o processo de criação no cinema é grupal. Entretanto, as fronteiras entre as diversas funções estão mais diluídas. Integrantes de coletivos nacionais, como o Filmes a Granel (Paraíba), Alumbramento (Ceará) e Filmes do Caixote (São Paulo), revezam suas competências nas obras desenvolvidas em grupo. Cezar Migliorin (2011) denomina esse novo estilo de produção como cinema pós-industrial. Nele, a organização da equipe não repete os métodos do cinema industrial. A expertise não é rígida, cada profissional vai além da sua área de competência original. "O cinema pós-industrial se constitui com uma outra estética do set e das produtoras. Grupos e coletivos substituem as produtoras hierarquizadas, com pouca ou nenhuma separação entre os que pensam e os que executam" (MIGLIORIN, 2011).

Nessas produções, os profissionais desempenham funções transitórias, mas a equipe ainda é formada por indivíduos atuantes na economia criativa. Em produções

tradicionais, como ressalta Santaella (2007), a participação está limitada a um mesmo grupo de pessoas (artistas). O que nem sempre ocorre em projetos multimeios. Narrativas colaborativas desenvolvidas no ciberespaço reúnem um grupo plural de pessoas, muitas delas autodidatas ou mesmo estreantes em produções audiovisuais. Ou seja, são sujeitos sociais sem formação técnica tradicional ou vínculos profissionais com o setor cinematográfico. São indivíduos com tipos diversos de conhecimento, nos mais variados níveis de habilidade.

Dependendo dos agentes inseridos nesses processos, a dinâmica varia bastante. Em documentários vivos que abordam determinados aspectos da realidade social, como veremos ao longo desse capítulo, o fluxo cooperativo valoriza a criação de conteúdo inédito.

Já produções audiovisuais que reciclam ideias anteriormente lançadas podem ter sua dinâmica interior contestada por fatores externos. Isso porque, como veremos no capítulo seguinte, nem sempre essas ações atentam para os marcos regulatórios estipulados no direito intelectual.

3.2 Processo contínuo

Projetos multimídia geralmente chegam ao público com conceito delimitado: seu alicerce e organização, definidos. Do ponto de vista estrutural, faz sentido. Ainda mais quando seu realizador tem uma ideia consolidada do que busca atingir. A pré-produção de uma obra multimeios requer, muitas vezes, o desenvolvimento de um sistema próprio, o que demanda tempo, recursos financeiros e testes. Conforme observa Santaella (2007):

O que é diferente no mundo digital, entretanto, é que a própria produção artística não pode dispensar sua sincronização com o trabalho de cientistas e técnicos, pois o conjunto de habilidades requeridas exige a contribuição de competências variadas (p. 78).

Gaudenzi (2013) explica que, se por um lado o desenvolvimento tecnológico facilitou a difusão de saberes, também criou desafios técnicos anteriormente inexistentes para as produções audiovisuais, como elaborar a plataforma na qual esse processo ocorre. Num documentário linear, a linguagem e o ciclo de produção

tendem a obedecer orientações consolidadas. Uma criação interativa, por outro lado, acrescenta estágios distintos no ciclo de produção corrente, como sinaliza Gaudenzi:

Quando falamos em documentário participativo, devemos especificar que existem diferentes momentos possíveis de participação e que nem sempre são acessíveis a todos. Efetivamente, o *modus operandi* da produção de documentários interativos é dividido em quatro etapas: pré-produção (pesquisa e idéias) do autor; a produção (realização técnica da própria plataforma, que envolve a codificação e, por vezes, criação de conteúdo); lançamento da plataforma digital (muitas vezes inicialmente sem informações) e elaboração de conteúdo pelo usuário (GAUDENZI, 2013, p. 192)¹⁷³.

Antes do lançamento do documentário interativo, é importante atentar para diversos aspectos técnicos. Cada caminho abre novas questões: como o documentário interativo se comportará nos inúmeros artefatos (os vários modelos de computadores, tablets e celulares)? Seus recursos funcionam corretamente? Que tipo de adequações no layout são necessárias para se ajustar ao tamanho das diversas telas? Vale lembrar que as soluções devem ser visualmente atraentes e de fácil utilização.

De início, é preciso definir se haverá um site, uma ferramenta própria ou os dois. No caso da primeira opção, a página funcionará em todos os navegadores? Para garantir uma experiência comum, sites recomendam um navegador específico.

Em relação aos dispositivos móveis, novamente encontramos um setor fragmentado. Por isso, podem-se aplicar soluções multiplataforma, como o HTML5, que oferece acessibilidade independente do sistema. Trata-se de um web app que, ao ser acessado através de um navegador, cria um atalho na tela inicial do dispositivo.

A estratégia contorna uma questão técnica, pois é desnecessário adequar o projeto às configurações de um único sistema. O método também garante mais independência ao projeto, em razão da sua ausência nas lojas de aplicativos móveis (App Store e Google Play são as mais populares). Com isso, o aplicativo escapa das políticas restritivas de inclusão de produtos. Tais espaços são guiados por preceitos moralistas. Não raro, aplicativos com nudez são vetados.

¹⁷³ Tradução nossa: "When we speak about participatory documentary, we should specify that there are different possible moments of participation and that those are not accessible by the same players. Effectively, the production life of interactive documentaries appears to be, in most cases, split in four: author's pre-production (research and ideas), author's production (technical realisation of the platform itself, which involves coding, and sometimes production of some content), launch of the digital platform (sometimes empty of content) and user's content production."

Esses são alguns dos pontos norteadores da definição da arquitetura do projeto. A necessidade de montar um projeto multifacetado e uma equipe mais plural gera outro desafio: os custos tendem a ser maiores numa produção multimídia. Apesar disso, as condições de financiamento para esse tipo de projeto são reduzidas. Nos filmes não lineares que almejam contar histórias continuamente, esse esforço é maior. Uma obra linear, após seu lançamento, está pronta. Sua manufatura, enquanto produto cultural, foi concluída. Casos de novas montagens (*director's cut*) são exceção. Há outras etapas envolvidas, como distribuição e divulgação, mas a obra em si não passará por transformações. É a partir do último corte que o público terá acesso a ela. O investimento num projeto multimídia é diferente. É necessário hospedar o site. Não se trata de uma página comum, muitas vezes estática e formada basicamente por texto e imagens. Como um documentário interativo recebe contribuições do público e hospeda vasto material audiovisual, seus custos são elevados. Há ainda a necessidade de profissionais voltados para acompanhar a movimentação da audiência. Afinal, cada projeto cria em torno de si uma comunidade própria. Além disso, é necessário garantir que o site aguente a demanda de visitantes. Afinal, para imergir nesse novo mundo, a navegação deve prosseguir com fluidez, sem engasgos.

Priorizar uma estratégia fechada desde o início pode, por outro lado, direcionar/limitar a participação do público. Embora muitas vezes a obra seja um filme não linear, sua concepção é bastante orientada. Por isso, alguns projetos preferem dividir sua evolução em etapas. É uma forma de contornar gastos, mas também de ampliar a participação do público. A interação propicia rotas não vislumbradas pelo idealizador da obra. Dessa forma, o documentário vivo avança de acordo com seu desenvolvimento. No caminho, vão surgindo desdobramentos.

Foi o processo escolhido por Elaine McMillion, diretora de *Hollow*¹⁷⁴, projeto sobre uma comunidade rural norte-americana. A obra é situada em McDowell County, pequena cidade que luta para preservar suas raízes¹⁷⁵. O município sofre com o êxodo dos seus habitantes, principalmente dos mais jovens. A população local, outrora maior que 100 mil habitantes, agora reúne cerca de 22 mil pessoas. A economia não apresenta mais a pujança de antes. Abandonar a terra natal em busca de novas oportunidades foi o caminho de muitos.

¹⁷⁴ <http://hollowdocumentary.com>

¹⁷⁵ <http://www.hollowthefilm.com/about/the-project/>

A equipe do filme coordenou os trabalhos em McDowell County. Entre os profissionais havia designers, jornalistas e programadores que, durante quatro meses¹⁷⁶, viveram na cidade. Nem todos os integrantes precisariam se deslocar pois muitas atividades poderiam ser desenvolvidas na pós-produção. Entretanto, a aproximação com o tema possibilitou debater o documentário com a comunidade retratada, que expressou suas expectativas a respeito da produção.

O envolvimento da cidade com o projeto foi amplo. Foram realizados workshops¹⁷⁷ para capacitar a produção amadora. Os moradores receberam orientações sobre filmagens, edição e *storytelling*. Como explica McMillion, esses encontros com a população ajudaram a detectar a forma como as pessoas gostariam de auxiliar a produção. Nem todos queriam gravar imagens, mas preservar suas memórias de outras formas, como explorá-las em textos. Essas adições alimentavam um mapa. O projeto foi financiado¹⁷⁸ via Kickstarter.

Para a cineasta, ouvir o público local¹⁷⁹ reflete o propósito de seu filme. McDowell County é apenas um exemplo de um fenômeno apresentado em boa parte do interior norte-americano. McMillion almeja gerar uma discussão sobre a questão. Trata-se de uma história em evolução, uma trajetória não conclusa. Refletir sobre o assunto influenciaria uma tomada de ação, mudando o destino dessas localidades.

Nem sempre o desenvolvimento de uma plataforma própria é o caminho. Muitos projetos preferem canais existentes, como as redes sociais digitais. É uma forma de baratear custos, mas não só. O projeto facilita a participação do público. Afinal, ele não precisará compreender como funciona uma nova interface.

O *iSeeChange*¹⁸⁰, que investiga como as mudanças climáticas afetam o planeta, alimenta uma perfil¹⁸¹ no YouTube com contribuições do público. É comum ir além de um único serviço. Até porque a maioria dos projetos não se restringe a coletar apenas registros imagéticos, estáticos (foto) ou em movimento (vídeo). Por reunir diversos tipos de arquivos – dados visuais convivem com áudio e texto, por

¹⁷⁶ <http://docubase.mit.edu/project/hollow/>

¹⁷⁷ INTERVIEW: ELAINE MCMILLION DIRECTOR HOLLOW. Disponível em <<http://dmau.com/participatory-documentary/interview-elaine-mcmillion/>>. Acesso em 20 de setembro de 2013.

¹⁷⁸ <http://www.kickstarter.com/projects/elainemcmillion/hollow-an-interactive-documentary>

¹⁷⁹ The New Digital Storytelling Series: Elaine McMillion. Disponível em <<http://filmmakermagazine.com/66938-the-new-digital-storytelling-series-elaine-mcmillion/#.UtqdEta5dQI>>. Acesso em 13 de setembro de 2013.

¹⁸⁰ <http://www.thealmanac.org/year.php>

¹⁸¹ <http://www.youtube.com/user/iSeeChange>

exemplo - tais obras criam múltiplas fontes de interação com a audiência. Para identificar as diversas ruas nos EUA que têm como nome “Main”, o *Mapping Main Street*¹⁸² recebe contribuições de fotos através de um grupo no Flickr¹⁸³. Os vídeos são publicados numa comunidade própria no Vimeo¹⁸⁴.

Figura 13 – Os diversos arquivos de *PlanetTakeout*



Fonte: print screen do site *Planet Takeout*.

Com o intuito de investigar o fluxo migratório dos chineses, *Planet Takeout*¹⁸⁵ usa uma gama ainda maior de serviços digitais (figura 13). Além do próprio site, email, Flickr e o YouTube, o projeto recorre a serviços que suportam diversos arquivos multimídia (Tumblr¹⁸⁶ e Facebook) e um exclusivo para áudio (Soundcloud¹⁸⁷). Com exceção da fanpage no Facebook¹⁸⁸, *Planet Takeout* não mantém espaços próprios, como grupos. Cada usuário publica conteúdo a partir de seu perfil nessas redes pessoais. O interagente é igualmente responsável por colaborar com a organização desses arquivos. As informações que adiciona facilitam

¹⁸² <http://www.mappingmainstreet.org/>

¹⁸³ <http://www.flickr.com/groups/mappingmainstreet/>

¹⁸⁴ <http://vimeo.com/groups/mappingmainstreet>

¹⁸⁵ <https://www.facebook.com/PlanetTakeout>

¹⁸⁶ <https://www.tumblr.com>

¹⁸⁷ <https://soundcloud.com>

¹⁸⁸ www.facebook.com/PlanetTakeout

o agrupamento de arquivos em torno do projeto. Caso os arquivos não disponham de dados de geolocalização, recomenda-se ao usuário adicionar essa referência. A inclusão da tag #planettakeout facilita a integração do conteúdo.

Outro caminho é eleger plataformas voltadas especificamente para documentários interativos. O Documunity¹⁸⁹ surgiu com esse propósito. O espaço agrega várias etapas do ciclo de produção. A partir dele, é possível desenvolver atividades fílmicas, como publicar vídeos e editar o material, mas também articular a interação com o público, visto que o sistema mantém grupos em torno de um mesmo projeto. O site permite criar contas pessoais, emulando a lógica das redes sociais. A empreitada foi lançada pelo Collaborative Film Studio, projeto de pesquisa de doutorado supervisionado pela Swinburne University of Technology (Melbourne, Austrália).

Autointitulado como a primeira página de criação de documentários colaborativos¹⁹⁰, Documunity vislumbra desenvolver a cooperação em várias esferas. O diálogo deveria apontar para um fluxo de reflexão intensa entre os criadores (figura 14). Abaixo de cada vídeo, uma aba (*Discussion*) serviria para esse propósito. O material seria complementado continuamente com a adição de sons, vídeos e fotografias. Todas as modificações realizadas eram arquivadas. Rastrear o caminho de elaboração do projeto tornava possível reeditar ou remixar o documentário a partir de diversos pontos.

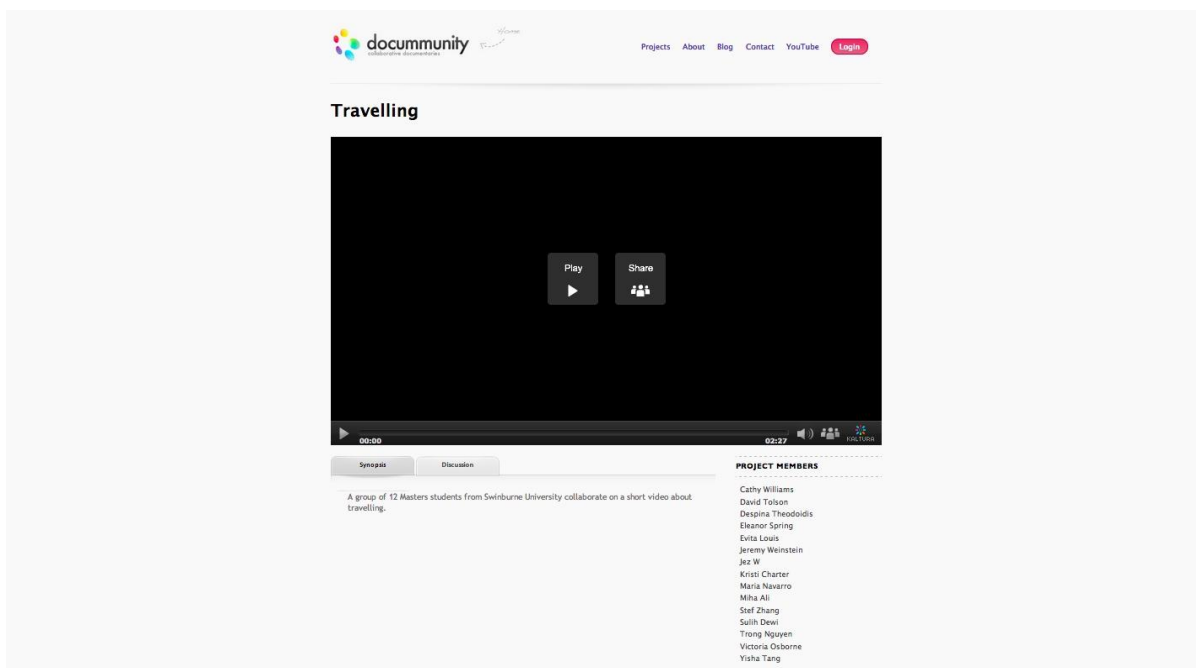
Embora desbravador, Documunity não concretizou plenamente seu programa. Há problemas na plataforma, principalmente no recurso de edição. Usuários reclamam que suas contribuições não são efetivadas.

A maior adversidade, todavia, recaiu sobre a dinâmica dos participantes. O diálogo é escasso. Quando existe, a conversação salienta não a obra em si, mas como contornar problemas técnicos do site. A troca de ideias é mínima.

¹⁸⁹ <http://www.documunity.com/>

¹⁹⁰ <http://www.documunity.com/pages/about>

Figura 14 – Documunity



Fonte: *print screen* do site Documunity.

A conversa foi limitada também pelo fato da ferramenta não ter atraído atenção significativa. Do seu lançamento até dezembro de 2013, apenas sete documentários optaram pela plataforma. Há poucos usuários cadastrados. A falta de audiência comprometeu a abrangência do projeto.

Destino diferente teve o Korsakow¹⁹¹. O sistema, ao contrário do que ocorre com o Documunity, requer instalação num servidor. Seu download é gratuito e, por ser um software de código aberto, programadores conseguem alterar sua estrutura.

