

FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Marcos Ryo Hashimoto

EXPERIMENTAL RE:COLETIVO
Por uma outra divisão do trabalho no filme publicitário

(1 volume)

São Paulo
2011

MARCOS RYO HASHIMOTO

EXPERIMENTAL RE:COLETIVO

Por uma outra divisão do trabalho na produção do filme publicitário

(1 volume)

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de concentração: “Comunicação na Contemporaneidade”. Linha de pesquisa “Processos Midiáticos: Tecnologia e Mercado”

Orientador: Profº. Dr. Walter Teixeira Lima Jr.

São Paulo
2011

Hashimoto, Marcos Ryo

EXPERIMENTAL Re:COLETIVO, Por uma outra divisão do trabalho na produção do filme publicitário. / Marcos Ryo Hashimoto. São Paulo, 2011

168 f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Profº. Dr. Walter Teixeira de Lima Junior

Dissertação (mestrado) – Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação

1. Produção Audiovisual Publicitária. 2. Trabalho Coletivo. 3. Tecnologia. 4. Participação. 5. Processo Midiático. I. Lima Junior, Walter Teixeira de. II. Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação.

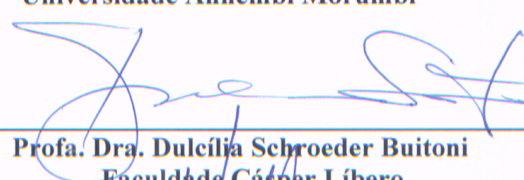
ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

AUTOR: MARCOS RYO HASHIMOTO

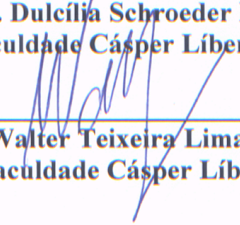
**“EXPERIMENTAL Re:COLETIVO – POR UMA OUTRA DIVISÃO
DO TRABALHO NO FILME PUBLICITÁRIO”.**



Prof. Dr. Vicente Gosciola
Universidade Anhembi Morumbi



Profa. Dra. Dulcília Schroeder Buitoni
Faculdade Cásper Líbero



Prof. Dr. Walter Teixeira Lima Junior
Faculdade Cásper Líbero

Data da Defesa: - 14 de março de 2011.

DEDICATÓRIA

À elas;

Yoneko (vó), Michiko (mãe), Marli (esposa), e Julia (filha)

AGRADECIMENTOS

Este espaço é insuficiente para a quantidade de pessoas aos quais gostaria de agradecer, portanto vou elencar sucintamente.

Agradeço primeiramente ao sr. Yoshimura pelos anos de dedicação assumindo uma duríssima tarefa, que na realidade nem era de sua obrigatoriedade.

Agradeço aos ilustres professores e colegas desta instituição, pela ordem cronológica da minha *timeline* acadêmica iniciada nesta I.E.S. em 2000: prof. Toshio Yamazaki, pela “insana” ideia de me inserir na docência, prof. Dr. Rodney Nascimento e prof^a Ms Vilma Shatzer por “compactuar” e insistir com a ideia do primeiro, à ilustre e cara prof^a Dr^a Tereza Vitali e ao caro prof. Dr. Wellington Andrade pela confiança, e a todos os colegas com os quais tive a oportunidade de aprender nestes anos de Faculdade Cásper Líbero.

Aos secretários e professores do departamento de pós-graduação; ao prof. Dr. Dimas Künsch, ao prof. Dr. Sergio Amadeu, ao prof. Dr. Laan Mendes de Barros, com especial atenção ao caro prof. Dr. José Eugenio de Oliveira Menezes, com quem tive a honra de receber excelentes ensinamentos, extra-acadêmicos inclusive. À ilustre prof^a Dr^a Dulcília Schroeder Buitoni e ao caro prof. Dr. Vicente Gosciola pelas importantes contribuições e palavras no processo de qualificação, e na etapa final deste trabalho.

Agradeço ao caríssimo prof. Dr. Walter Teixeira Lima Junior pelo norteamto e dedicação nesta árdua tarefa de orientação; aproveito para reiterar a minha admiração e estima pela pessoa que demonstrou ser, sempre surpreendendo pelo seu tirocínio durante as orientações e conversas.

Finalmente, sou grato também:

Aos que sem saber me fizeram buscar o progresso,
aos que sem saber me mantiveram persistente,
aos que sem saber me fizeram acadêmico,
aos que sem saber se tornaram ídolos, e
aos que sem saber participaram deste processo.

“O caráter destrutivo conhece apenas uma palavra de ordem: abrir espaço; apenas uma atividade: desocupar. Sua necessidade de ar fresco e espaço livre é mais forte do que qualquer ódio. O caráter destrutivo é jovem e alegre. Pois destruir rejuvenesce, porque tira do caminho as marcas de nossa própria idade” Walter Benjamin APUD Baitello Junior, (O animal que parou os relógios, 1999)

“The key to creativity is the ability to make unusual connections” John Caples (professor, escritor, ex-VP BBDO)

RESUMO

Sucessivos progressos de ordem tecnológica na contemporaneidade permitiram a conjunção de elementos técnicos que sinalizam a possibilidade latente de reconfigurações no processo de produção audiovisual. A ubiquidade do recurso maquínico de captação de imagens, combinada à possibilidade de interconectividade da internet pode fomentar uma nova forma da práxis de realização do tradicional filme publicitário. É no aspecto de observação para uma ~~nova~~ outra proposta organizacional do processo de produção, através da conjunção do trinômio captação-manipulação-distribuição que se centra o objeto deste projeto. Através de coletivos experimentais acadêmicos e observação direta participante, experimenta-se aqui uma redefinição de processos; apresenta a possibilidade de agregar e oferecer mais oportunidade participativa a mais pessoas no processo de produção audiovisual, de maneira a romper a lógica paradigmática do processo hegemônico tradicional. Uma forma de repensar o trabalho coletivo, especificamente na etapa de produção das imagens.

Palavras-chave: Produção Audiovisual Publicitária. Trabalho Coletivo. Tecnologia. Participação. Processo Midiático.

ABSTRACT

The constant progress of technology in the current days has allowed a combination of technical elements which indicates the latent possibility of reconfiguration in the audiovisual production process. The ubiquity of image-capturing equipment in association with the potential for the internet connectivity may promote a new form of praxis for the production of traditional advertising films. The aim of this project is to study another organizational proposal for the production process through the compound of the trinomial capturing-manipulation-distribution. Through the academic experimental collectives and direct participant observation, the redefinition of processes is experimented; it is presented here, the possibility to aggregate and offer a greater participative opportunity to broader range of people in the audiovisual production process in order to break the paradigmatic logics of the traditional hegemonic process. It is a new approach to the concept of collective work, specifically at the image production stage.

Keywords: Advertising Audiovisual Production. Labor Collective. Technology. Participation. Media Process.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1: Representação gráfica do dilema do prisioneiro, **47**
- Figura 2: Diagrama geral do processo experimental Re:Coletivo, **67**
- Figura3: Diagrama da proposta para o coletivo R:C1, **84**
- Figura4: Diagrama da proposta para o coletivo R:C2, R:C3, e R:C4, **85**
- Figura5: Diagrama da proposta para o coletivo R:C5, **86**
- Figura6: Diagrama da proposta para o coletivo R:C6 e R:C7, **87**
- Figura 7: Diagrama da proposta para o coletivo R:C8, **88**
- Figura 8: Diagrama da proposta para o coletivo R:C9, R:C10, e R:C11, **89**
- Figura 9: Diagrama de nodos e conexões, **90**
- Figura 10: Diagrama dos resultados de participação em R:C1, **95**
- Figura 11: Diagrama dos resultados de participação em R:C2, R:C3, e R:C4, **96**
- Figura 12: Diagrama dos resultados de participação em R:C5, **100**
- Figura 13: Diagrama dos resultados de participação em R:C6 e R:C7, **105**
- Figura 14: Interface do canal de comunicação criado para o projeto R:C7, **106**
- Figura15: Comunicação da nova diretriz comercial da plataforma *ning*, **106**
- Figura16: Diagrama dos resultados de participação em R:C8, **108**
- Figura 17: Interface de download do repositório online utilizado em R:C8, **109**
- Figura 18: Interface do blog criado para o projeto R:C9, **110**
- Figura 19: Print do gráfico de visualizações do blog criado para o coletivo R:C9, **111**
- Figura 20: Diagrama dos resultados de participação em R:C10 e R:C11, **115**
- Figura 21: Print da interface do programa de edição de imagens, **128**
- Figura 22: Print da interface do programa de edição de imagens, **128**
- Figura 23: Print da interface do programa de edição de imagens, **129**