Os projetos criados com a plataforma são chamados de *K-films* (K-filmes). O Korsakow cria narrativas fragmentadas a partir de múltiplos trechos de vídeos, cada um deles é descrito com palavras-chave. Novos dados podem ser incluídos continuamente, mesmo após o lançamento do projeto. Do ponto de vista do espectador, esse banco de dados dinâmico é apresentado numa interface na qual um vídeo aparece em destaque, ao mesmo tempo que propõe outras possibilidades para assistir na sequência. As combinações são plurais, mas a elaboração do projeto é fortemente orientada pela visão do autor. Conforme justifica o criador da plataforma, o cineasta Florian Thalhofer:

¹⁹¹ <http://korsakow.org/>

O que há de especial com o Korsakow é que o autor decide as regras de desenvolvimento do filme. Ele não está estipulando o curso da obra, mas as regras do jogo[...] É como uma partida de futebol no qual eu decido o tamanho do campo, conectando minhas equipes, mas não determino o resultado¹⁹².

O sistema é utilizado numa diversidade de experiências, incluindo documentários (o uso mais recorrente), ficções, instalações artísticas e transmissões ao vivo¹⁹³. A ferramenta foi lançada por Thalhoffer em 2000 e utilizada por ele em seu filme mais famoso, *GELD.GR – Money and the Greeks*¹⁹⁴, que oferece um bom exemplo do funcionamento do sistema. Quando a Europa mergulhou numa crise econômica, em meados de 2008, as dificuldades de alguns países se sobressaíram, como Itália, Portugal, Espanha e Grécia. A recomendação feita a essas nações integrantes da zona do euro era assumir uma política rígida de austeridade fiscal, controle de gastos estatais e arrocho salarial. A população, já afetada pelo cenário conturbado, ficou temerosa e tomou as ruas com o intuito de pressionar seus representantes a não implementarem medidas tão severas.

Para acompanhar essa conjuntura, o alemão Thalhoffer e sua esposa de origem grega Elissavet Aggou viajaram, em 2011, pela Grécia. No período, o casal alimentou um blog¹⁹⁵ e entrevistou moradores. Desse material, o editor Lefteris Fylaktos selecionou 203 vídeos¹⁹⁶. O material bruto, com mais de 30 horas, foi reduzido num filme de 4 horas e meia. Depois, o título foi apresentado em sessões em Berlim e Atenas. As pessoas indicaram suas cenas preferidas e o que retirar. Posteriormente, o processo migrou para a Web.

Cada grupo evidenciou ponderações distintas. Inicialmente, o projeto foi apresentado para três segmentos de público: gregos residentes em seu país, gregos que moram no exterior e alemães¹⁹⁷. O corte final, entretanto, manteve os temas controversos. A seleção não privilegiou apenas as cenas de grande aceitação.

¹⁹² Tradução nossa: "The thing that's special with Korsakow, is that the author decides on the rules with which the film evolves. He's not deciding on the course of the film but on the rules of the game [...] "It's like a soccer game for which I'd decide on the size of the pitch, plugging my teams in, but not deciding on the outcome." Disponível em <<http://www.memefest.org/en/openblog/2011/1/korsakow-from-film-cuts--software-codes/>>. Acesso em 02 de dezembro de 2013.

¹⁹³ <http://korsakow.org/vernissage/>

¹⁹⁴ <http://geld.gr>

¹⁹⁵ Disponível em alemão (<http://dgudg.de/de/blog/>) e grego (<http://dgudg.de/gr/blog/>)

¹⁹⁶ GELD.GR – MONEY AND THE GREEKS. Disponível em <<http://korsakow.tv/projects/money-and-the-greeks/>>. Acesso em 14 de novembro de 2013.

¹⁹⁷ New Korsakow Project: A Road Movie through the Greek Soul. Disponível em <<http://www.goethe.de/uun/bdu/en10471673.htm>>. Acesso em 20 de dezembro de 2013.

GELD.GR indica, através de cores (verde, amarelo e vermelho), como cada grupo avalia os trechos do filme (figura 15).

Figura 15 – Divergências e aproximações convivem em *GELD.GR*



Fonte: *print screen* do documentário digital *GELD.GR*¹⁹⁸.

Além disso, há sistemas concebidos para um projeto e que buscam ampliar seu alcance. De acordo com a designer de *Sandy Storyline*¹⁹⁹, Ariel Newland Kennan²⁰⁰, a ideia surgiu para abordar um acontecimento especial - relatar a tragédia causada pelo furacão que atingiu a costa norte-americana em 28 de outubro de 2012 - mas almeja evoluir e se tornar uma plataforma aberta. Assim, no caso de uma nova emergência, uma estrutura padrão estaria pronta para ser usada.

A diretora Rachel Falcone²⁰¹ justifica a adoção de uma estratégia colaborativa em *Sandy Storyline* empregando discurso similar ao de muitos diretores que trilham o mesmo caminho. Ela tinha a percepção de que apenas uma pessoa não deveria

¹⁹⁸ Disponível em: <<http://geld.gr/en/>>. Acesso em 02 novembro de 2013.

¹⁹⁹ <http://www.sandystoryline.com/>

²⁰⁰ Collecting Sandy's stories, one by one. Disponível em <http://www.cjr.org/reality_check/sandy_storyline.php?page=all&print=true>. Acesso em 02 de dezembro de 2013.

²⁰¹ Rockaway residents pitch in on documentary. Disponível em <<http://www.nydailynews.com/new-york/queens/rockaway-residents-pitch-documentary-article-1.1328562#ixzz2qndbuYD1>>. Acesso em 14 de dezembro de 2013.

narrar esses acontecimentos. Indivíduos residentes na localidade seriam os mais indicados para relatar eventos que protagonizaram.

O documentário colaborativo recebeu contribuições provenientes de múltiplos meios. A Infosfera foi um grande catalisador, mas outras formas de enviar material foram utilizadas. Enquanto em muitos projetos a contribuição é recebida apenas online, o *Sandy Storyline* recolheu depoimentos inclusive por ligações telefônicas. É um modo de facilitar a contribuição diante de um cenário de devastação, que comprometeu as telecomunicações, principalmente logo após a tempestade. A ação foi complementada com jornalistas voluntários indo a campo. Esse trabalho *in loco* permitiu entrevistar pessoas que teriam dificuldade em repassar informações ou mesmo desconheciam o projeto.

Dessa maneira, *Sandy Storyline* intercala material amador com conteúdo produzido por profissionais. Os relatos são apresentados em textos, vídeos ou fotografias. Essas últimas são reunidas e apresentadas como um curta. Os acontecimentos são narrados pelo próprio entrevistado.

3.3 Cooperação e conflito no ciberespaço

Historicamente, a produção e distribuição de conhecimento é influenciada pela convivência em sociedade (BURKE, 2003). No ciberespaço, como ocorre esse processo?

A cibertribo, assinala Seth Godin (2008), precisa apenas de dois componentes: partilhar um interesse comum e utilizar o mesmo sistema de comunicação. Ao permitir a interação em agrupamentos menores, a Internet enseja o compartilhamento de conteúdo massificado, mas também possibilita a disseminação de preferências distintas.

Com isso, a cultura de massa ganha a companhia, na Internet, de temas voltados para nichos. O fenômeno culmina na redistribuição da audiência, conforme reflete Chris Anderson (2006). Para ele, conteúdos segmentados podem competir com negócios massificados:

Ainda existe demanda para a cultura de massa, mas esse já não é mais o único mercado. Os hits hoje competem com inúmeros mercados de nicho,

de qualquer tamanho. E os consumidores exigem cada vez mais opções. A era do tamanho único está chegando ao fim e em seu lugar está surgindo algo novo, o mercado de variedades. (2006, p. 6)

Alex Primo (2006) compartilha de ideias similares. Segundo ele, o modelo de distribuição de produtos midiáticos a partir de um pólo emissor centralizador passa a disputar a atenção do público com informações produzidas pelo próprio receptor, agora organizado em pequenos grupos:

o modelo informacional de um grande centro distribuidor de mensagens passa a competir com a lógica sistêmica da conexão de micro-redes. Em outras palavras, enquanto o modelo massivo foca-se no centro, a Web 2.0 fortalece as bordas da rede (PRIMO, 2006, p. 3).

Entretanto, esclarece Lévy (1998, p. 66), uma formação grupal “não é necessariamente sinônimo de maciço e uniforme”. Segundo o teórico francês:

Longe de fundir as inteligências individuais em uma espécie de magna indistinto, a inteligência coletiva é um processo de crescimento, de diferenciação e de retomada recíproca das singularidades. A imagem móvel que emerge de suas competências, de seus projetos e das relações que seus membros mantêm no Espaço do saber constitui para um coletivo um novo modo de identificação, aberto, vivo e positivo (LÉVY, 1999, p. 32)

Ademais, mesmo a equipe tendo se formado em torno de um interesse similar, o desenvolvimento do trabalho ocorre entre atores sociais de características diversas, conjuntura propícia para gerar atritos.

Um dos questionamentos é gerado por conflitos a respeito da composição hierárquica. É necessário que alguns integrantes exerçam uma relação de comando ou proeminência em relação aos demais? Johnson (2003) defende que comunidades virtuais podem se auto-organizar. O autor define como “emergência” sistemas criados a partir do fluxo de baixo para cima e que combinam elementos anteriormente independentes.

Mesmo os mais otimistas paladinos da auto-organização sentem-se um pouco cautelosos quanto à falta de controle de um processo desse tipo. Mas entender a emergência sempre incluiu desistir de controle, deixar o sistema governar a si mesmo tanto quanto possível, deixá-lo aprender a partir de passos básicos (JOHNSON, 2003, p. 175).

O feedback²⁰² é peça fundamental na auto-organização de esquemas descentralizados. Ele permite a evolução do “sistema emergente” sem que suas características básicas sejam alteradas. Condutas são modificadas, mas os

²⁰² “Conexões de duas vias que fomentam a aprendizagem de nível mais alto” (JOHNSON, 2003, p. 88)

princípios norteadores da ação coletiva são preservados: “há grande potência e energia criativa na auto-organização, mas ela precisa ser canalizada em direção a formas específicas, para florescer em algo como inteligência” (p. 88).

A “complexidade organizada” permite, por exemplo, que um software de código livre ganhe atualizações. O esforço coletivo desenvolve novas versões do programa. Ele aglutinará recursos, mas ainda será o mesmo software. Sua premissa não foi alterada, pois a função a que se destina foi preservada, além de manter como base a intervenção aberta e compartilhada.

Nesse processo, é importante ressaltar que a instância de poder não é uma hierarquia de comando rígida exercida por indivíduos, mas sim o propósito da ação, bem como o conjunto de regras definidas de comum acordo pelos envolvidos.

Se algum desses sistemas - ou, em termos precisos, os agentes que constroem tais sistemas - repentinamente comesse a seguir regras próprias ou deixasse de seguir qualquer regra, o sistema pararia de funcionar. Não haveria inteligência global, apenas uma abundante anarquia de agentes isolados, um enxame sem lógica (JOHNSON, 2003, p. 135)

Por outro lado, Jenkins (2009) identifica a presença dos *brain trusts*, “a elite que tem acesso a informações não disponíveis ao grupo como um todo, e que exige que se confie nela como árbitro do que é apropriado compartilhar com a coletividade” (p. 71). Segundo o autor, isso estabelece “o retorno da hierarquia à cultura”. Todavia, essa orientação de controle não é percebida em todas as comunidades virtuais, pois há diversas formas de agrupamento sendo criadas:

A nova cultura do conhecimento surge ao mesmo tempo em que nossos vínculos com antigas formas de comunidade social estão se rompendo, nosso arraigamento à geografia física está diminuindo [...]. Entretanto, novas formas de comunidade estão surgindo: essas novas comunidades são definidas por afiliações voluntárias, temporárias e táticas, e reafirmadas através de investimentos emocionais e empreendimentos intelectuais comuns (JENKINS, 2009, p. 56-7).

Godin (2008) é enfático em estipular que tribos precisam de liderança. A presença do líder, enfatiza o autor, é um dos elementos essenciais na constituição das tribos. Segundo Godin, somos atraídos por lideranças e ideias. Vale ressaltar que a autoridade pode ser exercida por um único indivíduo ou dividida entre mais pessoas.

Maria Beatriz de Medeiros (2011) examina que, devido à composição multifacetada das obras multimídia, o trabalho artístico desenvolvido coletivamente

não é uma possibilidade, mas quase um obrigação. Para a autora, a vertente atual resgata uma configuração antiga, na qual não existia segmentação das artes. Nesse cenário de “arte total”, o esforço coletivo não divide habilidades, pois aproxima público e artistas.

Uma compreensão mais holística do mundo, do ser humano, poderia ter levado a esse nascimento de uma arte translinguística, pluridisciplinar, intersemiótica. [...] O trabalho artístico, que dá ao público a possibilidade de participação efetiva, pensa esses aspectos (MEDEIROS, 2011, p. 294).

Nem sempre a mistura do trabalho de amadores com a visão de profissionais resulta em equilíbrio de exposição entre as duas vertentes. O trabalho voluntário ganha espaço limitado. É o caso de *24h Berlin - A Day in the Life* (2009). Os 1440 minutos do filme dos diretores Romuald Karmakar, Andreas Veiel e Volker Koepp conferiram à obra a reputação de maior documentário da história. Gravado em tempo real ao longo de 24 horas (cinco de setembro de 2008) na capital alemã, o filme é cercado por superlativos. As 750 horas captadas requereram um ano para serem editadas. Apesar da sua longa duração, foi exibido na TV e na Web. O site não está mais ativo. Na época do seu lançamento, era possível assistir *Berlin - A Day in the Life* dividido em 24 segmentos, cada um representando uma hora do dia. Grande parte da versão final do filme foi captada pelas 80 equipes do projeto. Todavia, após seleção de uma comissão, foram adicionadas imagens produzidas pela audiência. O material de três cineastas autônomos foi acrescentado ao site²⁰³.

O projeto *Austin Music Map*²⁰⁴ é, em princípio, aberto a todos. Entretanto, o material remetido passa por triagem. O que a equipe do site não considera relevante, ou não possui uma qualidade técnica mínima, é vetado. A cidade de Austin é conhecida por sua vocação musical. Muitos shows ocorrem em pontos tradicionais. Outros demandam mais conhecimento da cultura local, pois acontecem em lugares menos comentados. No mapa, é possível encontrar vídeos, sons e fotografias de apresentações e relatos pessoais que resgatam a memória da cidade, permitindo ao visitante descobrir os principais espaços onde a música é celebrada, indo além do roteiro turístico.

Embora o conteúdo profissional domine o projeto canadense *Hyperlocal*²⁰⁵ é concedido certo prestígio à audiência. “O que mudou no seu bairro?”, Essa era a

²⁰³ <http://docubase.mit.edu/project/24h-berlin/>

²⁰⁴ <http://austinmusicmap.com/>

²⁰⁵ <http://hyperlocal.nfb.ca/#/hyperlocal/>

grande questão levantada. Para refletir sobre ela, *Hyperlocal* encomendou inicialmente o relato de cinco escritores renomados no país. Os textos são narrados pelos próprios autores e cada um deles ganhou uma interpretação visual particular. *The Red Light District*, de Hearther O'Neill, é contado através de colagens que mesclam fotos antigas e atuais dos bairros nos quais morou. Para alterar as imagens, basta locomover o mouse verticalmente (figura 16).

Figura 16 – *Hyperlocal* apresenta o relato da escritora Hearther O'Neill



Fonte: print screen de *The Red-light District*, segmento do site *Hyperlocal*²⁰⁶.

Apesar de estarem em destaque, não eram as únicas histórias presentes. O projeto também acionou a contribuição popular. O público manifesta o que mudou na sua vizinhança através de texto, foto, áudio ou vídeo. Todo o material é publicado no site, sendo conferido através de um mapa. Alguns relatos aparecem com distinção²⁰⁷. Um deles, entretanto, ganharia maior evidência. Um júri escolheu uma das contribuições para receber tratamento multimídia, assim como os cinco segmentos principais. Dessa forma, Melissa Bull²⁰⁸ pôde contar sua história. Entretanto, sua apresentação é a menos dinâmica de todas. Para acompanhar a narração da personagem, há apenas um mosaico de fotos que crescem quando se

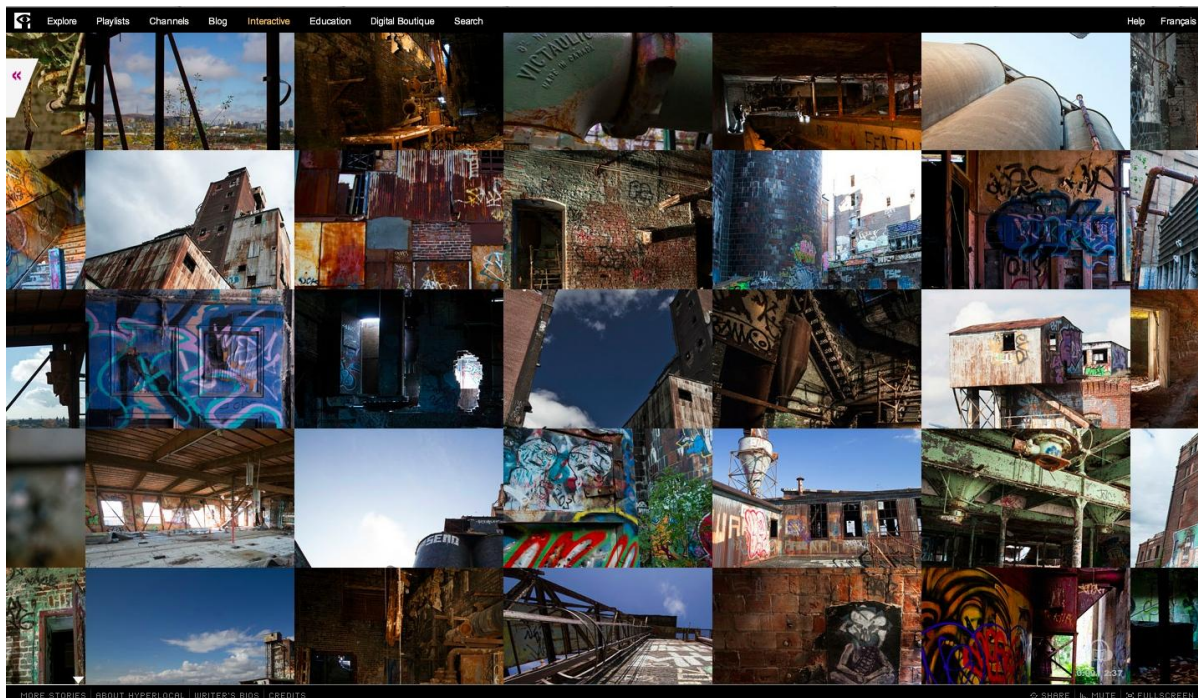
²⁰⁶ Disponível em: <<http://www.cbc.ca/radio/hyperlocal/nfb-oneill.html>>. Acesso em outubro de 2013.

²⁰⁷ <http://hyperlocal.cbc.ca/?filter=edi#miniCBCTop>

²⁰⁸ <http://hyperlocal.cbc.ca/mediadetail/11431569-NFB%20Interactive:%20In%20the%20Shadow%20of%20the%20Canada%20Malting%20Silos?offset=0>

clica em cima delas (figura 17).

Figura 17 – Melissa Bull, uma das colaboradoras de *Hyperlocal*



Fonte: print screen de *In the Shadow of the Canada Malting Silos*, segmento do site *Hyperlocal*²⁰⁹.

Mesmo quando não há uma autoridade constituída, a própria relação do grupo possibilita o surgimento de hegemonias. Um dos fatores de diferenciação seria o capital social, que indica o nível de reputação alcançado numa área (BOURDIEU, 2001). Todavia, autoridade não é sinônimo de poder (RIBEIRO, 2007), pois representa atributos que conferem respeito ao ator social.

O capital social passa por variações. De acordo com Raquel Recuero (2007), para crescer, é necessário que a interação entre as partes seja ampliada. Isso caracteriza a existência de laços sociais fortes.

A interação social é compreendida como geradora de processos sociais a partir de seus padrões na rede, classificados em *competição*, *cooperação* e *conflito*. [...] Sem cooperação, no sentido de um agir organizado, não há sociedade. A cooperação pode ser gerada pelos interesses individuais, pelo capital social envolvido e pelas finalidades do grupo. A competição compreende a luta, mas não a hostilidade, característica do conflito. [...] O conflito, de outro lado, pode gerar hostilidade, desgaste e ruptura da estrutura social. Muitas vezes, é associado à violência e à agressão. Para que exista a competição, não é necessário um antagonismo concreto, enquanto no conflito, sim (RECUERO, 2009, p.81-82)

²⁰⁹ Disponível em: <<http://www.cbc.ca/radio/hyperlocal/inf-bull.html>>. Acesso em outubro de 2013.

Ou seja, o próprio processo de colaboração pode gerar atrito. Lessig (2006) lembra que prestígio adquirido não é uma característica imutável. E Recuero (2006) considera que, como a reputação é alicerçada na exposição de ideias, a credibilidade do indivíduo sofre influência do que ele declara posteriormente.

3.4 #18daysinegypt: um estudo de caso

#18daysinegypt²¹⁰ (18 Dias no Egito) foi criado pelo jornalista e documentarista Jigar Mehta e pela designer de interação Yasmin Elayat. O foco do trabalho é a participação dos egípcios na Primavera Árabe, manifestações populares ocorridas entre 2010-2012 em vários países do Oriente Médio. O movimento, após 18 dias de protestos no Egito, pôs fim à ditadura de Hosni Mubarak.

#18daysinegypt emprega uma plataforma cooperativa, que organiza material produzido e distribuído na Web 2.0 ou recebe dados a partir de um site próprio. Agora, como afirma Domingues (1997, p. 20), o “artista não é mais o autor solitário de suas peças”.

Mas o projeto vai além da coleta de registros. O público mescla informações, criando voluntariamente apresentações no formato *slideshow* a partir do que foi compartilhado.

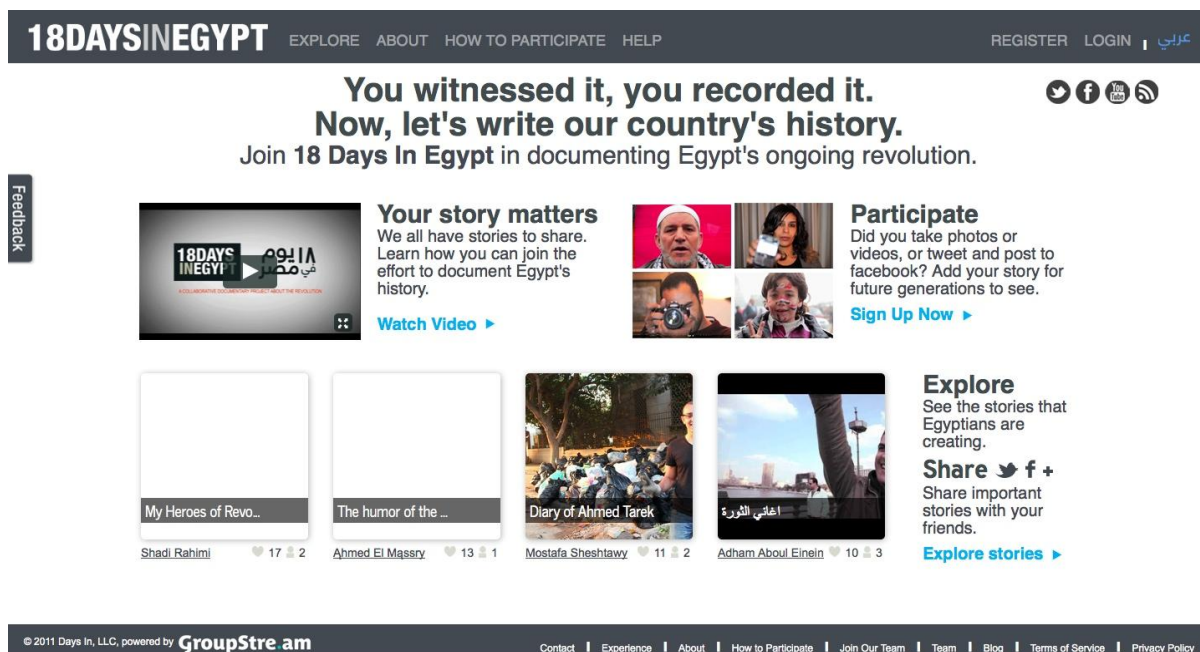
3.4.1. Principais componentes e dimensões do projeto

A experiência de #18daysinegypt é marcada por quatro componentes centrais: o GroupStream, a estrutura desse sistema interno, bem como sua interface; o site; os criadores do projeto e os voluntários que alimentam a página.

Nos arquivos avaliados, de janeiro a abril de 2012, o processo de colaboração ocorreu de forma aberta. O usuário pôde utilizar vários tipos de arquivos, bem como não havia triagem sobre o que era publicado.

²¹⁰ <http://beta.18daysinegypt.com/>

Figura 18 – Página inicial de #18DaysinEgypt



Fonte: print screen do site #18DaysinEgypt.

Outra forma de colaboração, de maneira irrestrita, ocorreu quando o site angariou fundos via Kickstarter²¹¹. O projeto mantém perfis no Facebook²¹², Twitter²¹³ e YouTube²¹⁴. Mas, afora o último, esses espaços são usados para divulgação. Premiações e citações na imprensa ganham importância. Já o YouTube tem como função publicar vídeos sobre o tema abarcado por #18daysinegypt. Apesar de aparecerem na página inicial do projeto, eles desempenham papel secundário no ecossistema da obra.

O mais interessante não são os perfis próprios de #18daysinegypt, mas a apropriação feita do material existente nessas redes sociais digitais. São arquivos produzidos espontaneamente por pessoas que compartilharam suas participações nas manifestações. Eles não atenderam o chamamento de um produtor, nem tampouco tinham como objetivo a inclusão num projeto multimídia.

É para arquivar e contextualizar tais dados que existe #18daysinegypt. Quem torna isso possível é o sistema GroupStream. Criado especialmente para #18daysinegypt, o recurso agrupa informações dispersas publicadas nas redes

²¹¹ <https://www.kickstarter.com/projects/18days/18-days-in-egypt>

²¹² <http://facebook.com/18Days>

²¹³ <https://twitter.com/18daysinegypt>

²¹⁴ <http://www.youtube.com/user/18daysinegypt>

sociais. O visitante adiciona atualizações do Facebook e do Twitter, fotografias do Flickr, vídeos do YouTube e links para outras páginas. O usuário não precisa ser autor do material. Desde que o arquivo esteja liberado para acesso público, é possível selecioná-lo. A plataforma também permite inserir diretamente arquivos, como vídeos e textos.

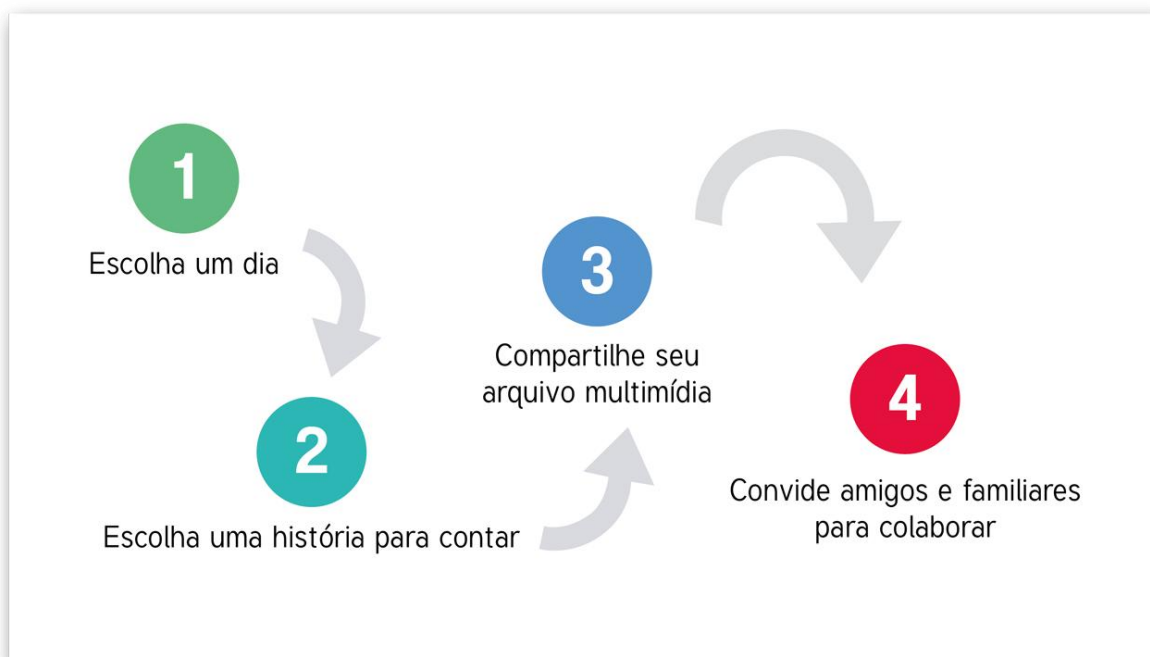
Essa propriedade encontra o pensamento de Arlindo Machado. Embora, como assinala o autor (1997, p. 67), a abrangência de cada arte tenda a se fundir “num único círculo do tamanho inteiro da cultura”, é possível observar especificidades trazidas a cada modalidade artística. A própria ideia de expansão é percebida no cinema:

Eis por que essa arte das imagens em movimento - que no passado já foi teatro de sombras, caverna de Platão, lanterna mágica, praxinoscopia (Reynaud), fenaquistiscopia (Plateau), cronofotografia (Marey) e depois se tornou cinematografia (no sentido que lhe deu Lumière) - está sofrendo agora um novo corte em sua história para se tornar *cinema expandido*, ou seja, o *audiovisual*. Nesse sentido, ele vive um momento de ruptura com as formas e as práticas fossilizadas pelo abuso da repetição e busca soluções inovadoras para reafirmar sua modernidade (MACHADO, 2010, p. 67).

O interagente não acessa diretamente o GroupStream. O recurso faz parte da estrutura interna do site. E é a partir dele que histórias são criadas (*Stream*; fluxo). Não é necessário cadastro prévio para assistir os curtas criados. No tópico *explore*, qualquer um encontra as últimas inclusões, itens recomendados, as produções mais populares ou confere todo o material indexado por data. Inicialmente, o site apresenta como menu itens explicativos e que incentivam o ingresso na ferramenta, como *About* (sobre) e *How to Participate* (como participar).

Para incluir novas histórias, é necessário criar um perfil no site. O usuário insere seus dados ou vincula uma conta de outra rede social, como Facebook ou Twitter, ao site de *#18daysinegypt*. Concluído o processo, os itens do menu são modificados. Agora, as opções são: *Create* (crie); *Explore, My stream* (segmentos criados pelo usuário), *Our stream* (sequências elaboradas pelos contatos) e *Help* (ajuda). Além disso, no topo direito do site aparecem o nome e a foto de perfil do interagente.

Figura 19 – Gráfico indica o fluxo de criação no GroupStream

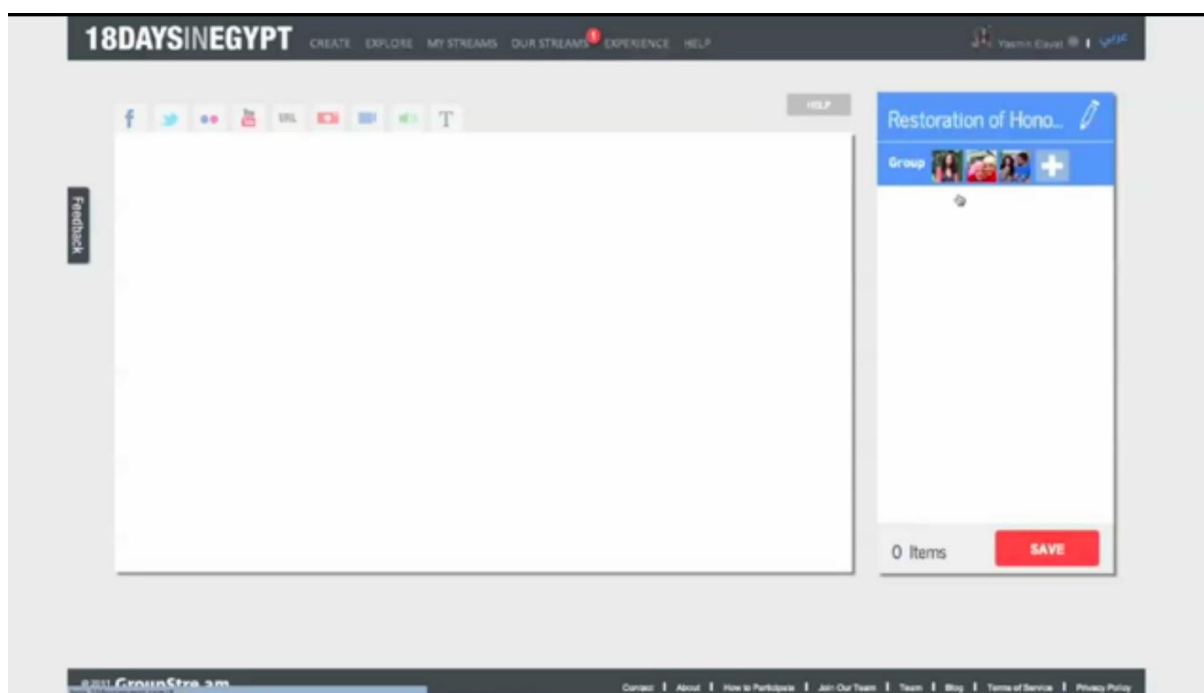


Fonte: Tradução nossa do fluxograma do site *#18DaysinEgypt*²¹⁵.

Na etapa inicial, o visitante insere dados para contextualizar sua criação (figura 19). A primeira informação fornecida é o dia em que ocorreu o fato. Em seguida, adiciona-se um título e uma pequena descrição. Posteriormente, o usuário localiza num mapa (dados fornecidos pelo Google Maps) o local do evento e finaliza com o nome de quem lhe acompanhou. A partir daí ele começa a preencher seu *Stream* com conteúdo (figura 20).