LISTA DE TABELAS

- Tabela 1: Custos Custos de delegação X Custos de adoção, **45**
- Tabela 2: Características das tarefas, **59**
- Tabela3: Forma de ação dos agentes participantes, **60**
- Tabela4: Fatores restritivos, **79**
- Tabela 5: Fases da produção do coletivo experimental, **82**
- Tabela 6: Método convencional X Método Re:Coletivo, **83**
- Tabela 7: Itens da proposta de produção, **83**
- Tabela 8: Tipologia de formatos dos coletivos R:C2, R:C3, e R:C4, **97**
- Tabela 9: Diferentes decupagens a partir de mesma matriz verbal, **102**
- Tabela 10: Mecanismos de comunicação nos coletivos R:C6 e R:C7, **103**
- Tabela 11: Formatos resultantes dos materiais brutos em R:C10, **117**
- Tabela 12: Decupagem coletiva do personagem para o coletivo R:C11, **112**
- Tabela 13: Proposta projetual do coletivo R:C11, **112**
- Tabela 14: Catalogação e recuperação dos arquivos, **120**
- Tabela 15: Containeres do audiovisual, **125**

SUMÁRIO

Introdução, 1

CAP 1. Contemporaneidades audiovisuais da era digital

- 1.1 Breve panorama do progresso tecnológico no ecossistema cinematográfico, **12**
- 1.2 O flow das telas: o produtor e o consumidor, **20**
- 1.3 A ubiquidade ecranosférica das telas eletrônicas e fotônicas, **25**
- 1.4 Empoderado e influente: de espectador a produtor, **27**

CAP 2. Dinâmicas de Participação no trabalho coletivo

- 2.1 Colaboração e cooperação: isonomia lexical, **38**
- 2.2 Teoria da Dependência Social e Teoria dos Valores de Troca, **44**
- 2.3 Colaboração-Cooperação Voluntária, **46**
- 2.4 Colaboração artificial, **53**
- 2.5 Taxonomia do trabalho colaborativo, **54**
- 2.6 Estrutura Política do trabalho coletivo, **57**
- 2.7 Sistema de classificação das operações, **58**

CAP 3. O Experimental Re:Coletivo

- 3.1 Apresentação, **62**
- 3.2 Imagens e Palavras, **68**
- 3.3 A Trilha Sonora, **72**
- 3.4 Estrutura Fílmica, **78**
- 3.5 Exigências condicionantes, **79**
- 3.6 O Processo de realização audiovisual, **81**
- 3.7 Rede: acesso, armazenamento e distribuição, **90**
- 3.8 Containeres e *CoDecs*, **123**
- 3.9 Autoria e aspectos legais, **131**

Considerações Finais, 143

Referências, 149

Anexo, 157

Introdução

A descoberta total da aplicação e utilização de determinada tecnologia não acompanha o tempo cronológico de seu desenvolvimento, seus usuários levam um tempo para conhecerem e consolidarem suas aplicações, como no caso do telégrafo (COSTELLA, 2002). Obviamente dependendo da tecnologia ela é rapidamente apropriada e seu uso e aplicação são rapidamente dominados e dissecados, utilizados enquanto atendam ao interesse ou necessidade do usuário; é o caso do gravador portátil de áudio em fita cassete por exemplo. Desnecessário enumerar sua utilização enquanto dispositivo gerador de entretenimento (lazer) ou de informação (atividade profissional). Mas o que devemos entender por tecnologia?

Há, sob o ponto de vista de Álvaro Vieira Pinto (2005), pelo menos quatro maneiras de interpretar o conceito de tecnologia: primeiro seria aquela que remete à discussão, à teorização, ao estudo da técnica, do modo de se produzir algo. Depois, uma noção mais popular e frequente, que seria a utilização do conceito de tecnologia de uma forma mais informal, menos precisa. A terceira maneira de definir seria compreendê-la como um conjunto da totalidade de técnicas de que dispõe uma determinada sociedade; e por último o autor defende a ideia de tecnologia como sendo a atribuição de ideologias ao conceito.

O homem já manifestara sua capacidade técnica com a fabricação de artefatos pela combinação de utensílios naturais, como a pedra, o porrete e a faca de rocha sedimentar sílex. A combinação de duas ideias originando uma terceira nos aponta para a capacidade criativa deste ser. A junção de uma pedra a um porrete originando um martelo, o porrete com a faca de sílex originando o machado e a lança revela a origem de uma técnica, ou a soma de um conjunto de técnicas, que por sua vez retorna à ideia de tecnologia. Há evidentemente pensamentos variados em relação à metodologia de obtenção da tecnologia. Omar Campos Ferreira lembra que as divergências

metodológicas entre racionalismo, empirismo e experimentalismo, e entre ciência e técnica refletem-se até hoje na atitude do homem em face da Natureza, marcando as posições dos adeptos e entusiastas da tecnologia, bem como as de seus opositores.

A partir da observação de realizações anteriores, o autor faz uma avaliação sobre a direção geral do avanço da tecnologia; ele lembra que a mudança da base alimentar do homem teria sido forçada pela insuficiência de energia, pois a coleta de frutos, em competição com outras espécies e também com outros indivíduos humanos, exigia o deslocamento do coletor a distâncias crescentes, tornando deficitário o balanço de energia. A caçada de grandes animais, mais rendosa, sendo uma atividade de equipe, exigiu a organização do grupo, a troca de informações e a fabricação de armas. Remetendo aqui à terceira ideia do conceito de tecnologia apresentada por Alvaro Pinto, neste caso as características básicas da tecnologia para que o grupo ou a sociedade pudesse adaptar-se às modificações do ambiente foram a organização e a informação.

Poderia uma técnica surgir simultaneamente entre diferentes grupos separados geograficamente? Nicola Nosengo em sua obra “*A extinção dos Tecnossauros*” diz, pelo viés da metáfora evolucionista, que a tecnologia segue seu caminho, indiferente aos indivíduos. Mas qual o conceito de simultâneo a que se refere Nosengo? E qual o grau de complexidade de tal técnica? Se se imagina uma circunscrição temporal esquadrinhada em um período de dias talvez seja difícil positivar a resposta, mas se considerarmos uma margem mais ampla, como o intervalo de um ou alguns anos, não seria muito difícil aceitar as descobertas coincidentes.

[...] Os homens precisam de água, consequentemente cavam poços, precisam de proteção, consequentemente constroem casas, precisam locomover-se, consequentemente inventam navios, bigas, automóveis, aviões [...] (id., 2008:276)

O desenvolvimento tecnológico pode ser resultado exclusivo das necessidades básicas geradas pelo próprio homem, como lembra Nosengo neste excerto, mas também suas concepções podem partir de uma

necessidade primária (inerente à fisiologia) , assim como também pode surgir a partir de outras razões particulares, como no caso da própria roda como bem descreve Nosengo a tese de Basalla quando aponta para a história da roda nos diferentes lugares e geografias do mundo.

Certamente a participação do acaso deve ter influenciado algumas invenções, assim como acidentes¹ também podem resultar em invenções e descobertas; obviamente neste caso dependendo fortemente da capacidade de observação por parte do autor.

Se não fosse Edison, teria algum outro inventado o fonógrafo em seu lugar? Sim, e na realidade o fizera mesmo, pelo menos duas décadas antes o francês Édouard-Léon Scott já havia feito um registro sonoro de dez segundos de duração, de uma voz humana cantando trechos de uma canção chamada “*Au clair de la lune*”², a partir do seu phonoautógrafo. Acidente ou não, tendo um projeto diferente ou não, embora rudimentar, não deixa de ser anterior ao invento de Edison. A partir de uma necessidade ou vontade manifesta de registro ou documentação sonora, ou mesmo da necessidade da extensão da memória humana desenvolveu-se o aparato.

Segundo Nosengo, o pensamento sobre a história da tecnologia de Basalla aponta para a ideia de que as invenções são produtos resultantes de artefatos preexistentes, sendo o processo algo contínuo e gradual.