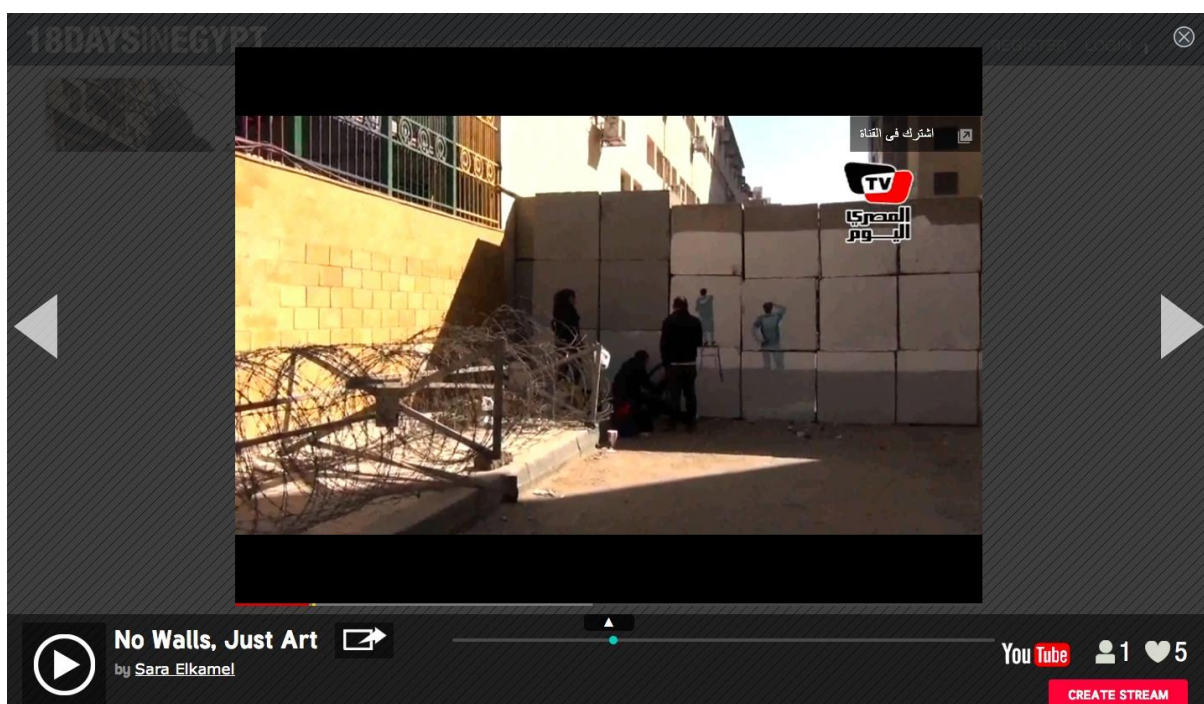
²¹⁵ Disponível em: <<http://beta.18daysinegypt.com/#!/how>>. Acesso em 13 de novembro de 2013.

Figura 20 – Estrutura interna para a criação de um Stream



Fonte: print screen do site #18daysinegypt.

Figura 21 – GroupStream permite incluir arquivos provenientes de vários sites, como o YouTube



Fonte: print screen de No Walls Just Art, segmento apresentado no site #18daysinegypt²¹⁶

²¹⁶ Disponível em: <<http://beta.18daysinegypt.com/og.php?sid=1056>>. Acesso em 06 de setembro de 2013

3.4.2. Organização do projeto

A página funciona como uma rede social para narrar histórias conjuntamente. Quando indivíduos participam da mesma manifestação, é possível vincula-los no site a esse momento. A inclusão é implementada a partir do próprio site ou através de convite. Mais de uma pessoa pode ser adicionada ao *Stream*. Diante disso, o projeto passa a ser coletivo: todos os integrantes desse grupo tem autonomia para modificar o *Stream*.

Em *#18daysinegypt*, a participação é direcionada para quem esteve de fato nos atos políticos. Dessa forma, *#18daysinegypt* pode ser caracterizado como uma rede formada por *subject-producers*. No entendimento de Gaudenzi (2013), tal grupo é constituído quando o documentário requer um perfil característico de personagem; esses indivíduos então produzem conteúdo sobre suas atividades.

A importância da territorialidade ganha destaque nos documentários vivos colaborativos. A referência geográfica domina muitos títulos. Há o desejo latente de caracterizar uma determinada comunidade, independente do seu tamanho ou número de habitantes. Trata-se de uma história com múltiplos protagonistas. Por mais trivial que seja a rotina, toda história merece ser contada.

Em muitos casos, como em *#18daysinegypt*, é o próprio sujeito social que seleciona quais momentos da sua vida merecem ser registrados e exibidos publicamente, independente de seus conhecimentos de produção cinematográfica.

A memória construída coletivamente permite realizar um desejo recorrente dos documentaristas. Gauthier (2011) reconhece que cineastas buscam gravar a sucessão de fatos como eles ocorrem, independente da presença de uma equipe de filmagem.

Os lugares em geral [...] não dizem nada a quem ignora esse passado; uma testemunha só se torna elemento revelador quando ela fala. A função do documentário é também transformar lugares sem memória em lugares de memória e fazer emergir a fala enterrada da testemunha. Ele *produz* documento antes de organizá-lo à sua maneira (GAUTHIER, 2011, p. 202).

Esses profissionais são testemunhas, não participantes da ação. Além disso, salienta Gauthier, captar o fluxo corrente da história permite aos diretores ter contato com os acontecimentos antes que aspectos como imaginação popular e esquecimento alterem a exposição da realidade.

“A vida do improviso”, “a vida tal como ela é”, “a vida sem afetação”: são fórmulas que atestam a busca obscecada, pelos documentaristas do presente, da riqueza da experiência vivida. Seus filmes testemunham disso, mas também seus textos, para aqueles que escrevem, suas palavras ao longo das entrevistas para os outros. Essa constância não é realmente recompensada, pois a passagem da vida para a tela é dolorosa e cria suspeita. O cineasta que volta de seus encontros de campo, gostaria de restitui-los intactos (GAUTHIER, 2002, p. 215).

Geralmente é através de um mapa que a contribuição do público é relevada. Esses sites trazem um gráfico representativo de uma área delimitada. Interativa, a planta apresenta mais do que características geográficas. Sua função é mapear acontecimentos, sinalizando o local em que ocorreram.

As histórias reveladas por *#18daysinegypt* abordam os dias tumultuados da revolução, mas nem tudo é confronto. Há prevalência de momentos edificantes, muitas vezes os vídeos prestam tributo a quem deu suporte ao movimento. Como em *The Motorcycle Heroes*²¹⁷ (Os heróis da motocicleta). As ambulâncias tinham dificuldade em prestar auxílio em todos os lugares. Diante disso, motoqueiros passaram a transportar feridos para postos de atendimento improvisados. Outros registros mostraram a rotina dos dias que sucederam o levante. *No Walls, Just Art*²¹⁸ (Sem muros, apenas arte) mostra a efervescente arte de rua egípcia.

Isso torna possível captar e preservar o olhar dos indivíduos e, a partir daí, construir um cenário abrangente da insurreição egípcia. Esse posicionamento está próximo do raciocínio de Luz (1997, p. 34-35), que avalia existir diversas maneiras de narrar um acontecimento “justamente porque o modo de contar afeta o sentido mesmo da história contada”.

Embora os usuários tenham liberdade para criar suas histórias sem passar por qualquer controle editorial, a gestão do site reside em seus criadores. Mehta e Elayat possuem uma via de livre acesso com o público, observando como a ferramenta é utilizada. Ademais, o projeto manteve uma equipe própria, com integrantes captando histórias *in loco* ou desempenhando a manutenção da parte tecnológica.

²¹⁷ <http://beta.18daysinegypt.com/#!/explore/streams/898>

²¹⁸ <http://beta.18daysinegypt.com/og.php?sid=1056>

3.4.3 Identificação das alterações que afetam a identidade do projeto ou dos sistemas relacionados a ele

Mudanças fazem parte da orientação do projeto. Esse posicionamento é evidenciado no endereço eletrônico: beta.18daysinegypt.com. O termo beta é bastante empregado em ferramentas digitais para designar projetos que ainda passarão por ajustes.

Jigar Mehta esclarece que o projeto foi lançado sem um direcionamento a respeito da utilização do material coletado. *#18daysinegypt* foi apresentado tendo como objetivo “re-imaginar a produção documentária e aproximar o público do método de contar histórias”²¹⁹. Apesar de classificar sua obra como documentário, o cineasta tem uma relação dúbia com o termo. Para ele, o projeto é mais uma *startup*²²⁰ do que filme de não ficção.

O processo, esclarece o cineasta, só tomou forma quando começou a ser executado. Perguntas começaram a surgir: que tipo de conteúdo as pessoas estavam compartilhando? Como adaptar a plataforma para esse material? Um dos ajustes necessários foi estimular os participantes a não apenas partilhar arquivos multimídia, mas também a enriquecer seus relatos citando quando e onde o fato ocorreu, bem como mencionar os demais manifestantes presentes. O próprio site passou por atualizações, recursos foram adicionados.

Para Mehta, *#18daysinegypt* é mais “vivo” que um documentário. O cineasta não se refere apenas ao resultado, mas também à própria realização. A produção de um filme de não ficção requer uma rede menor de contatos. Uma pequena equipe, formada por diretor, produtor, cinegrafista, técnico de som e editor, é suficiente. E, apesar do cineasta dialogar constantemente com os personagens, eles não são responsáveis pela condução do trabalho.

É interessante observar como *#18daysinegypt* também abarca em seu conceito a ideia de mobilização para fins de mudança da realidade social. Ou seja, sua definição de colaboração adquire uma visão ampla. A contribuição efetiva

²¹⁹ Tradução nossa: “The idea behind 18 Days in Egypt is to really re-envision the documentary of the future and to get the audience closer to the storytellers”. 18 Days in Egypt Co-Creator Jigar Mehta. Disponível em <<http://www.pbs.org/pov/blog/2012/05/18-days-in-egypt-co-creator-jigar-mehta/#.UeFDXmSY5-x>>. Acesso em 15 de abril de 2013.

²²⁰ Empresa iniciante focada em produtos e serviços inovadores.

ocorre, inclusive, após a convivência propiciada pelo documentário. Ela é resultante da apreciação da obra, mas não se restringe apenas a interpretá-la. Abraçar causas sociais é um posicionamento recorrente dos documentários. Muitos deles são instrumentos de denúncias de mazelas sociais. O que o documentário interativo permite é criar uma rede de relacionamento cujo objetivo é desafiar essa realidade. O documentário não apenas relata um fato, ele se torna um agente transformador dessa questão.

O trabalho de coletar material para criar fluxos narrativos não era realizado apenas por voluntários. Uma campanha no Kickstarter viabilizou a contratação de seis jornalistas, que foram a campo cobrir os eventos. Antes de atuarem, receberam treinamento para desenvolver a atividade. A meta era alcançar 20 colaboradores diretos, entre jornalistas e integrantes da equipe de informática²²¹.

Ter uma equipe em solo serviu para contornar um problema estrutural do país. Apenas 25% da população egípcia acessa regularmente a Internet. Por isso, esses jornalistas preservaram a memória daqueles que estão à margem das novas tecnologias. Ademais, também atuam como embaixadores do projeto, divulgando a importância de não apenas participar dos eventos, mas de registrá-los. Esse programa interno, batizado inicialmente de *18DaysInEgypt fellows*, evoluiu para uma empreitada independente. Trata-se do *Egypt Journalism Project*, cuja missão foca no treinamento de jovens jornalistas cidadãos²²².

A mudança alterou a dinâmica do projeto. Inicialmente totalmente online, *#18daysinegypt* passou a empregar uma solução híbrida, mesclando a produção descentralizada e amadora de muitos com a coordenação de uma equipe própria e capacitada para desempenhar essa função.

É um posicionamento distinto ao caminho percorrido por outro documentário sobre o mesmo assunto. Em *Tahrir Square: The Good, The Bad, The Politician* (2011), três diretores (Amr Salama, Tamer Ezzat e Ayten Amin), cada um responsável por um segmento do filme, contam a história da Primavera Árabe a partir de vários pontos de vista. Eles entrevistaram personalidades envolvidas com o levante no Egito, bem como utilizaram gravações amadoras de ativistas presentes no epicentro do conflito, a praça Tahrir, e demais pontos de manifestação. Por meio

²²¹ <https://www.kickstarter.com/projects/18days/18-days-in-egypt/posts/173229>

²²² 18 Days In Egypt. Disponível em <<http://sandbox.tribecafilminstitute.org/projects-2011.html>>. Acesso em 27 de outubro de 2013.

do Twitter, a produção recebeu mais de 300 gigabytes de vídeos com manifestações sobre a revolução. Dessa forma, os cineastas aproveitaram o fluxo de informação criado pelo movimento popular. Todavia, como se trata de um filme linear, apenas uma pequena parte desse conteúdo foi aproveitada no documentário²²³.

3.4.4. Características que estabilizam ou desestabilizam o projeto

A dinâmica de atualização do projeto depende bastante dos voluntários. São eles que, em grande parte, alimentam o site. Esse é um dos grandes anseios dos criadores de *#18daysinegypt*: manter o projeto vivo para além dos dias iniciais da revolução egípcia. Cobrir temas políticos, como as eleições do país, bem como retratar as mudanças trazidas pelo regime democrático, são desdobramentos possíveis.

Mas o entusiasmo participativo diminui com o distanciamento temporal do acontecimento. A conturbada conjuntura política do país, fato que encadeou o lançamento de *#18daysinegypt*, poderia colaborar para manter o interesse no projeto. Afinal, o quadro não se estabilizou, tendo o país mudado de governo duas vezes em pouco tempo. Os anseios dos ativistas não se materializaram, o que propiciaria a continuidade das reivindicações. Entretanto, o clima de repressão aumentou, e participar de movimentações que contribuem para uma mudança iminente é diferente de se tornar um militante com atuação constante.

Ingressar num projeto que pede para os interagentes identificarem quando participaram de manifestações e quem os acompanhou coloca em risco a liberdade dos indivíduos. O estado de vigilância causa apreensão. Até porque o cenário futuro não é promissor. Depois de uma breve experiência presidencial, cujo governo tinha fortes ligações religiosas, o Egito passou a novamente ser governado por uma junta militar.

Desse modo, será relevante a atenção constante dos seus idealizadores para manter o site disponível. Mas há custos envolvidos. *#18daysinegypt* é mantido por

²²³ Crowdsourcing The Documentary: Egyptian Filmmaker Uses Twitter To Gather 300 GB of Activist Video. Disponível em <<http://www.fastcoexist.com/1678135/crowdsourcing-the-documentary-egyptian-filmmaker-uses-twitter-to-gather-300-gb-of-activist-v>> Acesso em 02 de abril de 2013

uma organização sem fins lucrativos. Ao contrário de outras iniciativas multimídia, o projeto não gerou produtos culturais comercializáveis, como DVDs e livros, o que amplia a necessidade de doações. A empreitada conta com apoiadores fortes, como a Ford Foundation, Tribeca Film Institute e Sundance Institute. Mas nada indica que esse apoio permanecerá a longo prazo.

A situação atual do projeto revela aspectos preocupantes. Os perfis de *#18daysinegypt* nas redes sociais estão abandonados. Não são atualizados desde a metade de 2013.

Fato mais grave ocorreu com o GroupStream. Durante o desenvolvimento da plataforma, seus idealizadores perceberam que o sistema poderia ser utilizado por outros sites colaborativos. Por isso, após a consolidação de seu projeto primário, eles vislumbravam lançar uma versão aberta do recurso. Para dar mais autonomia de customização a outros produtores multimídia, seriam necessários ajustes estruturais no GroupStream²²⁴. Isso não se concretizou. Pior: o site da plataforma não está mais disponível.

De acordo com a seção do site que organiza a página por data²²⁵, *#18daysinegypt* não recebe adições desde janeiro de 2013. Mesmo com a queda da colaboração na captação de novas histórias, o aparato permanecerá válido para fins de memória. Gerações futuras terão a possibilidade de compreender esse relevante momento histórico do Egito a partir de pontos de vista de quem participou do processo.

Embora não seja mais alimentado constantemente, *#18daysinegypt* é considerado um documentário vivo pois sua fórmula já atendeu essa orientação, podendo ser retomada posteriormente. O site foi responsável pela coleta de diversas vivências, cada uma delas com características distintas de abordagem. Nessas histórias, não há progressão linear dos personagens. Quem dita o ritmo é o próprio visitante.

Como não há um desfecho para a trama, o passeio representa, para usuários menos cultivados, disperso. O percurso revelar-se mais labirinto que quebra-cabeça. Contudo, nessa estrutura hiper fragmentada, aponta Gaudenzi (2013), a coerência narrativa não é elaborada pelo autor, mas a partir da navegação do usuário. Aqui a

²²⁴ Introducing collaborative storytelling platform GroupStream's first tale: 18DaysInEgypt. Disponível em <<http://arabnet.me/eleven-days-in-egypt/>>. Acesso em 20 de setembro de 2013.

²²⁵ <http://beta.18daysinegypt.com/#/explore/date>

lógica do *crowdsourcing*, infere a autora, foi implementada plenamente. Dessa forma, o criador do projeto deixa de ser o "narrador de uma história" para se tornar o "facilitador de histórias de outras pessoas".

4. Múltiplas transformações

4.1 Cultura livre

O conteúdo produzido e distribuído por amadores é bastante difundido nas redes sociais digitais. Esse material usualmente desperta interesse pelo caráter inusitado das cenas exibidas e não por sua qualidade técnica ou pela temática. São gravações usualmente sem orientação estética e que apresentam momentos corriqueiros da vida de anônimos.

Grande parte desses arquivos é relevante apenas para um círculo pequeno de pessoas, como família e amigos. Segundo Andrew Keen (2009), as plataformas digitais são utilizadas para fazer autopropaganda e divulgar produções de qualidade duvidosa.

A revolução da Web 2.0 disseminou a promessa de levar mais verdade a mais pessoas - mais profundidade de informação, perspectiva global, opinião imparcial fornecida por observadores desapaixonados. Porém, tudo isso é uma cortina de fumaça. O que a revolução da Web 2.0 está realmente proporcionando são observações superficiais do mundo à nossa volta, em vez de análise profunda, opinião estridente (KEEN, 2009, p. 19-20).

James Surowiecki (2006, p. 44) é menos taxativo, embora evidencie preocupação similar: “só porque a inteligência coletiva é real, não significa que será bem utilizada”. Um dos perigos surge quando o indivíduo não partilha seu conhecimento, apenas replica a posição da maioria. Ao repetir o que o grupo dissemina, o sujeito social deixa de colaborar para a diversidade de pensamento, alicerce da “sabedoria das multidões” (SUROWIECKI, 2006).

Howard Rheingold (2002) assume tom moderado. O autor ressalta que, assim como ocorre em todo salto tecnológico, as consequências são variadas. Vertentes benéficas irrompem, assim como procedimentos positivos existentes tendem a desaparecer.

Para Rheingold, o resultado é majoritariamente positivo. Computadores conectados em rede possibilitaram uma mudança na forma como as inovações aparecem. Agora, o que emerge de mais relevante surge à margem das grandes corporações. Até porque, pondera Migliorin (2011), a desvalorização do conteúdo

amador em relação às criações profissionais pouco revela sobre sensibilidade artística, sendo guiada pelo ângulo dos meios de produção comerciais.

Quando o debate é pautado pela lógica industrial, parece haver um claro interesse em apontar para o cinema feito hoje como um cinema não profissional, feito por jovens e novatos, não percebendo, ou fechando os olhos, para uma maneira de operar a vida e o trabalho como um processo de criação e não como peça de uma engrenagem. No atual estágio do capitalismo, em que as vidas mesmo são as principais produtoras de valor, a separação entre amador e profissional passou a ser bastante tênue, interessando sobretudo àqueles que pretendem gerir e organizar as forças da multidão (MIGLIORIN, 2011).

Mesmo o conteúdo caseiro encontra novos destinos através da expressão artística. Disponibilizados na Internet, esses arquivos são reconfigurados. Da reapropriação e da justaposição de material diverso, surgem novas obras. Foi o que fez o músico e produtor israelense Kutiman. Ele juntou partes de vídeos musicais amadores, retirou um trecho sonoro de cada um, remixou-os e criou oito canções: o álbum *Thru Yous*²²⁶ é o resultado final.

Não se trata de um caso isolado. Após os shows da banda inglesa Radiohead, no Brasil, em março de 2009, o brasileiro Andrews Guedis reuniu várias filmagens amadoras das apresentações publicadas na Internet. Desses fragmentos, lançou o projeto *Rain Down*²²⁷, DVD colaborativo de download gratuito.

Nesse novo cenário, o espectador não apenas consome o produto final. Ele também se lança em realizações próprias ou dialoga com outros indivíduos, sejam especialistas renomados ou iniciantes, para desenvolver bens culturais. Don Tapscott e Anthony D. Williams (2007) caracterizam como *prosumer* o consumidor que igualmente fornece serviços e produtos. Geralmente organizados em redes horizontais, conseguem reunir competências e recursos que uma única empresa seria incapaz de levantar sozinha.

Agrupamentos voluntários, pronuncia Jenkins (2009), podem preencher hiatos da atuação comercial, o que beneficiaria indústrias estabelecidas. Essa maior inserção da audiência na produção de conhecimento decorre da cultura participativa. De acordo com o autor:

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis

²²⁶ <http://thru-you.com/>

²²⁷ <http://raindown.com.br/>

separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações - e mesmo indivíduos dentre das corporações da mídia - ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros (JENKINS, 2009, p. 28)

Atentar para o que é produzido por amadores, argumenta Rheingold (2002), é uma questão de sobrevivência para as empresas. O aperfeiçoamento e a renovação são cultivados dentro do ambiente corporativo, através de departamentos voltados para o teste de novas propostas. Mas a indústria terá melhores resultados ao observar o cenário externo, principalmente a rica produção criada por amadores.

A aproximação está envolta em conflito. O *prosumer*, indicam Tapscott e Williams (2007), nem sempre é movido por interesses comerciais. A colaboração também é guiada pelo desejo de beneficiar o bem comum.

Até porque a mesma abertura em relação aos arquivos pessoais é transmitida para outros aspectos. Na Internet, são encontrados gratuitamente desde conteúdo caseiro até propriedade intelectual da indústria. Entre os sites de vídeo, o YouTube se destaca como repositório desse material. Conforme estipulam Burgess e Green (2009), o YouTube é um dos grandes expoentes da cultura participativa. Os colaboradores utilizam a ferramenta “com seus propósitos e objetivos e o modelam coletivamente como um sistema cultural dinâmico” (p. 14-15).

O YouTube, por ser um sistema com poucos filtros iniciais para a inclusão de conteúdo, revela uma conduta peculiar. Nem sempre são os próprios cineastas que compartilham suas criações nessas plataformas. O público, mesmo sem pedir autorização, publica arquivos que não são da sua autoria. Quando isso ocorre, o dono tem duas opções. Solicitar a retirada ou requerer o reconhecimento como autor. Dessa forma, o material continua online e seu proprietário passa a receber receita publicitária vinculada a ele. É uma tônica diferente do que existia anteriormente. Basicamente, só era possível solicitar a exclusão do arquivo. A tática não surtia o efeito desejado. Outras cópias piratas voltavam a alimentar o site.

Ronaldo Lemos (2013) entende que o novo método “transforma a pirataria do vídeo em oportunidade de negócios. Quanto mais o vídeo for 'pirateado' (e mais anúncios mostrados nele), mais dinheiro o autor do vídeo ganha.” Lemos acrescenta que “o direito autoral na prática está sendo modificado privadamente, por meio de novos modelos de licenciamento.”

Entretanto, a maior parte das empresas escolhe a repressão. A postura atual dos grandes conglomerados de entretenimento e comunicação, mais notadamente a indústria fotográfica e a do cinema, destoa da forma como esses setores trataram anteriormente a questão da pirataria.

Nos anos iniciais de Hollywood e do mercado da música, observa Matt Mason, autor do livro *The Pirate's Dilemma: How Youth Culture is Reinventing Capitalism* (2008), não era incomum utilizar trabalhos artísticos e recursos técnicos sem a preocupação em respeitar a legislação vigente. Para Mason, o valor da pirataria reside nesse fato: a cópia facilita o teste de novos caminhos. Ir além das normas instituídas possibilita o surgimento de modelos de negócio²²⁸.

O YouTube talvez seja o exemplo mais eloquente entre os sites comerciais na busca por uma nova abordagem sobre o tema. Ao invés de coibir, desenvolve parcerias. Por outro lado, a recusa em aceitar formas emergentes de divulgação é geralmente guiada pelo mesmo questionamento: como lucrar com essas ferramentas? Talvez a questão não deva ser compreendida a partir de casos específicos, indagando porque alguns artistas escolhem o YouTube ou P2P, enquanto outros os repelem. O ideal seria adotar uma perspectiva mais ampla. Tendo isso em vista, uma solução difundida é modificar a forma como se lida com a circulação de bens culturais. Cada país cobraria uma taxa mensal para liberar o download ilimitado de arquivos, independente da plataforma utilizada. Posteriormente, esses valores seriam repassados aos artistas. Dessa forma, monopólios são combatidos (evitando o controle de alguns serviços como ocorre atualmente), os governos criam uma nova fonte de recurso para implementar políticas culturais, práticas tecnosocias emergentes são legitimadas e o direito intelectual permanece relevante.

Para além de hipotéticas mudanças legislativas, a inventividade encontra formas progressistas de se manifestar, mesmo à revelia do que prega a lei, cujo ciclo de renovação é mais lento. De toda forma, o fluxo criativo segue incerto na Internet, pois o sucesso dessas iniciativas pode, paradoxalmente, dificultar sua continuidade.

O usuário comum é passível de interpelar casos de violação do direito à imagem, o que ocorre quando sua imagem é utilizada sem seu consentimento, não raro transformando anônimos em chacota pública.

²²⁸ 'Competir em vez de combater'. Disponível em
<http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=15260>. Acesso em 14 de maio de 2012

Levar casos de contestação para a justiça é um expediente mais comum em atividades de cunho comercial. O problema ocorre, observa o advogado e acadêmico Lawrence Lessig (2005), porque a lei atual não mais difere a apropriação inventiva da publicação de conteúdo alheio: “A lei de *copyright* em seu nascimento apenas lidava com a republicação; atualmente, ela regulamenta ambos” (2005, p. 18). Desse modo, normas passam a amparar em demasia “certas indústrias da competição” em detrimento da liberdade criativa.

Lessig, contudo, não apoia o fim do direito autoral. Artistas devem ser remunerados pelo seu trabalho. O que ele combate é a “cultura da permissão”, na qual a arte é uma propriedade dominada por poucos: “Culturas livres são culturas que deixam uma grande parcela de si aberta para outros poderem trabalhar em cima; conteúdo controlado, ou que exige permissão, representa muito menos da cultura” (LESSIG, 2005, p. 28).

Embora considere nociva a adoção de regras rígidas, como as atuais, Mason²²⁹ igualmente justifica a necessidade do direito autoral. Mas é otimista. Até porque normas mais maleáveis despontam, regulam ao invés de vedar. É a ideia do uso justo, o que é incorporado sem pedir autorização.

O *Creative Commons* aparece como solução. Criada por Lessig em 2001, a licença flexibiliza os direitos autorais. Do restritivo *All Rights Reserved* (todos os direitos reservados) passamos a empregar um conceito que concede mais autonomia ao criador.

Não há mais necessidade de negociação caso a caso. A partir do *Creative Commons*, o artista indica como outros estão autorizados a se apropriar de sua criação (*copyleft*): possibilidade de uso comercial, distribuir sem fins lucrativos, editar o material, dentre outros. Não se trata de admitir a gratuidade plena. Passa-se a cobrar de quem pode, como empresas. O usuário doméstico não terá mais sua imaginação limitada por regras rígidas.

Uma crítica recorrente ao *Creative Commons* é que certas leis já possibilitam maior arbítrio ao artista sobre como suas obras podem ser utilizadas. O problema é que tais normas variam entre países. Como a informação circula sem respeitar limites territoriais, torna-se uma tarefa difícil conhecer a jurisdição de cada nação a respeito do direito autoral. Com o *Creative Commons*, criativos têm acesso a um

²²⁹ ‘Competir em vez de combater’. Disponível em
<http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=15260>. Acesso em 14 de maio de 2012

selo global de fácil compreensão.

4.2 Arte transformativa

O desenvolvimento das redes telemáticas potencializa a circulação de informações (CASTELLS, 2007). A troca de conhecimentos é marcada, segundo Umair Haque (2005), pela agregação e reconstrução de conteúdo em publicações e arquivos digitais [blogs, podcasts²³⁰, mp3, entre outros]. Influenciam na construção desse cenário a tecnologia (que derruba barreiras de produção e distribuição), a regulação flexível (*Creative Commons* e a cultura de criar conexões com outros endereços online) e a mudança das preferências do consumidor.

André Lemos (2004) estipula o remix como base da cibercultura. Para o autor (2005, p.1), o fenômeno é caracterizado pelo “conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens [...] de informação a partir das tecnologias digitais”.

Os próprios artistas participam de sites para divulgar e facilitar a interação inventiva. É o caso da Jamendo²³¹, comunidade virtual na qual músicos divulgam seu trabalho e explicam como ele pode ser reapropriado. Os participantes adotam princípios *open source*²³²: desejam colaborar com outros indivíduos, bem como disponibilizam suas criações para serem retrabalhadas.

O documentário *RIP: a Remix Manifesto* (2009) foi uma das propostas pioneiras. Em 2004, Brett Gayle lançou a ferramenta colaborativa *Open Source Cinema* (figura 22). O site do projeto²³³ era uma rede social digital com características de cooperativa artística²³⁴. Após criar seu perfil, o interagente não apenas conversava com outras pessoas, mas também desenvolvia competências artísticas. Ele atuava em diversas produções, posto que a ferramenta armazenava

²³⁰ Arquivos de áudio transmitidos via internet. Definição disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u19678.shtml>>. Acesso em 14 de dezembro de 2008.

²³¹ <http://www.jamendo.com/>

²³² 20 Open Source Movies You Can Edit and Redistribute for Free. Disponível em <<http://soosck.wordpress.com/2010/11/04/20-open-source-movies-edit-redistribute-free/>>. Acesso em 14 de maio de 2013.

²³³ <http://www.opensourcecinema.org/>

²³⁴ <http://www.eyesteelfilm.com/projects/web-projects/opensourcecinema-org/>

outros projetos além de *RIP: a Remix Manifesto*.

Figura 22 – *Open Source Cinema*.



Fonte: Blog Jason Miller Design ²³⁵.

O público também se apropriava da obra, remixando-a: *RiP!: A Remix Manifesto 2.0*. O processo acontecia no próprio site *Open Source Cinema*. Conteúdo próprio e material disponível online – no YouTube, por exemplo – seriam combinados. Além de criar e manipular imagens, o usuário apoiava o projeto desenvolvendo outras competências. A trilha sonora do filme foi produzida colaborativamente ²³⁶.

O *Open Source Cinema* deixou de possuir endereço próprio em 2010. Gayle deslocou o espaço para o YouTube ²³⁷. Não manteve as mesmas funcionalidades, trata-se apenas de um perfil para divulgar imagens diversas, *making off*, trailers etc. Até porque o serviço de hospedagem do Google conta com uma ferramenta de edição de vídeos online ²³⁸. *RiP!: A Remix Manifesto* possui novo domínio ²³⁹, agora voltado basicamente para a divulgação e comercialização da obra.

Mesmo não existindo como plataforma interativa, o legado de *RiP!: A Remix*

²³⁵ Disponível em: <jasonmillerdesign.com/Blog/OpenSourceCinema_org_Open_Video_Remixing>. Acesso em 10 de outubro de 2013.

²³⁶ <http://ccmixter.org/rip>

²³⁷ <http://www.youtube.com/user/OpenSourceCinema/videos>

²³⁸ <http://www.youtube.com/editor>

²³⁹ <http://ripremix.com/>

Manifesto permanece. Como o próprio título revela, não se trata apenas de uma obra fílmica. Gayle estabelece, a partir de seu filme, diretrizes sobre as transformações que estão ocorrendo nas manifestações artísticas. E as tentativas de reprimir essa revolução. O filme alerta e propõe:

1. A cultura sempre se constrói sobre o passado;
2. O passado sempre tenta controlar o futuro;
3. O nosso futuro está cada vez menos livre;
4. Para construir sociedades livres, é preciso limitar o controle do passado.

O ato de criar a partir de obras protegidas por leis de direito autoral não é uma predisposição recente. “Os atores desta rede não param de traduzir, de repetir, de cortar, de flexionar em todos os sentidos aquilo que recebem de outros.” (LÉVY, 1993, p. 173). Jovens produzem suas próprias versões de sucessos da indústria do entretenimento desde que as câmeras chegaram ao alcance do público doméstico. Outras transformações, como inventar novas dublagens para desenhos animados e clipes amadores para canções de sucesso, eram igualmente comuns.

Com a popularização da Internet comercial, na metade da década de 1990, essas manifestações socioculturais têm seu alcance ampliado. O próprio computador facilita esse processo, conforme explica Domingues:

Na numerização das imagens, através das tecnologias digitais, imagens analógicas são compatibilizadas através de escaneamento e tornam-se um tecido de pontos organizados para que possam ser manipuladas infinitamente. Após a digitalização, as imagens são processadas por variados recursos oferecidos pelos menus dos *softwares*. O gesto próprio e pessoal do artista é substituído por escolhas num diálogo de seu pensamento com a máquina. [...] Imagens, sons, textos entram para os espaços dos bancos de dados e são estruturas permutáveis em permanente contaminação (1997, p. 20).

Reformular obras anteriores não é uma prerrogativa da cultura do remix. A produção fílmica vem há tempos reaproveitando propostas lançadas. A prática é caracterizada como remake/refilmagem. Em *Dicionário Teórico e Crítico de Cinema*, Jacques Aumont e Michel Marie (2003, p. 255) definem o termo como: “Filme cujo roteiro é bem próximo do roteiro de um filme precedente”.

É um enunciado bastante amplo. Isso ocorre, esclarecem os autores, devido à própria dinâmica da indústria cinematográfica. Filmes que têm como base uma

mesma obra literária não são considerados refilmagens. É necessário haver aproximação de linguagem artística. Ou seja, só há remake quando a ideia a ganhar nova interpretação foi um filme. Ademais, muitos títulos não revelam sua natureza de refilmagem. São lançados como obras originais, embora adaptem criações anteriores.

O ciberespaço intensifica essa característica multifacetada, visto que o processo ganha inúmeras leituras. Por vezes, não se trata de refilmar todo o filme, apenas um trecho ou mesmo uma ideia suscitada por ele. Como ocorre em *Are You Happy?*²⁴⁰ No início da década de 1960, uma produção francesa saiu às ruas para perguntar se as pessoas, entre outras coisas, eram felizes. Trata-se de *Crônica de um Verão* (1961), uma criação de Edgar Morin e Jean Rouch. Mais de 50 anos depois, um projeto interativo usou o mesmo mote. Desta vez, com uma gama maior de entrevistadores e indo além de Paris. Qualquer pessoa pode explorar sua vizinhança e questionar transeuntes sobre seu estado de contentamento. *The Are You Happy? Project* é liderado por Mandy Rose, pesquisadora anteriormente citada nesse trabalho e que já atuou como produtora multimídia em documentários colaborativos desenvolvidos pela BBC. Ao contrário dos projetos elaborados sob o guarda-chuva da grande empresa de comunicação inglesa, Rose optou por uma ideia que foi tomando corpo aos poucos²⁴¹.

O projeto começou com o compartilhamento de fotos via grupo no Flickr²⁴². O público era convidado a enviar imagens de seus momentos alegres. O material deveria ser complementado com uma descrição e o local de origem. O próximo passo foi acolher contribuições²⁴³ em vídeo através de um grupo no Vimeo²⁴⁴.