A maior parte das ideias tecnológicas, justamente como a maior parte das mutações genéticas, revelam-se inúteis e são abandonadas, ainda que a historiografia predominante tenda a esconder esse fato. Ao mesmo tempo, porém, os processos seletivos aparecem “estranhamente incompletos” no sentido de que algumas espécies aparentemente inadaptadas não querem saber de desaparecer.” (ibid., 285)

Tomando este excerto podemos transportar o pensamento e resgatar a própria história do desenvolvimento do cinema.

¹. Cf. matéria com alguns exemplos de descobertas científicas ditas acidentais publicada em: <<http://www.wired.com/wired/archive/14.03/start.html?pg=3>>

². Cf. histórico em <www.firstsounds.org> e artigo publicado em <www.nytimes.com/2008/03/27/arts/27soun.html>.

Ao mesmo tempo em que se constrói toda uma história de progresso e desenvolvimento do aparato tecnológico de captação e registro de imagens a partir de inventos rudimentares como o taumatrópio ou o phenakistoscópio ao próprio cinematógrafo, podemos tentar refletir sobre o surgimento das sucessivas versões pós-cinematógrafo. Teriam sido elas, as versões posteriores do cinematógrafo, inventos marcados por evoluções gradativas ou pontuais? E mais contemporaneamente, não seria o aparato de captação fílmica (película) um “ser” teimoso que insistentemente resiste às exigências comerciais do século XXI? Nosengo diz que as mudanças tecnológicas são processos de alternância entre macroinvenções e microinvenções:

Uma macroinvenção é uma invenção sem proveniência bem delineada, uma vez que representa uma clara ruptura em relação a técnicas anteriores. Para se afirmar, uma macroinvenção deve ser capaz de competir com sucesso e permanecer viva. Deve ser antes de mais nada tecnicamente realizável e utilizável [...] Quando ocorre uma macroinvenção e surge uma nova espécie, esta cria um terreno fértil para microinvenções posteriores de caráter adaptativo. (MOKYR *Apud* NOSENGO, 2008:287)

No exemplo “cinematográfico”, seria o Kinetógrafo de Edison, bem como o Cinematógrafo dos irmãos Lumiere macroinvenções originais ou conjunções de microinvenções derivadas das contribuições do seus anteriores? Câmera escura, película fotosensível, dispositivos ópticos, engrenagens mecânicas, etc.

Há duas linhas de pensamento em relação à teoria evolucionista das tecnologias; uma gradualista, que interpreta o progresso tecnológico como um processo contínuo e adaptativo (Darwin/Maynard Smith), e a outra, que sinaliza a evolução de maneira descontínua, ou exemplificada pela teoria dos equilíbrios pontuais (Stephen Jay Gould e Niles Eldredge). Na fase pré-cinematográfica, do aparato gerador de ilusão cinética, talvez a evolução dos aparatos de exibição sejam resultantes de um trabalho evolutivo contínuo, na medida em que temos registros imagéticos dos inventos apresentando grande similaridade física e conceitual entre um e outro dispositivo.

A transição por exemplo de um stroboscópio de Simon Von Stampfer

ao Zootrópio de Pierre Desvignes seria um bom exemplo, embora distintos morfologicamente. A propósito, ambos os aparatos também foram inventados por outros autores, em outras localizações geográficas; *Phenakistoscopia* do belga Joseph Plateau, e *Daedatelum* de William George Horner respectivamente na ordem dos exemplos citados anteriormente. Esta constatação nos mostra provavelmente então um reforço à uma ideia de evolução contínua que certamente teria partido de um princípio ou conceito anterior como o da persistência retiniana, cujos autores de cada invento respectivamente teriam tido acesso igualmente numa circunscrição temporal aproximada. Contudo, a assunção de uma ou outra linha de pensamento certamente traz divergências. Ao conceito de pontualismo por exemplo, certamente o valor tempo é relevante, mas talvez mais relevante no fato pontual seja a não relação conceitual ou projetual do paradigma tecnológico anterior com o próximo; tal qual o “salto” do paradigma pré-fotográfico ao fotográfico, da representação por imagens produzidas artesanalmente às imagens capturadas por dispositivos de registro maquínico. Ou ainda, da tecnologia da válvula³ ao transistor, ou da fixação da imagem por meio da base fotoquímica à utilização dos sensores eletrônicos. Não nos esqueçamos ainda, dentro do processo evolutivo da produção imagética, de pontuar o paradigma da era pós-fotográfica; a era das imagens infográficas numéricas.

Uma vez que sua utilidade/utilização vai sendo descoberta gradativamente pelos usuários, seja por meio da própria experimentação contínua, pela sempre inquietante vontade de desconstrução e resignificação dos códigos pré-estabelecidos ou programados, os usuários vão amadurecendo as tecnologias.

³ Cf. Da válvula ao transistor: a revolução dos semicondutores. Disponível em <http://www.clickciencia.ufscar.br/portal/edicao14/materia4_detalhe.php> acesso em 11/6/09.

O amadurecer neste caso não é ainda no sentido do aperfeiçoamento do recurso, pois ele já está dado; como já comentado no primeiro parágrafo deste texto, é no sentido de que toda tecnologia recém apresentada ao mundo necessita de um tempo para ser descoberto em todas as suas possibilidades.

O franco-suíço Jean-Luc Godard é um cineasta que sempre foi além dos limites técnicos, buscando realizar obras que fugissem do lugar comum e trouxessem algo de novo para o cinema. É reconhecido como um inventor dentro do ambiente cinematográfico, tendo chegado a provocar na indústria do cinema uma pequena revolução tecnológica, ao instigar à fabricação de câmeras mais portáteis e leves, que permitissem maior liberdade no momento de captação. A intenção de Godard era filmar nas ruas, sem ser percebido pela multidão, coisa que até aquele momento poucos tinham se proposto a fazer. (COVALESKI, 2009:85)

E à medida da constatação de sua não utilidade, do seu baixo retorno de satisfação em torno das necessidades do usuário, ou ainda, a não mais satisfação das necessidade naquela circunscrição temporal, abre-se então a oportunidade para o surgimento de uma nova versão ou até mesmo de novo paradigma tecnológico, como o caso das primeiras câmeras portáteis *Portapak*⁴, ou talvez do atual sistema de exibição tridimensionalizador das imagens técnicas bidimensionalizadas para usuários domésticos. Uma seleção natural dos aparatos.

Tecnologicamente, dos primeiros aparatos maquínicos de captação de imagens, a partir do Kinetógrafo de Thomas Edison e do Cinematógrafo dos irmãos Lumiere até a presente data, muitas e incontáveis versões foram desenvolvidas. Não descartando evidentemente as contribuições anteriores de tantos outros estudiosos, cientistas como Joseph Plateau, Émile Reynaud, Etienne Marey, ou Eadward Muybridge.

⁴. O primeiro formato de gravador de vídeo portátil lançado pela Sony em 1967. (Cf. the history of camcorders in wikipedia)

Indiscutivelmente estamos falando de um setor influenciado pela tecnologia, à parte de qualquer intencionalidade política, sabemos que a evolução dos aparatos aqui discutidos continuam sugerindo transformações sociais, sobretudo na circunscrição temporal que envolve este trabalho, o período compreendido da última década do século XX à presente data.

Um cenário de fértil desenvolvimento tecnológico tem trazido além das funções manifestas (MORAIS, 1998) dos aparatos de comunicação, funções latentes derivadas das conjunções de diversas tecnologias de informação e comunicação, causando relevantes impactos sociais. Embora uma crítica de uma conjuntura preocupante, Castells nos mostra sua visão a propósito da transformação sócio-econômica decorrente da evolução tecnológica;

As novas tecnologias da informação possibilitam, ao mesmo tempo, a descentralização das tarefas e sua coordenação em uma rede interativa de comunicação em tempo real, seja entre continentes, seja entre os andares de um mesmo edifício. O surgimento de métodos de produção enxuta segue de mãos dadas com as práticas empresariais reinantes de subcontratação, terceirização, estabelecimento de negócio no exterior, consultoria, redução do quadro funcional e produção sob encomenda. (CASTELLS, 1999:330)

Estamos vivenciando um período de transição em tudo o que envolve processos de acesso, controle, serviços, interações, entretenimento, e outras atividades intermediadas por máquinas, ou onde haja interface maquínica.