Embora mantenha um site, o endereço agrega conteúdo publicado em outros espaços. Além do material criado especialmente para o projeto, é possível conferir, na página inicial, atualizações postadas nas redes sociais digitais. O sistema procura automaticamente por informações correlatas ao tema, mesclando textos e imagens - de origens distintas - sobre felicidade numa única apresentação. Esse segmento do projeto, um de seus vários desdobramentos, é descrito por Rose como

²⁴⁰ <http://www.theareyouhappyproject.org/>

²⁴¹ *Are You Happy? - The Project*. Disponível em <<http://www.theareyouhappyproject.org/about>>. Acesso em 05 de abril de 2013.

²⁴² <http://www.flickr.com/groups/1312417@N20/>

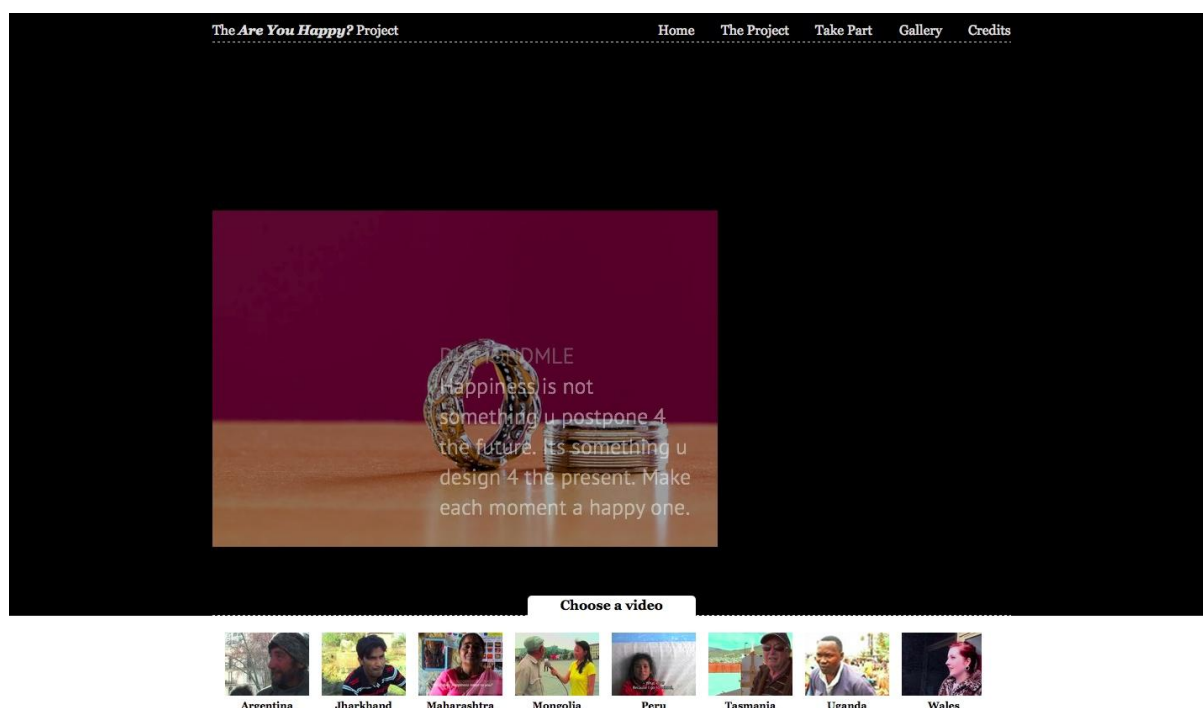
²⁴³ *What makes you happy, or unhappy?* Disponível em <<http://theruhappyproject.wordpress.com/2010/05/27/what-makes-you-happy-or-unhappy/>>. Acesso em 03 de dezembro de 2013.

²⁴⁴ <https://vimeo.com/groups/ruhappyy>

documentário²⁴⁵ e recebeu o título de *Searching for Happiness* (figura 23).

The Are You Happy? Project comprova que refilmar tampouco é um processo de atualização. Aumont e Marie (2003) acrescentam que, embora o remake ligue dois títulos cinematográficos, a função do filme posterior não é uma mera reprodução da obra anterior. Cada título possui independência. Num esquema colaborativo, esse procedimento é realizado.

Figura 23 – *Searching for Happiness*



Fonte: print screen do site *The Are You Happy? Project*.

*17 Islands*²⁴⁶ é ainda mais experimental, concedendo grande liberdade em relação à forma como a obra original é retrabalhada. Nos anos 1970, o ditador da Indonésia, Suharto, resolveu criar na capital do país, Jacarta, um museu-parque para celebrar a união do povo da região. Batizado de Taman Mini, a criação mostrava uma versão miniaturizada do país, formado por diversas ilhas. A réplica representava uma idealização do seu governante, pois pouco revelava da realidade. As tribos mostravam-se em constante conflito. O pretense símbolo da identidade nacional continua popular, mesmo após a dissolução do regime, ocorrida em 1998. Para

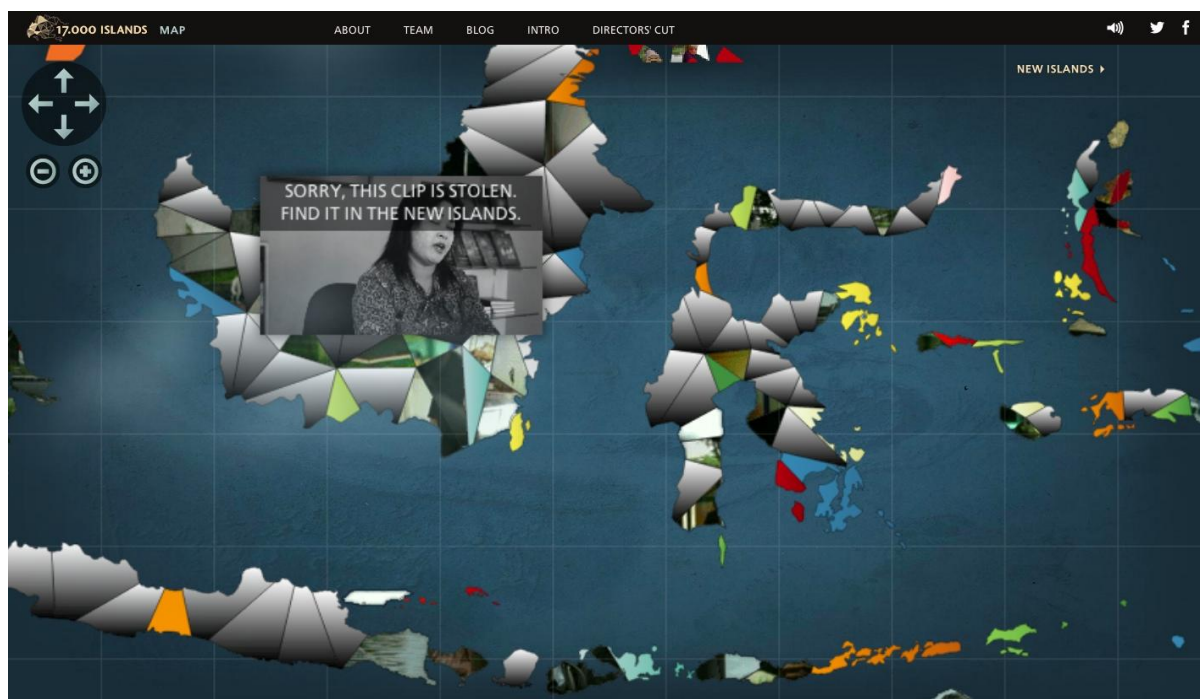
²⁴⁵ <http://collabdocs.wordpress.com/2013/11/25/searching-for-happiness/>

²⁴⁶ <http://17000islandsinteractive.com/>

outros, o espaço simboliza uma lembrança anacrônica que ainda permanece²⁴⁷.

Tendo isso em mente, os diretores, o indonésio Edwin e o norueguês Thomas Østby, resolveram atualizar o mapa. Inicialmente, realizaram filmagens. A etapa seguinte consiste em “apagar” esses vídeos²⁴⁸, substituído-os por novas imagens produzidas pela audiência (figura 24).

Figura 24 – 17 Islands



Fonte: print screen do site 17 Islands.

No site, o visitante é recebido com uma apresentação em vídeo. Depois, é encaminhado para o mapa. Basta clicar nos diversos pontos do quadro para conferir o material produzido pela audiência, de gravações em áudio a vídeo. No topo superior direito, há o ícone *new islands* (novas ilhas). Ele mostra a adição de novos vídeos produzidos pelo público. No menu superior, é possível conferir a versão dos cineastas (*director's cut*). Ou o que sobrou dela. A sequência é apresentada de forma linear. São imagens diversas, recortes de momentos apresentados no parque, como um visitante que tira foto de um animal. Ou a narração de um guia apresentando determinado local.

²⁴⁷ ABOUT 17.000 ISLANDS. Disponível em <<http://17000islandsinteractive.com/preview/index.php/about-project/>>. Acesso em 14 de setembro de 2013.

²⁴⁸ http://17000islandsinteractive.com/islands_repo/

Cada filmete é atualizado com uma nova produção, que apaga a versão inicialmente produzida. Basta clicar em *steal this clip* (roube esse clipe). Uma nova seção surge. Arquivos multimídia são carregados a partir desse espaço. O material bruto é manipulado no próprio site, pois o projeto conta com uma ferramenta de edição.

Em *17 Islands*, a audiência é instada a participar de duas maneiras. Na captação de imagens e na edição desse material. O convite é aberto. Ou seja, em princípio, qualquer um pode contribuir. Entretanto, a participação está limitada a registros feitos nas diversas localidades do país.

Em entrevista²⁴⁹ antes do lançamento do projeto, Edwin revelou que não tinha a intenção de fazer uma obra interativa. *17 Islands* começou com a premissa de trabalhar com a “desconstrução e reestruturação da imagem”, mas ratificando o modelo tradicional de produção. O experimento direcionou para a colaboração, segundo Edwin, porque os idealizadores perceberam que “edição é tudo sobre controlar – e é difícil perder o controle”²⁵⁰. Ou seja, na pós-produção o filme iria contrastar com sua proposta inicial. Optar por uma criação em rede parecia mais apropriado.

Essa percepção encontra acolhida no pensamento de Priscilla Arantes (2011). A autora sinaliza que as tecnologias contemporâneas ocasionam um fluxo de intercomunicação entre os agentes que constituem uma obra colaborativa (pessoas). Agora, as imagens técnicas são mutáveis, apresentam estado passageiro: “O conceito de fluxo, como metáfora para pensar a estética contemporânea surge, portanto, como contraponto aos discursos estéticos da tradição, que pregam forma fixa e perene: índices da beleza, da objetividade e do princípio da verossimilhança” (ARANTES, 2011, p. 22)

Através da montagem e da reprodução, o cinema, pontua Arantes, introduziu uma forma de percepção distinta em relação às demais formas de expressão artística. Ao contrário de configurações fixas, o cinema é a arte da imagem em movimento. Característica que ficou ainda mais exacerbada com as novas tecnologias midiáticas, que contribuem para o surgimento de uma “estética do fluxo”.

Falar de uma estética do fluxo [...] equivale a falar de uma estética que se

²⁴⁹ Destroying 17,000 Islands at CPH:DOX. Disponível em <http://filmmakermagazine.com/57620-destroying-17000-islands-at-cphdox/#.Usxc8_RDu6M>. Acesso em 12 de novembro de 2012.

²⁵⁰ Tradução nossa: “editing is all about controlling — it’s difficult to lose control”.

utiliza não somente dos meios tecnológicos informacionais como dispositivos de criação, mas, principalmente, e uma estética que ressalta a fluidez e os fluxos de informação inerentes à sociedade midiática contemporânea. É uma estética que, pelo modo interativo e conversacional, deixa de funcionar de forma estável, acabada e fixa, colocando nos *fluxos de informação* humano-maquínicos seu acento principal. Fluxo entre as próprias formas constituintes da obra e as da imagem, sempre em processo entre inúmeros estados possíveis (ARANTES, 2011, p.30-31).

17 Islands propõe um diálogo interessante. A obra original se configura como o ponto de partida. Para concretizar seu propósito, ela precisa desaparecer. À medida que a obra é reimaginada, ela deixa de existir. O processo de colaboração “apaga” o original. Como a obra inicial foi criada especialmente para o projeto, suas imagens somem.

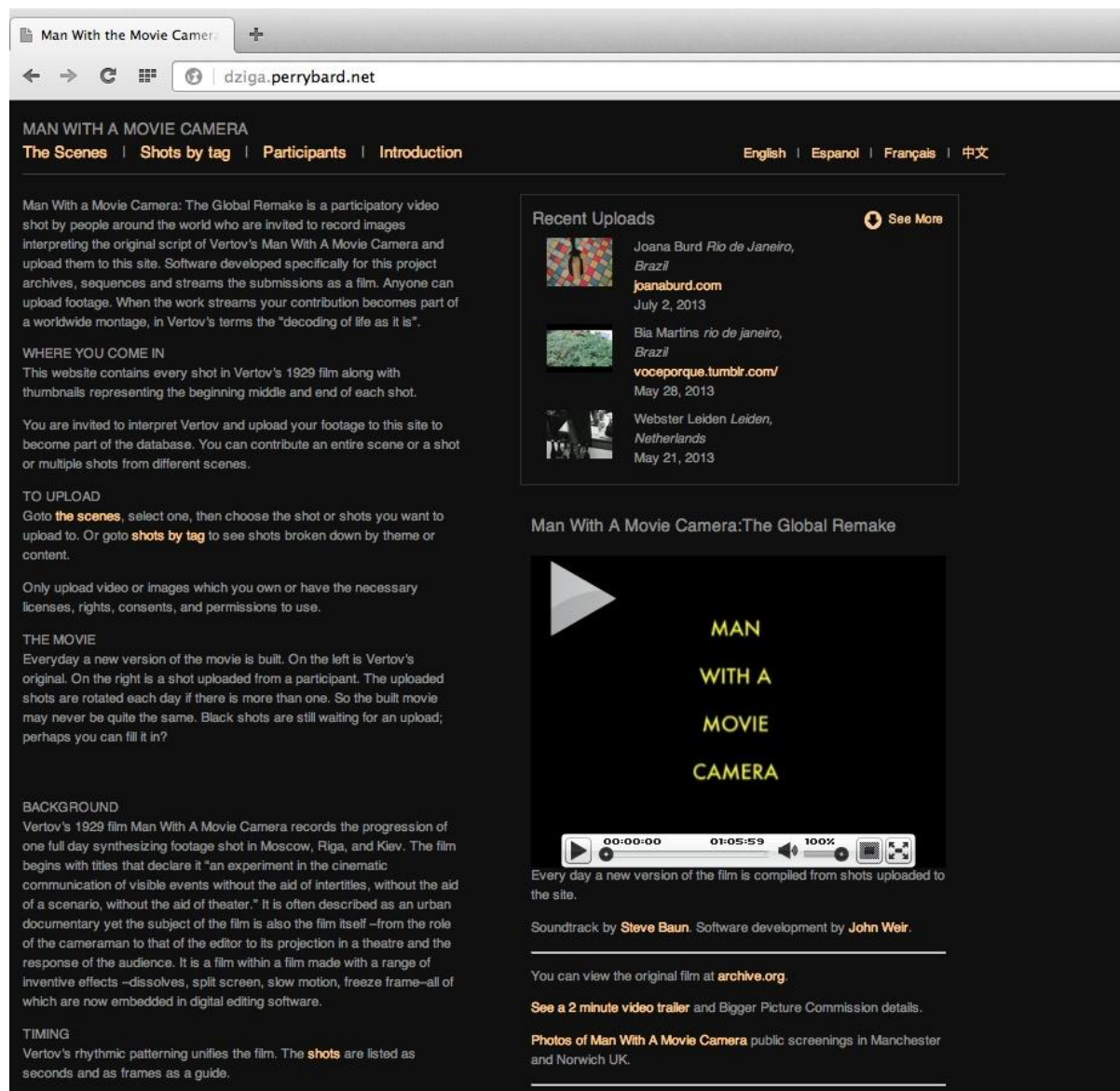
É uma estratégia oposta ao trabalho a ser estudado no próximo tópico, *Man With A Movie Camera: The Global Remake*, que investe na diversidade de versões para o mesmo filme. Releitura e obra original são exibidas lado a lado.

4.3 *Man With A Movie Camera: The Global Remake*: um estudo de caso

É provável que *O Homem da Câmera* (1929), do diretor Dziga Vertov, tenha se tornado o filme mais refilmado de todos os tempos. Desde 2007, ele ganha releituras. Diariamente. Trata-se do projeto *Man With A Movie Camera: The Global Remake* (figura 25), que recebe recriações de cenas do clássico documentário russo.

O projeto multimídia, lançado em 2007 por Perry Bard, é constituído por um banco de dados que cresce através da colaboração de cineastas voluntários. Todo dia, o algoritmo do site cria uma versão única da obra, valorizando os arquivos adicionados recentemente. Ou seja, não é possível assistir a mesma projeção outra vez.

Figura 25 – Página inicial de *Man With A Movie Camera: The Global Remake*



Fonte: print screen do site *Man With A Movie Camera: The Global Remake*.

Remake e obra original são apresentados conjuntamente. A exibição tem como trilha sonora as canções incidentais compostas por Steve Baun especialmente para o projeto. Para esse estudo de caso, *Man With A Movie Camera: The Global Remake* foi acompanhado de outubro de 2013 a janeiro de 2014.

4.3.1. Principais componentes e dimensões do projeto

O sistema, o filme original e os participantes desempenham papel

preponderante para a dinâmica de *Man With A Movie Camera: The Global Remake*.

Qualquer um pode participar. A inclusão é possível inclusive de forma anônima. O site ganha vida à medida que os interagentes o utilizam. Até 2012, 3.000 vídeos²⁵¹, originados de 60 países, foram remetidos ao projeto.