O professor e sociólogo Sergio Amadeu nos lembra apenas de algumas das transformações tecno-sociais possibilitadas e iniciadas pelo processo de digitalização das TICs, e valoriza especialmente as circunstâncias da transmissão e recepção;

A digitalização já afetou as telecomunicações e começou a ser aplicada em sua infra-estrutura de transmissão-recepção. As alterações nas telecomunicações, por sua vez, afetam as comunicações na medida em que aceleram a velocidade das interações, ampliam a capacidade de comunicar conteúdos e permitem a criação tanto de processos de controle quanto de processos de democratização radical. (SILVEIRA, 2007: 84)

O autor sinaliza para atenção à nova maneira da produção e consumo de informações, influenciada por conjunções possibilitadas pelo processo de digitalização.

No sentido amplo, conjunção nos leva à ideia de aproximação, conexão, combinação, convergência; este último conceito ganhou visibilidade sendo difundido por autores como Jenkins (2008). Não obstante, longe de ser exclusividade do setor de produção audiovisual⁵, como bem lembra Patriota (2009), a convergência permeia outras instâncias sociais conformando a chamada “indústria da convergência”;

[...] tal indústria sob o ponto de vista econômico pode ser segmentada em quatro grandes blocos: “convergência das indústrias”, “convergência de terminais”, “convergência de serviços e aplicações, e “convergência das redes de acesso [...]” (LAMARDO e SILVA *Apud* PATRIOTA, 2009:114)

No campo dos recursos de captação de imagens, o progresso tecnológico, a melhoria dos dispositivos de captação, a miniaturização, o barateamento, e acessibilidade, juntamente com a possibilidade de exibição e distribuição das produções por meio das redes interconectadas, abriram caminho para a possibilidade de reconfiguração do processo de produção das obras audiovisuais.

⁵. Em tempo, dentre algumas leituras conceituais possíveis, utilizaremos aqui o conceito audiovisual, ou de audiovisibilidade, para todo o tipo de obra resultante do aparato maquínico de registro óptico analógico fílmico ou digital por sensor de conversão do tipo CCD ou CMOS. Ainda, como a tecnologia eletrônico-digital de captação de imagens está cada vez mais presente, concorrendo, e em alguns casos expulsando o tradicional aparato de arrasto fílmico do circuito, a produção cinematográfica, bem como a noção conceitual de cinema, será compreendida aqui como um meio entre os meios, levando-se em consideração que cada meio, internet, tv, cinema, cada qual tem suas particularidades pertencendo a um grupo geral a que denomino por audiovisual, onde dentro deste estaria também o cinema.

É notório que as produções audiovisuais publicitárias buscam sempre dedicar os esforços na elaboração conceitual do seu texto, do roteiro, do desenvolvimento da produção com alto grau de refinamento, além do inexorável apelo aos recursos de pós-produção. Tem-se a impressão de que o filme publicitário não pode ser considerado bom, no sentido *lato*, se não contar com uma produção que siga os preceitos da estética Hollywoodiana, da imagem hiper-realista, da saturação de cores, do corte ágil, dos atores impecavelmente produzidos. Por outro lado observamos uma crescente participação de usuários de recursos de produção audiovisuais, profissionais e não-profissionais, incrementando o ciberespaço, não raro com obras de excelência técnica e conteúdo.

Ainda que haja diferenças entre os processos de produção de obras voltadas ao entretenimento para grande tela e de produções para as demais, não é na qualidade técnica, na linguagem narrativa, ou exclusivamente no recurso maquínico de produção que iremos desenvolver o pensamento desta dissertação. É a conjunção do trinômio captação-manipulação-compartilhamento que balisará o desenvolvimento deste trabalho, e são os fenômenos imbricados nas dobras deste trinômio que procuraremos centrar nossos esforços.

Se por um lado a atenção do espectador, esta valiosa moeda da contemporaneidade, tende ao compartilhamento entre diversas telas em decorrência da profusão dos recursos tecnológicos de exibição, por outro lado o anunciante pode talvez encontrar no próprio consumidor um porta-voz direto de seus objetivos mercadológicos por conta dos recursos tecnológicos de produção e distribuição. O usuário de recursos audiovisuais também é consumidor, de produtos e de serviços, portanto, uma vez envolvido na participação estratégica comunicacional de alguma marca podemos chamá-lo de consumidor produtor. Embora sua hipotética produção nem sempre preencha os requisitos estéticos e conceituais estabelecidos pela marca, este consumidor produtor é um potencial colaborador na estratégia de comunicação da instituição; oferecer-lhe a oportunidade no processo, aproveitando o recurso da interconectividade da internet pode fomentar uma

nova forma da práxis do tradicional filme publicitário.

Acreditar que o processo de produção audiovisual atingiu a sua maturidade, ou ainda, que o mesmo esteja totalmente esgotado nas suas possibilidades processuais por conta dos recursos do paradigma pós-fotográfico talvez seja uma visão um tanto rasa da realidade, e é exatamente sobre esta inquietação que se seguirá o desenvolvimento deste trabalho.

As experimentações aqui realizadas sugerem a desconstrução do hegemônico modelo de produção audiovisual, especificamente no campo da produção audiovisual publicitária. Embora hipoteticamente o processo possa influenciar a estrutura narrativa, procuraremos nos restringir ao estudo da possibilidade de uma outra divisão do trabalho na etapa de construção da menor unidade sintagmática nos filmes publicitários a partir da atomização de uma das etapas de realização do tradicional modelo dos *breaks*. Em tempo, justificadamente o atento leitor deve ter notado um ruído presente no subtítulo deste trabalho em relação a expressão “produção audiovisual” recorrentemente assumida no corpo desta introdução, entretanto a escolha pela assunção do termo “filme” tem o único e exclusivo caráter estratégico-acadêmico no sentido de melhor ajuste na organização do trabalho de catalogação e busca para os próximos pesquisadores; desta maneira ficando evidenciado no decorrer deste texto que nos referiremos sempre ao tradicional comercial dos *breaks* por audiovisual publicitário.

CAPÍTULO 1

Contemporaneidades audiovisuais da era digital

*“Este vai ser um dia ótimo e é melhor você curtir,
garoto, porque amanhã você não vai ser nada”*

James Dean, (Juventude Transviada, 1955)

1.1 Breve panorama do progresso tecnológico no ecossistema cinematográfico.

Saltando o marco cinematográfico de dezembro de 1895, no *Grand Cafe* de Paris, veremos que a construção e estabelecimento da gramática cinematográfica e posteriormente a alfabetização da narrativa pelo público dos *vaudevilles* e *nickelodeons* se deu no decurso de 15 ou 20 anos por meio da colaboração de muitos realizadores e de suas diversas experimentações; desnecessário aqui enumerar as obras de realizadores como Georges Méliès, George Smith, Edwin Porter, Abel Gance, David Griffith e de outros que tiveram importante contribuição no processo de construção desta gramática.

O público da época familiarizava-se com a linguagem à medida em que os próprios realizadores descobriam que estrutura morfológica e sintática representava melhor a sua realidade fílmica; seria o modelo dos *tableaux*, da colagem de planos autônomos separados por intertítulos, ou o modelo de decomposição das ações em planos sugerindo a contiguidade dos movimentos num encadeamento sintagmático?

Somente viria a se reconhecer uma certa consolidação de um modelo de narrativa em *"The Birth of a Nation"*(1915) e em *"Intolerance"*(1916) do mesmo David Griffith.

Em *"The Birth of a Nation"*, Griffith já não espera uma ação acabar para cortar; ele dá o corte em pleno ápice da ação, tornando mais ágil a montagem (...) Aos poucos ele vai substituindo as elipses abruptas, os encavalamentos temporais e os quadros autônomos do primeiro cinema por uma sequência sintagmática *sui generis*, na qual o que conta, acima de tudo, é a continuidade do tempo e a homogeneidade do espaço (Machado, 2005:111)

A partir da consolidação do modelo clássico de narrativa, este foi sendo usado como uma espécie de grande tapete das linguagens que se seguiram¹.

Como todo processo evolutivo, o cinema mostrou no decorrer de sua trajetória histórica, adaptações nos processos decorrentes de novas tecnologias que vieram surgindo; assim como estúdios, equipes técnicas e atores tiveram que se adaptar ao surgimento do recurso sonoro em 1927, cuja inauguração é creditada ao clássico *"The jazz singer"*, espectadores também tiveram o seu tempo de adaptação, tiveram que aprender a assistir o cinema sonoro. Mas uma classe especial de espectadores seria beneficiada com o acesso ao som, às palavras faladas e não somente às escritas dos cartões dos intertítulos entre os *tableaux* que constituíam os filmes anteriores. Era o momento de inclusão dos analfabetos no consumo da arte cinematográfica.

Em contrapartida, os *Talkies*² exportados ofereceriam um outro problema de acesso aos estrangeiros pela oralidade. Roteiristas tiveram que mudar a sua forma de construir os personagens pelas palavras, o ator precisaria mostrar a sua voz, o que deve ter surpreendido muitos fãs, por outro lado muitos outros atores começariam a serem valorizados pela voz ou por dominarem a arte da interpretação musical, além da abertura para atores dançarinos já que se proliferariam os musicais. Atores do teatro como James Cagney, Spencer Tracy e Fred Astaire seriam os talentos da vez.

Em 1932 as cores³ foram introduzidas oficialmente no processo; a Technicolor⁴ começou imprimindo em película a partir das cores verde e vermelho em 1915,

¹ Evidentemente isso não significa unanimidade, basta olharmos para a construção de *"Un Chien Andalou"*(1929) de Buñuel e Dalí, *"Acossado"*(1959) de Jean Luc Godard, *"Hiroshima Mon'amour"*(1959) de Resnais, ou *"Solaris"*(1972) de Tarkovsky, dentre muitos outros cinemas.

² Como eram chamados os filmes falados neste período.

³ Na realidade, desde os primórdios estiveram presentes pela técnica de colorização de películas P&B à mão, Thomas Edison já o fazia, mas abandonando a técnica por razões óbvias.

⁴ Cf. <<http://www.widescreenmuseum.com/oldcolor/technicolor1.htm>>

e finalmente desenvolvendo o filme *Tripack* que daria início ao cinema *live-action* em cores com o longa “*Becky Sharp*”(1935) de Roubem Mamouliam⁵, embora seja “*Flowers and Trees*” (1932) da Disney, dirigido por Burt Gillett, a primeira animação a ser realizada em cores com a tecnologia.

Evidentemente essa novidade rendeu discussões, controvérsias entre realizadores, e claro, novamente novas formas de se olhar o fazer cinema. Na época do lançamento da tecnologia chegou-se a instaurar um trabalho de consultoria por parte do fabricantes das novas películas de modo que cada roteiro era estudado e posteriormente produzida uma paleta de cores específica recomendada para a produção dos cenários, figurinos e maquiagem, dentro de um padrão estético que o fabricante considerava ideal.

Ainda em 1932 a Bell and Howell colocou no mercado de produção a primeira lente teleobjetiva de tamanho 40–120mm, dando oportunidade à novas invenções aos diretores de fotografia, como por exemplo o interessante efeito provocado pelo movimento articulado de *dolly-zoom* que Hitchcock utilizou em “*Vertigo*” (1958).

Antes da “inauguração⁶” oficial do cinema, a animação com ilustrações já era realidade nas mãos de Émile Reynaud em 1892 com seu praxinoscópio, e no decorrer da história, nomes como James Stuart Blackton “*The Enchanted Drawing*”(1900), “*Homurous Phases of Funny Faces*” (1906), Émile Cohl “*Fantasmagorie*”(1908), Arthur Melbourne-Cooper com o primeiro filme publicitário de animação “*Matches: An Appeal*”(1899), e Otto Messmer⁷, foram construindo a história da animação no cinema.

⁵. Cf.<http://en.wikipedia.org/wiki/Becky_Sharp_%28film%29>

⁶. “Não por acaso, o historiador norte-americano Charles Musser (1900,pp15-54) chega mesmo a defender a ideia de que não existe, na verdade, uma história do cinema que começa, por exemplo, em 1895, mas uma história das imagens em movimento projetadas em sala escura, que remonta, pelo menos no ocidente, a meados do século XVII, com a generalização dos espetáculos de lanterna mágica. O cinema, tal como o entendemos hoje, não seria senão uma etapa dessa longa história.” (Machado,p23)

⁷. Messmer criou Gato Felix em 1920 tendo feito muito sucesso até o final desta década.

A fase inicial dos filmes de animação apontaram para a carência de uma nova categoria de profissionais. Os desenhistas eram recrutados em departamentos de arte dos jornais. Enquanto o cinema de *live-action* consolidava o seu código, os artistas de animação tinham a responsabilidade de entregar algo interessante, seguindo os preceitos da lógica clássica com começo, meio, e fim.

A Disney lançaria então uma série chamada “*Alice Comedies*” em que pessoas dividiam a cena com personagens desenhados. E para competir com o gato de Messmer a Disney criou outro personagem antropomórfico, o *Mickey Mouse* (1928).

Um importante marco da animação no cinema veio através da animação “*Three Little Pigs*” (1933), nesta produção foi introduzido pela primeira vez o recurso do *Storyboard* numa produção. A partir de então toda e qualquer produção cinematográfica, independente de ser um filme de animação ou de *live-action* passaria a utilizar o recurso para auxiliar o arranjo estrutural do filme. No campo do áudio, os esforços da Disney e seus experts William Garity e John Hawkins, desenvolveram um sistema sonoro estereoscópico, o *Fantasound*, cujos testes se iniciaram em 1932, sendo apresentado ao público em 1940 na animação “*Fantasy*”. Entre os espectadores o novo atributo técnico causaria furor, mas não seria tão impactante quanto o marco da invenção sonora. Para os realizadores, o conceito de som *surround* ainda a ser explorado por muitos anos, viria a se desdobrar em múltiplos canais, começando pelo conceito de canal .1 (ponto um), que representa um alto-falante para um canal de baixa frequência – *Low Frequency Effects Channel*. Convencionando desta maneira a indicação .1 (ponto um) nas nomenclaturas das respectivas tecnologias, cuja representação indica uma caixa extra de saída para as baixas frequências, de modo que vemos surgir posteriormente cada vez melhores, mais envolventes, e mais refinados desenhos de som como os sistemas de som surround 4.0 *Quadraphonic*, 4.1 *Dolby Pro Logic*, 5.1 *Dolby Pro Logic II*, 6.1 *Dolby Pro Logic IIx*, 7.1 *Dolby Digital EX*, 10.2 – 2 canais de baixa, e por fim o impressionante 22.2 – 24 alto-falantes - apresentado na Expo 2005 na cidade

de Nagoya, Japão. Com certeza este é um atributo técnico que tenta colaborar com a preservação dos limites entre cinema e televisão.

Em 1950 “*A Dama e o Vagabundo*” marcou a primeira exibição de um longa de animação em formato *cinemascope*⁸. Mas antes do formato Cinemascope, a tela larga, mais retangular, já havia sido experimentada por Claude Autant-Lara em “*Pour Construire un Feu*” em 1928. A propósito deste formato horizontalmente privilegiado, Abel Gance⁹ ousadamente experimentou a exibição simultânea em três telas em 1927, bem antes do *cinerama*¹⁰ ser inventado na década de 50.

No percurso do desenvolvimento deste conceito de projeção em múltiplas telas, há fatos que se desdobram antes da criação do cinerama, como por exemplo o desenvolvimento de um sistema de onze projetores chamado *Vitarama*, ou então o projeto *Gunnery Trainer*¹¹ de aplicação militar que utilizava cinco projetores de imagens filmadas por cinco filmadoras de 35mm simultaneamente. Ambos projetos de Fred Waller, por sinal o próprio inventor do *cinerama*.

Paralelamente às animações convencionais ilustradas à mão, o processo de produção ainda contava com recursos de animação por recursos mecânicos. Em 1934 o húngaro George Pal produzia seus curtas de animação utilizando bonecos, os *puppatoons*¹². Não podemos deixar de citar “*King Kong*”, este em 1933 mesclava a manipulação física com recurso da captação *stop motion*, tal qual o primeiro “*Terminator*” de James Cameron.

⁸. Formato desenvolvido no início da década de 50. Em 1953 a 20th Century Fox começou a utilizar este formato que consiste em captar as imagens utilizando lentes anamórficas; estas lentes permitem o registro de uma imagem mais larga no mesmo espaço físico do fotograma. Enquanto a proporção da janela de exibição era de 1.33:1, o formato Cinemascope permitia registrar e exibir imagens de 2.66:1, praticamente o dobro da janela convencional. Posteriormente viria a perder campo para o formato da Panavision.

⁹. Abel Gance utilizou a ousada projeção dividida em três telas simultaneamente na sequência final de seu filme “*Napoleón*” (1927).