A criação ocorre de forma livre. A atividade não é remunerada. Bard também não lucra financeiramente com o site. Além disso, o uso do catálogo do projeto está liberado para qualquer pessoa, pois aplica licenças flexíveis de direito autoral.

A maior participação da audiência no produto fílmico, constata Victoria Daniela Bousso (2011) é decorrência de uma nova sensibilidade artística cuja origem aponta para várias manifestações. A videoarte, através de performance e videoprojeções, vem propondo formas distintas de captar a atenção do público. Contudo, a autora lembra que instrumentos já vem ampliando a participação da audiência desde a década de 1920.

Se a arte se alterou para acompanhar o processo de globalização, foi para que a ela se acrescentasse a capacidade de conexão, a velocidade, o intercâmbio e a circulação. Se hoje os artistas repensam a natureza de suas pesquisas e testam novas formas de participação e circulação da informação [...] isso é devido à emergência do mundo da cultura eletrônica e digital (BOUSSO, 2011, p. 307).

Os 1.276 quadros que compõem as 57 cenas do filme encontram-se divididas por etiquetas (tags)²⁵² no site da iniciativa²⁵³. O visitante escolhe quantas quer refilmar. Quando adicionado ao site, o arquivo passa a fazer parte do acervo da site, colaborando para que o software crie novas versões do filme.

Esse tipo de dispositivo pode ser definido como “metanarrador maquinínico”, termo utilizado por Arlindo Machado (2009). A expressão caracteriza o programa que articula narrativas em rede. Esse sistema nem sempre estipula o rumo dos acontecimentos, visto que o interagente pode influenciar nessa dinâmica, mas organiza as possibilidades do percurso delimitando o que pode ser feito.

O Homem da Câmera é propício para esse tipo de costura criativa. Para Guy Gauthier (2011), Dziga Vertov é o “homem da montagem” e seu “documentário mosaico” recria em formato fílmico aspectos registrados da realidade. O filme de Vertov é um manifesto, segundo Gauthier, em busca de uma linguagem

²⁵¹ Man With A Movie Camera: The Global Remake. Disponível em < www.studio10bogat.com/pages/description_page.php?page=4>. Acesso em 14 de abril de 2013.

²⁵² <http://dziga.perrybard.net/tags>

²⁵³ <http://dziga.perrybard.net/>

cinematográfica própria, e não um desdobramento de outras artes, como teatro.

[...] O espectador é convidado a uma espécie de duplo exercício: apreciar as imagens fugidias da “vida do improviso”, participar das etapas da fabricação do filme. Nesse sentido, *O Homem e sua Câmera* pode ser considerado um documentário sobre a prática e a criação cinematográficas. Mas ele é, sobretudo, um manifesto teórico (GAUTHIER, 2011, p. 242)

Jacques Rancière (2012) observa que o cinema de Vertov tem como base a “recusa da ficção”. Ao cineasta russo não interessava narrar histórias. *O Homem da Câmera* anuncia, em seu início: não há legenda, tampouco cenário ou estúdio. É através da câmera, ou do cinegrafista, tantas vezes presente no filme, que a realidade é preservada.

Não há as aparências e o real. Há a comunicação universal dos movimentos que não deixa qualquer lugar para uma verdade escondida pelas aparências, nem tempo para os fascínios mortíferos do olhar [...] O que a câmera de Dziga Vertov suprime é aquela demora ou intervalo que dá ao olhar a possibilidade de colocar uma história em um rosto” (RANCIÈRE, 2012, p. 41).

Bard²⁵⁴ justifica a escolha de *O Homem da Câmera* por diversos motivos. Trata-se de um filme sobre um filme. Além disso, é um documentário experimental, que também aglutina elementos de performance. Por não ter seu enredo ligado a um local específico – foi filmado em três cidades – *O Homem da Câmera* facilita a recriação em outros lugares. Cada cena do filme, com duração de até 20 segundos, igualmente favorece o remake.

4.3.2. Organização do projeto

Uma das grandes lacunas de *Man With A Movie Camera: The Global Remake* é propiciar limitada interação entre os usuários. Não há inscrição através de cadastro. Há apenas um recurso que funciona como uma assinatura do artista, pois vincula cenas refilmadas a quem fez a adição do vídeo. É possível adicionar o e-mail, o que permite migrar a conversa para outros ambientes.

Além de não oferecer ferramentas de comunicação para seus participantes,

²⁵⁴ Man With A Movie Camera: The Global Remake - Interview with Perry Bard. Disponível em <<http://rhizome.org/discuss/view/41030/>>. Acesso em 19 de outubro de 2013.

tampouco há tutoriais para auxiliá-los na realização das atividades. Há três momentos em que a relação interagente-site se estabelece: para saber que imagens recriar, para enviar suas contribuições ou para assistir o resultado. Afora isso, não há ferramentas para unir ações, como votar nas melhores cenas ou desenvolver uma versão comum a todos.

Santaella (2007, p. 79) considera que “trabalhos colaborativos e generativos engajam não apenas indivíduos, mas comunidades inteiras, que projetam suas exigências nas redes por meio de agenciamento coletivo”. Esse processo é dinamizado quando o talento individual passa a ser mediado através da presença de inteligência artificial, conclui a autora.

Em *Man With A Movie Camera: The Global Remake*, essa funcionalidade não se concretiza plenamente. Os contribuintes são tão anônimos quanto os integrantes de uma produção cinematográfica tradicional. Seus nomes são listados entre os colaboradores da produção, mas não é possível conhecer mais sobre eles. É apenas uma ficha técnica.

Por outro lado, caso a produção de novas cenas fosse limitada, ou mesmo nula, *Man With A Movie Camera: The Global Remake* existiria. Isso cria uma peculiaridade em relação a outros projetos colaborativos. O site permite, desde o seu lançamento, algum nível de experiência ao usuário, já que haveria um filme para ser assistido, a obra original. É uma disposição limitada, de toda forma, pois o visitante encontra *O Homem da Câmera* através de outros meios.

Certas funcionalidades propiciariam o regresso do visitante, ou mesmo incentivariam a participação de novos usuários. A liberdade de escolha é plena. No entanto, faltam informações sobre o cenário mais amplo da dinâmica de produção. O sistema não aponta rankings, listando as cenas mais refilmadas. Vídeos mais comentados, contribuintes mais ativos, indicação das imagens do catálogo pouco exploradas... Todas essas ferramentas são ausentes. Um dos poucos recursos é exibir a movimentação mais recente, indicando quais foram as últimas cenas recebidas.

Ou seja, enquanto um arquivo pode derivar inúmeras releituras, outras são pouco revisitadas. O sistema não ajuda o interagente nesse processo. É possível saber quantas releituras cada cena recebeu. Mas o processo exige grande dedicação, visto que é necessário explorar cada arquivo individualmente.

Caso o usuário se interesse, enquanto estiver assistindo ao filme, em regravar

alguma imagem, ele terá de abandonar a exibição ou abrir outro endereço eletrônico para procurar manualmente as referências sobre determinado trecho. Não é nada prático.

Embora Bard seja a idealizadora do projeto, seu papel atualmente é limitado. O foco da artista foi o desenvolvimento do sistema que move *Man With A Movie Camera: The Global Remake*. Bard repassava o conceito e John Weir implementava. O prazo foi curto. Seis meses depois de conseguir financiamento, o projeto estava online.

Depois, Bard desempenhou uma função de divulgação. Para ela, construir uma rede é a parte mais desafiante de um projeto colaborativo. Inicialmente, ela acionou sua agenda pessoal para disseminar a obra. Em seguida, procurou representantes em países nos quais não possuía laços de proximidade²⁵⁵. Também são realizados workshops em todo o mundo. Cidades como Tóquio, Pequim e Rio de Janeiro receberam capacitações.

O sistema se auto-organiza automaticamente. A cada visita gera uma nova versão do filme. O usuário interfere nessa dinâmica enquanto criador de conteúdo, não como espectador.

Isso limita a possibilidade do público de conferir ao dispositivo novas interpretações para além das modificações estéticas. Lucas Bambozzi (2009, p. 345) infere que a “construção linear leva quase necessariamente à elaboração de um discurso ideológico”. Por outro lado, o pesquisador indica que a criação de filmes banco de dados (*Data base movies*), que encadeiam sequências de vídeos a partir de uma mesma base única, contornaria esse princípio. Possibilidade que o experimento de Bard atinge de forma inibida.

A organização de *Man With A Movie Camera: The Global Remake* seria menos aleatória caso o site obedecesse a essas orientações. Mesmo Bard tinha ideias iniciais mais interessantes não exploradas. Ela queria que o sistema identificasse a origem do visitante e, a partir daí, a obra seria recriada apenas com material enviado desse local. Outra possibilidade não implementada visava dar mais autonomia ao visitante, permitindo embaralhar a ordem das cenas. Bard inicialmente fatiou o filme de Vertov por trechos de um minuto. Cada pessoa deveria refilmar não uma cena, mas uma sequência maior.

²⁵⁵ Man With A Movie Camera: The Global Remake - Interview with Perry Bard. Disponível em <<http://rhizome.org/discuss/view/41030/>>. Acesso em 19 de outubro de 2013.

4.3.3. Identificação das alterações que afetam a identidade do projeto ou dos sistemas relacionados a ele

É a partir da contribuição pública que a tela do lado direito, na qual é transmitida a refilmagem, passa a ganhar sentido. Os vídeos alcançam sua função ao serem reunidos num longa-metragem. É através do acompanhamento da obra original que a releitura atinge o objetivo proposto. Na ausência de refilmagens, o sistema está programado para exibir uma imagem preta.

Colabora para a reflexão a grande autonomia que *Man With A Movie Camera: The Global Remake* fornece ao usuário. Ele adiciona quantos arquivos quiser, podendo inclusive reenviar material já cadastrado no projeto. O projeto se renova através de múltiplas perspectivas. Trata-se de um projeto distinto de releitura. As telas representam um duplo. A expressão visual em projeções múltiplas resulta na transmissão de variadas interpretações de uma mesma imagem de referência.

A multiplicação das telas é percebida em diversas mídias. Testes com o código cinematográfico ocorridas na década de 1960, recorda Peter Weibel, libertaram a projeção a partir de uma única tela. A exibição é multiplicada, o que libera o cinema da aproximação com a pintura. Esse processo, antes mostrado em instalações artísticas, também é percebido na Web, como prova *Man With A Movie Camera: The Global Remake*.

Desde o início, a extensão da tela simples para muitas telas, da projeção única para projeções múltiplas não representou apenas uma expansão de horizontes visuais e uma intensificação avassaladora da experiência visual. [...] Pela primeira vez, a resposta subjetiva ao mundo não era forçada em um estilo construído, falsamente objetivo, mas apresentada na mesma maneira difusa e fragmentária em que foi experimentada (WEIBEL, 2005, p. 336).

Em *Man With A Movie Camera: The Global Remake*, o contexto da exibição é incerto. Depois de enviar o arquivo, o usuário não influencia sua projeção. A não ser quando assiste as cenas separadamente. O que é facilitado pela própria estrutura narrativa de *O Homem da Câmera*. Todavia, seria uma apreciação limitada por não aparecer num único fluxo de exibição.

O público, através de *Man With A Movie Camera: The Global Remake*, se torna

parceiro dessa empreitada. *O Homem da Câmera*, originalmente mudo e em preto e branco, ganha inúmeras releituras. Todavia, o aporte do público não representa coautoria pois, como salienta Gaudenzi (2013), esses arquivos são remetidos sem filtros em relação à aptidão artística dos participantes.

Aqui, os *crowd-producers* realizam um jogo de aproximação e distanciamento. Algumas refilmagens tentam emular o original. Mimetizam características da obra, como o ângulo da câmera, a adoção do preto e branco e a ausência de som e áudio (figura 26). Em outros casos, há maior liberdade artística: a imagem passa a ter outras cores; substituição do vídeo por imagens estáticas (fotografias) e mudança de linguagem cinematográfica (ao invés de pessoas, exibe animações) são algumas das propostas.

Figura 26 – *Man With A Movie Camera: The Global Remake*



Fonte: *print screen* de segmento de *Man With A Movie Camera: The Global Remake*²⁵⁶

Uma etapa que configura desdobramento distinto ao projeto são as versões especiais criadas para *Man With A Movie Camera: The Global Remake*, muitas delas exibidas em museus. Philippe Dubois (2004) caracteriza esse tipo de elaboração como cinema de exposição, que o autor define como um

[...] conjunto de propostas dos artistas que procuram utilizar diretamente o “material” filme em sua obra plástica, ou inventar formas de apresentação que se inspiram (ou fazem pensar) em efeitos ou formas cinematográficas (o “modelo cinema”), embora tendam a subverter o ritual tradicional de

²⁵⁶ Disponível em: <http://dziga.perrybard.net/contributions/show/4113>. Acesso em outubro de 2013.

recepção do filme (sala escura, espectador sentado em sua poltrona, duração padrão imposta etc.). Nessas novas exposições, (re)inventa-se a tela múltipla (desdobrada, triplicada, em linha, oblíqua, em paralelo, em frente e verso), projeta-se na luz ou em objetos que não se reduzem em superfícies planas, põe-se o filme numa cadeia infinita (entramos e saímos ou, melhor, passamos na hora e no ritmo que quisermos), experimentam-se novas posturas dos espectadores (de pé, sentado, deitado, móvel), explora-se a duração da projeção (breve, muito breve, muito longa, infinita). E tudo isto se faz totalmente “em vídeo”. Com ele e graças a ele (DUBOIS, 2004, p.28).

Figura 27 – *Man With A Movie Camera: The Global Remake* é exibido em espaço aberto



Fonte: Flickr ²⁵⁷

Novamente, o processo colaborativo, embora não aberto para todos, se fez presente em *Man With A Movie Camera: The Global Remake*. Um grupo de curadores foi chamado para participar da seleção. Cada um ficou responsável por escolher um remake de determinada cena²⁵⁸. O projeto também é exibido em locais públicos. Nesses casos, nem sempre uma versão previamente editada da obra é

²⁵⁷ Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/perrybard/1691714517/>>. Acesso em setembro de 2013.

²⁵⁸ *Man With A Movie Camera: The Global Remake / Curated Version*. Disponível em <<http://cargocollective.com/alvischoi/Man-With-a-Movie-Camera-The-Global-Remake-Curated-Version>>. Acesso em 14 de maio de 2013.

exibida, mas sim uma transmissão ao vivo do próprio site.

4.3.4. Características que estabilizam ou desestabilizam o projeto

Diferente de outros projetos abertos, *Man With A Movie Camera: The Global Remake* não está ligado a um determinado acontecimento social. Ou seja, não remete a um fato histórico que, mesmo de grande importância, tem seu alcance diminuído com o tempo. Os efeitos e influências exercidos pelo filme não estão circunscritos a um único país, o que amplia as possibilidades de colaboração.

Seis anos após seu lançamento, *Man With A Movie Camera: The Global Remake* mantém seu apelo. A participação, todavia, sofre grandes oscilações. Em janeiro de 2014, 9 pessoas acrescentaram conteúdo ao projeto. Em dezembro de 2013, apenas duas, mesmo número de novembro. Outubro foi destaque ao reunir 33 novos usuários.

O filme de origem, *O Homem da Câmera*, é aclamado entre cinéfilos e bastante estudado na academia, mas não é conhecido do grande público. É um título experimental que, por isso, tem seu alcance limitado. Ademais, por ser uma refilmagem, há certo direcionamento. O público utiliza uma gama de gêneros cinematográficos, mas não deve perder de vista a obra original.

Nos últimos meses, o site concentrou grande parte das suas atualizações em poucos usuários. Em janeiro de 2014, de todos os interagentes que adicionam novas cenas, apenas um não recriou mais de uma delas. Em dezembro, todos adicionaram mais de uma cena. Quando um interagente adiciona muitas filmagens, ele o faz apenas num único dia. Entre outubro de 2013 e janeiro de 2014, somente duas pessoas voltaram mais de um dia para atualizar o site. Ou seja, há grandes intervalos sem atualizações. A renovação do banco de dados atualmente depende de poucas pessoas.

Bard²⁵⁹ considera a barreira da língua um dos desafios para a colaboração. Atualmente, o site possui versões em inglês, espanhol, francês e chinês. Outro ponto a ser constantemente contornado é o servidor. O projeto armazena grande

²⁵⁹ Man With A Movie Camera: The Global Remake - Interview with Perry Bard. Disponível em <<http://rhizome.org/discuss/view/41030/>>. Acesso em 19 de outubro de 2013.

quantidade de vídeos, mas a projeção não ocorre prontamente. Por isso, o sistema precisa ordenar novas versões do filme constantemente. Isso demanda um servidor com espaço e agilidade para desempenhar tais funções.

Outra preocupação da cineasta²⁶⁰ é sobre a própria vitalidade da ferramenta. O sistema que movimenta o site tende a ficar desatualizado. Ela planeja lançar uma versão com curadoria própria (*director's cut*) para preservar as melhores imagens produzidas.

Antes do lançamento de um longa-metragem, todavia, a adição de alguns recursos renovaria a versão atual do site. A obra ganharia novos desdobramentos se agregasse características de redes sociais. De certa forma, etapas primordiais para o projeto se desenrolam distante da página. Os interagentes gravam e montam de maneira autônoma, sem o auxílio de suportes do site. Há algumas dicas técnicas, como direcionar a publicação de vídeos. Recursos de edição ou outras formas de manipulação do que foi captado inexistem. *Man With A Movie Camera: The Global Remake* é moldado por esforços individuais que apenas se aproximam quando o sistema junta o que eles produziram.