¹⁰. Sistema de projeção criado em 1952, que consiste em utilizar simultaneamente três projetores, de tal modo que permita uma composição de tela mais larga que o convencional.

¹¹. Artigo disponível em <<http://www.widescreenmuseum.com/widescreen/waller02.htm>>

¹². Termo cunhado por George Pal obtido pela contração de *Puppet* e *Cartoon*, para se referir às suas produções baseadas na animação física de bonecos. Cf. <<http://zapt.in/3Z2>>

Mas foi Bruce, o problemático tubarão mecânico de Spielberg em *Jaws* (1975), o primeiro *animatronic* famoso a ocupar o lugar de um ser vivo no ecrã cinematográfico. As imagens da era pós-fotográfica começaram a ser experimentadas no início da década de 70 a partir da cooperação dos trabalhos do engenheiro de software Nestor Burtnyk¹³, que desenvolvendo juntamente com Wein Marcelli um método de animação por *key-frames*, auxiliaram Peter Folds a produzir o primeiro curta de animação usando a computação gráfica; *"Hunger"* com 11 minutos de duração recebeu em 1974 o prêmio do júri do festival de Cannes e foi o primeiro a ser indicado ao Oscar na categoria, mas é creditado a *"Westworld"* de Michael Crichton o título de primeiro longa a utilizar os recursos de imagens geradas por computador.

Neste período, em 1976, Garret Brown apresentou ao universo da produção cinematográfica um estabilizador de imagens, que primeiramente foi batizado como *"Garret Stabilizer"*; depois o equipamento veio a ser comercializado com o nome de *Steadicam*¹⁴. A partir desta invenção vimos explodir o uso de complexos e longos planos-sequência, embora este tipo de movimento já tenha sido utilizado há muito mais tempo. Por outro lado os operadores de câmara tiveram mais uma especialização para buscar fazendo surgir uma outra especialidade dentro da categoria profissional.

Em 1977 George Lucas com *"Star Wars"*¹⁵ popularizou brilhantemente a era do CGI – *Computer Generated Imagery* - no cinema, dando início à corrida a toda uma série de ficções altamente recheadas de tecnologia computacional, não esquecendo que aqui estaríamos vendo surgir também a *Blockbusterização* dos filmes Hollywoodianos com lançamentos de acessórios, bonecos, e *goods* diversos, ao lançamento de *Alien*, *Tron*, *Terminator*, à serialização de *Star Wars* e depois uma série de outros filmes de sucesso até chegarmos ao notório sucesso 3D de Jim Cameron.

¹³. Cf. <<http://www.umanitoba.ca/honours/index.php?det=18&pg=ppl&s=gg>>

¹⁴. O Steadicam é um equipamento que permite a estabilização da câmara durante a captação de imagens, geralmente em situações que necessitem do acompanhamento da câmara em percursos irregulares ou de agilidade na movimentação.

¹⁵. Cf. <<http://jobs.lucasfilm.com/history70s.html>>

A partir da segunda metade da última década do século XX vimos surgir diversos dispositivos tecnológicos para controle de movimentos que possibilitariam novos “tipos” de imagens¹⁶, e em 2003 chegou ao mercado o sistema *CableCam*¹⁷ de captação de imagens aéreas, batizado sugestivamente por *SpiderCam*¹⁸. O sistema consiste em um aparato que mantém um conjunto óptico de captação e movimento, suspenso por cabos de aço fixos em quatro pontos, que resultam em dois eixos que permitem o tracionamento da câmara em direções diferentes; conforme a tensão dos cabos que seguram o conjunto óptico, pode-se subir ou descer, criando assim um movimento tridimensional com uma ampla possibilidades de movimentos. Sem dúvida Sam Raimi utilizaria o sistema em “*SpiderMan*” (2002, 2003). Novamente temos o progresso tecnológico influenciando diretamente o surgimento de novas formas das imagens.

Ao longo da história da animação, os produtores procuraram formas de otimizar tempo e dinheiro para criar produtos melhores e mais realistas. As técnicas tradicionais feitas à mão perderam espaço para a precisão e praticidade do computador, além do que o espectador começou a reconhecer simulações que não traduziam a verossimilhança da coisa retratada. Por outro lado os roteiros passaram a apresentar muito mais situações de ação, ficção científica, aventuras, elementos de fantasia; claro, os realizadores decupam as ações em cenas cada vez mais audaciosas, violentas, ágeis e muitas dessas cenas, decupadas tecnicamente não apresentam outra alternativa ao realizador a não ser a substituição do ator real por uma simulação em CGI.

¹⁶. Cf. *Remote Head Crane* <<http://www.egripment.com>> , controladores de lentes e cameras *Wirelles* <<http://www.prestoncinema.com>> , *Skater mini dolly* <<http://www.pstechnik.de>>

¹⁷. Cf. *CableCam* <<http://zapt.in/Pma>>

¹⁸. Cf. <<http://www.spidercam.net>>

Transfiguração e transdisciplinaridade que não aparece apenas no “efeito” dessas imagens, produzidas pela combinação de diferentes técnicas, mas está na base da sua produção, que utiliza procedimentos emprestados aos saberes os mais díspares, da biologia à balística, passando pela topologia, neurociências, matemática, geometria fractal, etc. A produção de imagens deixa de ser um efeito de duplicação e representação para tornar-se um processo de construção e simulação desde o seu nascimento” (BENTES, 2000)

A substituição do ator real por uma criação gerada por outros profissionais de animação já percorre uma longa jornada, mas a exigência por um melhor refinamento fez surgir no campo da produção outra técnica.

Em 2000 um filme de animação chamado *Sinbad: Beyond the Veil of Mists* utilizou o recurso de *trackeamento*, ou mapeamento do corpo humano por *motion capture*¹⁶. O *MoCap* como também é usualmente conhecido, é a técnica utilizada por James Cameron em *Avatar*. Historicamente temos outros exemplos que fizeram uso desta técnica como *Happy Feet* (Oscar 2006), *Monster House* (2005), e em filmes de *live-action*, personagens como Jar Jar Binks de *Star Wars*, o Gollum de *Senhor dos anéis* (2001), o último King Kong (2005), Davy Jones de *Piratas do Caribe* (2003), Expresso Polar, 2004, Beowulf (2007), *Christmas Carol* (2009), *Alice in Wonderland* (2010) e agora recentemente em *Tron Legacy* (2010).

A Técnica de *MoCap* não é recente, nas últimas décadas do século XIX Eadweard Muybridge já fazia seus testes de *motion capture* com cavalos e pessoas.

Baseado em sistema computacional existe desde a década de 70 e surgiu primeiramente para estudos de análises biométricas.

No caso do cinema e da publicidade em geral são usados para capturar o registro espacial de expressões faciais ou movimentos corporais para serem aplicados posteriormente no esqueleto de um boneco, animal, ou um personagem qualquer construído em ambiente computacional.

¹⁶ cf. Artigo sobre a técnica do *MoCap* disponível em
<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo/article/view/6920/6501>>

1.2 O flow das telas: O produtor e o consumidor

O que pode estar morrendo no cinema é uma certa técnica de produção (uma forma de “artesanato” que deriva ainda da época da Revolução Industrial e que segundo Coppola, não sofreu qualquer mudança substancial desde os tempos de Griffith), uma certa modalidade de sustentação econômica (vinculada ainda às formas de espetáculos teatrais e derivada unicamente dos ingressos comprados pelo público), uma certa tecnologia (a câmera de arrasto mecânico, a película fotoquímica, “arqueologia” segundo Coppola) e ainda uma certa premissa epistemológica (o olhar imaculado que se lança sobre o mundo) Esse conceito de cinema pode não morrer hoje nem amanhã, mas é certo que vai desaparecer em algum momento. (MACHADO, 2005:210)

Esta provocação evoca primeiramente uma questão que vem juntamente com o advento dos recursos maquínicos digitais de alta definição, uma definição de qual cinema se está falando; se se refere ao cinema como a técnica exclusiva da produção por câmeras de arrasto de películas, da fruição coletiva da obra numa grande sala escura, da economia da pipoca, então podemos arriscar que tecnicamente metade desta provocação pode estar em vias de concretização, pois de fato, excetuando-se alguns casos, não resta muito tempo de vida ao analógico; a produção publicitária já mostra sinais contundentes de que caminha para tal confirmação.

A mudança comportamental das populações urbanas, que por conta do conforto do consumo privado, do preço dos ingressos, e do tempo disponível, tem esvaziado¹ as salas escuras, tendem a reforçar a previsão. E finalmente, se não se aceitar a legitimidade da imagem técnica captada, seja qual for o recurso maquínico óptico, de alta definição ou não, então apocalipticamente – não no sentido crítico - nos restaria a resposta positiva à citação acima.

¹ Cf. pesquisa realizada pelo instituto Datafolha disponível em <http://zapt.in/506>. Acesso em 07/dez/09.

Mas hoje o cinema está caminhando para uma nova proposta, estamos na iminência de uma reconfiguração deste modelo de entretenimento.

Talvez a criticidade desta discussão esteja somente no campo da exibição, talvez nem seja importante como há 10 anos ou mais o recurso maquínico de captação, pois chegamos digitalmente a um número de linhas suficientes para a exposição em tela grande.

Nem é mais relevante discutir aspectos de alta técnica como latitude, curvas de gamma, sampleamento de cores, pois chega a ser muito difícil, senão impossível, identificar na tela, após todo o processo de pós-produção, que tipo de equipamento gerou esta ou aquela imagem, tanto para as telas grandes, mas principalmente na produção para tv, como os filmes publicitários por exemplo.

Em relação ao espectador, tem-se a impressão que uma parcela consumidora se cansou da repetição do código, além do que parece ter cada vez mais preguiça de cumprir o ritual de consumo na sala de cinema, há uma clara mudança comportamental; escolher o filme, combinar um horário comum a todos, a preparação pessoal, pegar o carro, o deslocamento pela cidade, a busca por uma vaga de estacionamento, pegar uma fila para comprar o ingresso, retirar o ingresso caso tenha comprado *online* – ainda bem caro para os espectadores, mas insuficiente para os produtores, porque como sabemos a arrecadação vai para o vértice distribuidor - dividir o espaço físico com desconhecidos, para enfim consumir o produto. Hoje, numa roda de amigos, um comentário negativo acerca de um filme pode volatilizar qualquer motivação do consumo na sala de cinema, fazendo o grupo ou parte dele tomar a decisão de aguardar para consumir o produto em outro meio.

Inevitavelmente caímos em outra questão; há um sério problema de apropriação e “distribuição” de filmes por parte da população, que levanta e mantém no alto uma complicada discussão sobre o que é pirataria ou não. Desnecessário exemplificar o trajeto que a reprodução percorre antes mesmo de deixar as salas escuras do cinema. Os produtos audiovisuais hoje são como peixes num imenso oceano que a cada dia recebe mais e mais desses

seres mutantes. Neste oceano eles se multiplicam de forma exponencial, desordenadamente, descontroladamente, são replicados, reconfigurados, remixados; e estão lá, para quem quiser pescar, lá não existe extinção apenas multiplicação.

E os grandes, aqueles que são produzidos especialmente para os grandes aquários estão sendo ensacados e vendidos em feiras livres como se fossem *Kingyos*².

Pondo na balança todas as ações para se chegar à fruição do conteúdo de uma obra cinematográfica, é crescente o tipo de espectador que se sente mais confortável em consumir diante da tela particular, a fruição individual, independente se a reprodução provém da locadora ou da feira. Em casa talvez não seja possível reproduzir a situação cinema³, a tatilidade do *Booster* e do *Surround* não são as mesmas, ao menos para a maioria, o espectador estará numa situação tv, talvez outros numa situação *notebook*, mas não conformam grandes contrapesos nessa balança.

Talvez o espectador, especialmente o mais jovem, esteja já insatisfeito com a passividade do entretenimento, o corpo não está muito mais querendo ser o alimento das imagens na grande sala escura. Baitello diz que “o alimento das imagens é o olhar e como o olhar é um gesto do corpo, transformamos o corpo em alimento do mundo das imagens”, mas a situação cinema está perdendo espaço para outras situações. Talvez o jovem espectador não queira mais este formato, talvez ele queira um novo brinquedo, algo que o faça sentir algo mais, algo que satisfaça a sua propriocepção.

² *kingyo*. Peixe ornamental japonês também conhecido como *goldfish*, em geral dourados. Foram re-batizados nacionalmente sob o nome de peixe *king*.

³ Hugo Mauerhofer, psicólogo, chama de *situação cinema* o estado em que se coloca o espectador na sala de cinema; ali não devem existir distúrbios de natureza auditiva ou visual, ou qualquer outra que não seja apenas as emissões provenientes do filme, deixando o espectador totalmente afastado do mundo exterior à sala de projeção. Esta situação redundava numa fuga voluntária da realidade cotidiana onde o sujeito fica entre a vigília e a inconsciência, observa-se a vida alheia com a segurança do anonimato.

Viver as pseudo-experiências sensoriais através do corpo das personagens parece não preencher as suas necessidades sensoriais; não basta agora somente o valor de exposição, aquele a que se referia Walter Benjamin, abaixo as aparências da tatilidade que se resumem a superfícies sob superfícies.

A redução do corpo a “observador da observação” é o testemunho mais patente de um processo de perda da propriocepção. A transferência das vivências do corpo para o mundo das imagens significa também sua transferência para um tempo *in effigie*, congelado em um eterno presente e portanto, sem presente. (BAITELLO, 2005a:86)

Ou seja, temos um imbricado conjunto de situações que nos levam à ideia de que o entretenimento para a grande tela deve se diferenciar daquele produzido para a pequena, pois logo não fará mais sentido a manutenção das salas escuras. Este tipo de espectador não está mais feliz em ter roubado o seu tempo, não quer ficar mais na superfície, quer mergulhar mais fundo.

Em tempo, evidentemente não se pode inferir padrões generalistas quando nos dirigimos ao ser humano, consideramos, claro, ainda os diversos gêneros oferecidos a este tipo de entretenimento, não obstante os espectadores das chamadas gerações “Y” e “Z”, ou nativos digitais, podem sim corresponder a tais comportamentos diante do atual formato de consumo da obra fílmica.

Contudo, o que faz o espectador se entregar ao filme segundo Christian Metz (*Apud* MACHADO, 2005) é que o sujeito sabe que tudo não passa de fantasia, de ficção, de sonho, mas o que ele busca é justamente a segurança de poder imergir numa emocionante alucinação segura, livre de riscos físicos.

Machado (*ibid.*, 2005) fala do mecanismo do sonho, em que no momento em que o corpo se encontra em total repouso e relaxamento a máquina psíquica torna-se incapaz de distinguir entre realidade e representação. É o que a psicobiologia chama de paradoxal, pois ao mesmo tempo em que a musculatura corporal se encontra totalmente relaxada o

aparelho psíquico se encontra em plena atividade.

Entretanto, Metz rebate a ideia de relacionar sonho e filme embasado em três premissas: 1. O espectador sabe que está no cinema, enquanto que no sonho não temos com clareza a distinção entre o real e a representação. Somente nos damos conta do real quando despertamos; apesar do estado de sono profundo predominar, o autor considera ainda um estágio intermediário no qual realidade e fantasia se misturam. 2. No cinema o material perceptivo é real, e no sonho é imaginário. 3. Não importa quão fantasioso seja o conteúdo fílmico, ele é sempre infinitamente mais lógico que o sonho. (ibid., 2005:51) Parece que o espectador hipermoderno já entra na sala escura sem a predisposição a esse mergulho, pois ele sabe que o mergulho é na superfície.

Ver permanece superficial. A profundidade do mundo não é para o olho. E quando o olhar penetra, apenas aumentam novamente as superfícies e superficialidades. A era óptica já provou o *ex-negatio*. Seu lema “tornar visível todo o invisível” era duplamente enganoso. Não se acercou do invisível e produziu-se uma nova invisibilidade. Um ofuscamento específico está ligado a visão: quanto mais visível, tanto mais invisível. (KAMPER, 1995:57 *Apud* BAITELLO, 2005a)

Coincidentemente ou não, as marcas de famosos consoles de *videogames* há algum tempo vem tentando ampliar a experiência sensorial dos jogadores, e é bem possível que tanto os realizadores do cinema da pipoca, quanto os da publicidade comecem a experimentar mecanismos de ampliação sensorial exteroceptivos e proprioceptivos em conjunto com as obras audiovisuais.