Além disso, outras formas interativas enriqueceriam a experiência, tornando a exibição multifacetada. Apesar de criar muitas releituras estéticas, o visitante não define o que assistir. Há múltiplas perspectivas, mas é necessário reiniciar o processo para encontrar outras versões das mesmas imagens.

A obra original não serve apenas como referência. Há liberdade criativa, mas o olhar não se distancia da fonte primária. O material inicial aparece ao lado de seu duplo, as novas criações. Funciona com um espelho incomum, que reflete e transforma a imagem primária.

O conteúdo cresce, mesmo que sua estrutura permaneça inalterada. Dessa dinâmica, surge uma característica singular. *Man With A Movie Camera: The Global Remake* inova em seu modelo de produção, mas o resultado final é linear.

²⁶⁰ 2008: Man with a movie camera. Disponível em <<http://osvideo.constantvzw.org/2008-man-with-a-movie-camera/>>. Acesso em 10 de dezembro de 2013.

Considerações finais

A convergência midiática e o desenvolvimento tecnológico criaram o ambiente propício para o surgimento de inovadoras formas de produção cinematográfica. Indivíduos vão além do seu papel de espectadores e acolhem múltiplas formas de conexão para gerar conteúdo em rede.

Entretanto, o termo documentário colaborativo, por si só, pode gerar interpretações imprecisas. Ao contrário do que uma compreensão ampla da terminologia suscita, grande parte das etapas de produção não ocorre de forma associativa. A realidade oferece um cenário mais diverso. Comumente, a participação fica restrita a etapas pontuais de desenvolvimento do filme. Ou seja, apesar de ser caracterizado como documentário colaborativo, o projeto não é moldado pela cooperação plena.

Esse processo ocorre por diversos motivos, como suprir uma necessidade do cineasta que, diante da inviabilidade de assumir determinado estágio de um filme, convida o público a se envolver ativamente. Há também a busca por criar coletivamente, o que influencia a própria plataforma. Ao invés de filmes lineares, são criadas obras abertas à colaboração constante.

A elaboração participativa, aliada ao desenvolvimento dos meios tecnológicos, proporciona novas parcerias inventivas. Sujeitos sociais, independente do domínio da linguagem audiovisual e do local de origem, se tornam voluntários no processo de contar histórias.

O auxílio não se restringe apenas à criação de conteúdo pelos interagentes. Há variadas formas de contribuição, manifestadas nas diversas etapas de produção de um documentário. Esse novo ecossistema cria formas distintas de desenvolvimento do trabalho artístico. O que inclui sustentabilidade financeira e incipientes estratégias de distribuição, soluções para esses dois grandes desafios da produção fílmica.

Nesse cenário, o interagente aplica múltiplas competências. Quando o público investe seu conhecimento, ele não o manifesta apenas do ponto de vista da produção cinematográfica. Verter o filme para outras línguas é uma das possibilidades.

Amparar obras de diversas formas é uma maneira de ampliar o alcance de sua

proposta. Se por um lado a tecnologia facilitou o surgimento de novos cineastas, também aumentou a quantidade de filmes lançados. E conquistar espaço no circuito comercial ou mesmo ganhar visibilidade em festivais é um desafio.

Mesmo desenvolvidas no ciberespaço, muitas obras apresentam uma estrutura clássica, em relação ao seu estilo, plataforma de exibição e na relação com a audiência. Por outro lado, projetos multimídia formulam uma gramática fílmica própria. O filme se ramifica em diversas plataformas e cada uma das versões demonstra propriedades particulares. Por vezes, apenas determinado segmento do projeto está apto para ser apoiado coletivamente.

Por transformarem significativamente o ecossistema audiovisual, essas criações devem ser consideradas filmes de não ficção? Embora tenham como origem comum o cinema documentário, seja na origem dos profissionais ou no uso dos recursos técnicos, tais obras não constituem formas distintas de narrativa documentária?

No caso de esquemas hiper fragmentados, a montagem cinematográfica é concebida de maneira singular. A ordenação dessa miríade de dados, que inicialmente surge sem vínculos claros entre eles, é formulada em tempo real, sendo guiada pelo próprio usuário.

As tecnologias digitais não só expandem as possibilidades de produção cinematográfica, mas influenciam sua linguagem, pois alteram a estrutura narrativa documental. Essas obras experimentais dilatam o espectro do que é considerado documentário. Enquanto o interagente continuar participando, o projeto se renovará.

Mas há desafios nesse método contínuo de construção. Um filme linear, mesmo que não alcance grande audiência, é preservado com a existência de poucas cópias, seja em película ou em arquivo digital. É algo bastante distinto em relação a um documentário vivo. Muitos títulos são descontinuados. Seus endereços eletrônicos extintos, serviços de hospedagem cancelados. Como arquivar um instantâneo de algo em constante mutação?

Mesmo plataformas inteiras deixam de existir. O *Open Source Cinema* não permanece como concebido anteriormente. A estrutura usada na produção de *Humanity*, filme criado coletivamente pela Nokia, não existe mais. O GroupStream não concretizou sua meta de se tornar uma plataforma aberta e adaptável para outros projetos. São apenas alguns desafios de obras ou plataformas colaborativas

que almejam contar histórias ininterruptamente, mas encontram dificuldades para conservar sua relevância no presente.

Independente da sua continuidade, a participação aberta altera o papel da audiência. Com amplo acesso aos produtos midiáticos e às tecnologias digitais, o indivíduo passou a envolver-se ativamente nos processos produtivos artísticos.

Vale ressaltar, entretanto, que o discurso emancipatório é distorcido pelo prisma capitalista. Essa ressalva não remete especificamente à produção fílmica documental, ou mesmo a grande parte das obras multimídia online, setores que movimentam somas inferiores às de outras atividades econômicas. Entretanto, como o discurso do *crowdsourcing* é cada vez mais disseminado, é importante dissociar os anseios participativos de cineastas e produtores multimídias inovadores das motivações reais dos gestores corporativos. Os últimos não almejam necessariamente ampliar a participação do público, mas legitimar uma nova dinâmica de concorrência profissional.

Precificar a arte ou estipular o valor de serviços imateriais sempre foi controverso. O quadro atual só aumenta essa inquietação. Expandem o sentimento de inclusão no cenário artístico, mas podem enfraquecer o setor enquanto gerador de empregos. Para além do currículo profissional, atualmente todos são potenciais cineastas. Esse protagonismo é compartilhado com especialistas, pois responde ao convite de célebres representantes da economia criativa. Mas também surge de forma autônoma, incentivado por dinâmicas comunicacionais coletivas.

A independência do interagente, quando não atende as regras econômicas da cultura, suscita questões legais. A postura libertária colide com a estrutura organizacional rigidamente hierarquizada das indústrias tradicionais. Aquilo que foge dessa configuração, como comunidades nas quais a criação compartilhada ocorre livremente, é fortemente combatido.

Alheia às disputas comerciais, a colaboração não ocorre em torno apenas de temas referentes à realidade dos documentaristas. É possível transformar o que desperta nossa curiosidade ou interesse. O conteúdo propagado na Internet, independente da sua origem, motiva múltiplas criações derivadas.

A migração da exibição dos filmes da tela das salas de cinema para a tela dos artefatos eletrônicos resulta em mudanças significativas. Tais obras têm uma preocupação acentuada com a interface do usuário e a usabilidade do projeto. Mas vão além dessas questões técnicas. As experimentações tecnológicas incorporam à

produção documental tradicional características do ciberespaço. O cinema se torna mais multifacetado e colaborativo.

Referências

- ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa: do Mercado de massa para o Mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
- ARANTES, Priscilla. **Estéticas Tecnológicas – Novos modos de sentir**. In: LEAO, Lucia; ARANTES, Priscilla (orgs). O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias. - São Paulo: Editora Senac, 2011. p-21-24
- AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico de cinema**; tradução Eloisa Araújo Ribeiro. - Campinas, SP: Papirus, 2003.
- BAMBOZZI, Lucas. Existem filmes, existem livros, existem blogs e existe isso. Sobre o tempo não recuperado. In: MACIEL, Katia (org.) **Transcinemas**. Rio de Janeiro: Contracapa, 2009 p. 341-348.
- BARRETO, Aldo de Albuquerque. **Os documentos de amanhã: a metáfora, a escrita e a leitura nas narrativas em formato digital**. DataGramZero - Revista de Ciência da Informação - v.09, n.1. 2008. Disponível em: <http://www.datagramazero.org.br/fev08/F_I_com.htm>. Acesso em 25 de setembro de 2009.
- BARTHES, Roland. **A morte do autor**. In: BARTHES, Roland. O rumor da língua. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.
- BARABÁSI, Albert-László. **Linked (Conectado)**. A Nova Ciência dos *Networks*. São Paulo: Leopardo Editora, 2009.
- BENKLER, Yochai. **The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom**. New Haven: Yale University Press, 2006.
- BERTONI, S; BRAVO, G. **Social capital, a multidimensional concept**. 2004. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20030318075349/http://www.ex.ac.uk/shipss/politics/research/socialcapital/other/bertolini.pdf>. Acesso em 15 de junho de 2009.
- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: The MIT Press, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. **Poder simbólico**. 4º ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- _____. Prefácio In: SAYAD, Abdelmalek. **Imigração ou os paradoxos da alteridade**. São Paulo: Edusp, 1998.
- BOUSSO, Victoria Daniela. Entre a atenção e a imersão. In: SANTAELLA, Lucia e ARANTE, Priscila (orgs.). **Estéticas Tecnológicas – Novos modos de sentir** - 1 reimpr. - São Paulo : Educ, 2011. p. 305-323.

BRONCKART, Jean-Paul. **Atividade de linguagem, textos e discursos. Por um interacionismo sociodiscursivo**. 2º Ed. São Paulo: EDUC, 1999.

BRUNS, Axel. "**Gatewatching, not gatekeeping: collaborative online news**". Media International Australia, n. 107, pp. 31-44, 2003. Disponível em: <<http://eprints.qut.edu.au/189/>>. Acesso em 14 de outubro de 2009.

BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento: de Gutemberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A era da intercomunicação**. Disponível em <<http://www2.cultura.gov.br/site/2006/08/18/a-era-da-intercomunicacao-por-manuel-castells/>>. Acesso em 14 de abril de 2013

_____. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.

CHARTIER, R. **A Aventura do Livro: do leitor ao navegador**. São Paulo. Ed. UNESP, 1999.

DIMANTAS, Hernani. **Linkania: uma teoria das redes**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

DOMINGUES, Diana. Introdução à Humanização das Tecnologias pela Arte. In: DOMINGUES, Diana (org.) **A arte no século XXI: a humanização das tecnologias**. São Paulo: Editora UNESP, 1997 p. 15-30

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo e Godard**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004

FOUCAULT, Michel. **O que é um autor**. Lisboa: Vega, 1992.

_____. **A Ordem do Discurso**. 10a ed. São Paulo. Edições Loyola, 2004.

GAUDENZI, Sandra. **The Living Documentary: from representing reality to co-creating reality in digital interactive documentary**. Tese de doutorado. Goldsmiths, University of London. 2013.

GAUTHIER, Guy (2011). **Documentário: um outro cinema**. Papirus: Campinas-SP. 2011.

GODIN, Seth. **Tribes: we need you lead us**. Portfolio, 2008.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para Novas Mídias: Do Cinema às Mídias Interativas**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

HARDT, Michael e NEGRI, Antonio. **Multidão**. São Paulo: Ed. Record, 2005.

HAQUE, Umair. **The New Economics of Media**. (2005). Apresentação disponível em <<http://www.bubblegeneration.com/resources/mediaeconomics.ppt>>. Acesso em 14 de outubro de 2009.

HOWE, Jeff. **Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business**. Nova Iorque: Crown Business, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JOHNSON, Steven. **Emergência**. 1a ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. **Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro; Jorge Zahar, 2001

KEEN, Andrew. **O culto do amador: como blogs, Myspace, Youtube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

KERCKHOVE, Derrick de: A arquitetura da inteligência: interfaces do corpo, da mente e do mundo, in Domingues, Diana (org.) **Arte e vida no século XXI**. São Paulo: Editora Unesp, 2003, p. 15-26

LEADBEATER, Charles; MILLER, Paul. **The Pro-Am Revolution: How Enthusiasts are Changing our Economy and Society**. London: Demos, 2004. Disponível em: <<http://www.demos.co.uk/publications/proameconomy/>>. Acesso em: 25 de outubro de 2010.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. **Ciber-Cultura-Remix**. 2005. Disponível em: <www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf> Acesso em: 20 de outubro de 2010.

LEMOS, Ronaldo. **Reforma do direito autoral só acontece fora da lei**. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2013/06/1296020-reforma-do-direito-autoral-so-acontece-fora-da-lei.shtml>>. Acesso em 02 de julho de 2013.

LESSIG, Lawrence. **The future of ideas. The Fate of the Commons in a Connected World**. New York: Random House, 2001.

_____. **Cultura Livre: como a mídia usa a tecnologia e a lei para barrar a criação cultural e controlar a criatividade**. São Paulo: Trama, 2005

_____. **Code version 2.0**. Nova Iorque: Basic Books, 2006. Disponível em: <http://pdf.codev2.cc/Lessig-Codev2.pdf>. Acesso em 5 de setembro de 2009.

_____. The Vision for the Creative Commons: What are We and Where are We Headed? Free Culture. In: FITZGERALD, Brian. **Open Content Licensing**. Cultivating the Creative Commons. Sydney: University Press, 2007.

- LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993. 208 p.
- _____. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.
- _____. **Inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 1998.
- _____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- _____. Pela ciberdemocracia. In: MORAES, Denis de (org.). **Por uma outra comunicação - Mídia, mundialização cultural e poder**. Editora Record. Rio de Janeiro, 2003.
- GYE, Lisa; WEINSTEIN, Jeremy. **Documunity and the disruptive potential of collaborative documentary filmmaking**. Expanding Documentary 2011: Proceedings of the VIIIth Biennial Conference, Auckland: Vol.1, No. 2, Dezembro de 2011: Editorial and Peer-Reviewed Papers. Organizado pela Auckland University of Technology, Faculty of Design and Creative Technologies em associação com a University of Auckland, Faculty of Arts. 2011.
- LAURENTIZ, Silvia. Subjetividade em rede: um sistema completo. In: SANTAELLA, Lucia e ARANTE, Priscila (orgs.). **Estéticas Tecnológicas – Novos modos de sentir** - 1 reimpr. - São Paulo : Educ, 2011. p. 355-365
- LUZ, Rogério. A Construção da Narrativa. In: BENTES, Ivana (org.). **Ecos do cinema: de Lumière ao digital**. Rio de Janeiro: Editora URFJ, 1997.
- MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas, SP: Papirus, 1997.
- _____. Regimes de imersão e modos de agenciamento In: MACIEL, Katia (org.) **Transcinemas**. Rio de Janeiro: Contracapa, 2009 p. 71-83
- MEDEIROS, Maria Beatriz. Estar: uma obra de arte total-relacional. In: SANTAELLA, Lucia e ARANTE, Priscila (orgs.). **Estéticas Tecnológicas – Novos modos de sentir** - 1 reimpr. - São Paulo : Educ, 2011. p. 293-303
- MIGLIORIN, C.. **Por um cinema pós-industrial. Notas para um debate**. In: Revista **Cinética**, fevereiro, 2011. Disponível em <<http://www.revistacinetica.com.br/cinemaposindustrial.htm>>. Acesso em 14 de abril de 2013.
- MUSBURGER, Robert B. **Roteiro para mídia eletrônica**. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier. 2008
- NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas, SP: Papirus, 2005.
- OMAR, Arthur. Cinema, Vídeo e Tecnologias Digitais: A questão do Artista? BENTES, Ivana (org.). **Ecos do cinema: de Lumière ao digital**. Rio de Janeiro: Editora URFJ, 1997.
- O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. O'Reilly Publishing, 2005. Disponível em: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

PRADO, J.L.A. **Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

_____. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. E- Compós (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007.

PRIMO, Alex. **O Aspecto Relacional das Interações na Web 2.0**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília, Anais, 2006.

_____.; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

POSTER, Mark. **The Second Media Age**. Cambridge, Polity Press, 1995.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... O que é mesmo documentário?** São Paulo: Senac/SP, 2008. 448 p.

RANCIERE, Jacques. **As distâncias do cinema**. - Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

RECUERO, Raquel. **Comunidades em Redes Sociais na Internet: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com**. Porto Alegre: UFRGS, 2006. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2006.

_____. **Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet**. In: Intercom Sul, 2007, Passo Fundo-RS. Anais do VIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, 2007.

_____. **Em busca das "Redes que importam": Redes Sociais e Capital Social no Twitter**. XVIII Congresso da Compós, PUC/MG, Belo Horizonte, 2009. (co-autoria com Gabriela Zago)

_____. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RHEINGOLD, Howard. **Smart mobs: the next social revolution**. Perseus, 2002.

RIBEIRO, Renato Janine. **Autoridade e poder na avaliação**. Capes, Sala de Imprensa. Disponível em: <www.capes.gov.br/images/stories/download/artigos/Artigo_04_10_07.pdf>. Acesso em 05 de setembro de 2009.

ROSE, Mandy. **Four categories of collaborative documentary**. 2011. Disponível em <<http://collabdocs.wordpress.com/2011/11/30/four-categories-of-collaborative-documentary/>>. Acesso em 20 de dezembro de 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SUROWIECKI, James. **A sabedoria das multidões**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

TAPSCOTT, Dan. WILLIAMS, Anthony. **Wikinomics. Como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Petrópolis: Ed. Vozes, 1998.

WEIBEL, Peter. Teoria narrada: projeção múltipla e narração múltipla (passado e futuro). In: LEAO, Lucia (orgs). **O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias.** - São Paulo: Editora Senac, 2005. p-331-351