1.3 A ubiquidade ecranosférica das telas eletrônicas e fotônicas

A dicotomia captação-monitoração é indissociável, onde há captura imagética haverá numa outra extremidade, ou num centro, um *display* monitor. Faz sentido, pois evidentemente não se capta algo para não ver ou mostrar imediatamente ou ulteriormente. Não faz sentido o Kinetógrafo¹ sem o Kinetoscópio.

É notório que as nossas relações sociais estão cada vez mais fortemente intermediadas por algum tipo de interface maquínica, sendo inevitável a menção ao aparato computacional e aos recursos de comunicação audiovisual. O *display*, que ora serve à tarefa de monitoração e ora de interface de consumo visual, se tornou parte do cotidiano do cidadão médio, e até o conceito de leitura já se transforma por conta de aparatos eletrônicos como as *tablets*.

A vigilância é latente e onipresente, o mundo está cercado de câmeras, e é igualmente grande o número de telas espalhadas em torno do globo terrestre. A esta profusão de aparatos do universo audiovisual Lipovestky batiza de ecranosfera. Vivemos a era da tela-mundo, tudo-tela, tela-global, onde tudo é apropriado livremente² e pode ser exposto em qualquer lugar.

Os sistemas de captação de imagens broadcast, que até há 10 ou 15 anos demandavam um grande *budget* de investimento, hoje encontram no segmento *prosumer*, e até em alguns casos no mercado *consumer*, equipamentos de qualidade técnica suficientes para produção nos formatos *Standard* e *Hi-Definition* a preços dezenas de vezes menores³.

¹ Embora inúmeras literaturas façam menção apenas ao Kinetoscópio, foi o Kinetógrafo o aparato que permitiu a captura de imagens por Thomas Edison e sua equipe. Cf. <http://inventors.about.com/od/kstartinventions/a/Kinetoscope_2.htm>

² Há evidentemente os aspectos legais de direitos no ciberespaço, tema este de ampla discussão acerca das questões éticas, e morais decorrentes do empoderamento do anônimo e dos detentores de patentes, e das apropriações no ciberespaço.

³ Em 1995 uma das câmeras mais baratas de padrão profissional Betacam SP – analógica, capaz de entregar aproximadamente 360 linhas de resolução, demandava um investimento de aproximadamente doze mil dólares - preço FOB (taxas e impostos de importação e transporte pagos pelo comprador), enquanto hoje uma câmera do segmento *consumer* com resolução similar ou até superior, pode ser adquirida por pouco mais de mil reais, preço CIF (Custo, Seguro e Frete embutidos).

Potencializam também a penetração das tecnologias audiovisuais na sociedade, além do barateamento dos recursos tecnológicos, a constante busca pela miniaturização, a preocupação no desenvolvimento de interfaces *user-friendly*⁴, formas de armazenamento não-lineares, a imaterialização⁵, e as possibilidades de recuperação e manipulação do material bruto em aparatos computacionais igualmente acessíveis⁶.

As coisas duras⁷ e as não-coisas moles ainda não estabilizaram seu processo de reconfiguração, sugerindo novos usos e aplicações a cada progresso. A máquina fotográfica se transforma em câmera de vídeo, o aparelho de comunicação móvel em unidade multi-utilitária, incluindo a função de moeda⁸, e obviamente a função de capturador de imagens e sons, cada vez menos para a comunicação oral. Seus sensores de imagem atingem uma resolução satisfatória para servir de fonte geradora de sinal audiovisual em programas de televisão e até de cinema. Dessarte o potencial produtivo e reprodutivo das audiovisualidades e suas tecnologias está cada vez mais penetrando nos lares, nos bolsos e bolsas, em diversos formatos, e rapidamente vai sendo absorvido pela população, uma extensão do seu corpo. Talvez ainda seja um exagero dizer que estamos caminhando para as formas biomecanóides de Giger⁹, mas não absurdamente delirante se considerarmos que já há implantes de display para córnea, além de outros estudos de implantes substituindo diversos órgãos.

⁴. Recursos e Interfaces pensados e desenvolvidos para proporcionar melhor experiência de usabilidade ao usuário do aparato.

⁵. Jeremy Rifkin lembra que se a era industrial fora caracterizada pelo acúmulo de capital e de propriedade, a nova era valoriza as formas intangíveis de poder vinculadas a conjunto de informações e ativos intelectuais, e que incontáveis bens tangíveis (e.g. propriedades e dinheiro) estão se desmaterializando, onde se inclui evidentemente os aparatos computacionais. (Rifkin, 2001:25)

⁶. Tanto no sentido da posse quanto da recuperação dos dados registrados na mídia suporte.

⁷. Flusser contrapõe os universos das “coisas” (Dinge) e das “não-coisas” (Undinge), diagnosticando que “As coisas duras”: (Harte Dinge) em nosso meio ambiente começam a ser acudadas (verdrängt) por “não-coisas moles” (weiche Undinge): Hardware por software. As coisas batem em retirada do centro de interesse, que passa a se concentrar nas informações (...) informações como imagens na tela da televisão, dados memorizados no computador, programas armazenados em robos, microfilmes e hologramas. (Flusser, 1997:185 *Apud* Baitello junior, p90)

⁸. Aparelho celular com a função de cartão de débito, utilização corrente no Japão e em outros países.

⁹. Hans Giger, escultor, pintor, designer. Ganhou um Oscar pelo trabalho de efeitos visuais em Alien. Suas pinturas apresentam figuras humanas mescladas num estilo surrealista ciborgue.

1.4 Empoderado e Influente: de espectador a produtor

Graças à conjunção das tecnologias digitais de produção, juntamente com o potencial de interconectividade das redes telemáticas, e claro, um gigantesco repositório ciberespecial, pudemos ver deslizar o “poder” da palavra da mídia massiva para o indivíduo conectado. Evidentemente não podemos desconsiderar que ainda há aqueles em estágio embrionário de adaptação às potencialidades dos recursos de produção audiovisual, e até os que mal começaram a experimentar; não se pode desconsiderar também aquele que apenas frui, o navegador, o nômade.

O homem vivenciou três grandes catástrofes ao longo de sua história: “Na primeira, o homem desenvolve ferramentas e persegue a sua caça, é nômade como a caça e como o vento; ao andar (como o vento), toca e apreende o mundo. Na segunda, constrói casas, domestica e cria sua caça; começa a possuir coisas e, como possui, torna-se fixo na terra, não mais pode andar para apreender o mundo; cria as imagens tradicionais e a escrita que substituem o mundo e os seus percursos (e somente apreende o mundo com sua mediação). Na terceira, sua casa fica inabitável, porque por todos os seus buracos entra o vento da informação (com suas imagens técnicas, transmitidas pelas tomadas de eletricidade). Este o conduz a um nomadismo de novo tipo, no qual não é mais o corpo que viaja, navega ou caminha, mas o seu espírito (em latim “spiritus”, em grego “pneuma”, em hebraico “ruach”), seu vento nômade. (FLUSSER *Apud* BAITELLO, 2005)

Aqueles que antes eram meros espectadores vão aos poucos assumindo uma posição mais ativa, no sentido da produção, e passa a ser cada vez mais comum as produções feitas por cidadãos comuns, não profissionais. A maior parte destas audiovisualidades informais são banalidades, *bytes* de informação sem importância, encorpando o que David Shenk (*Apud* FELINTO, 2008) chama de “*datasmog*”, uma “névoa de dados” de difícil mensuração.

Não obstante a participação massiva do usuário médio, há no meio desta hiperbólica profusão de fragmentos audiovisuais também usuários mais experimentados que encontram nesta névoa uma boa vitrine para os seus

trabalhos. Na corrida por um novo código, não raro encontramos outras estruturas artísticas e narrativas com maior grau de refinamento, destacando-se rapidamente do formato clássico da linguagem tradicional.

A cultura do *mashup*¹, da remixagem, traz juntamente a dos *Spoofs*, paródias em primeiro e segundo graus, a cultura do *Digital Trash*².

Graças ao desenvolvimento tecnológico dos próprios meios eletrônicos de comunicação, os refugos da cultura encontraram não apenas novos espaços de visibilidade como também um novo valor social. Oferecendo um “espaço” de armazenagem virtualmente inesgotável e custos de manutenção relativamente acessíveis, a internet tem se convertido no abrigo por excelência dos detritos culturais, dos restos, do inútil, do trivial. (FELINTO, 2008:34)

Acreditamos que o conceito de valor criativo seja um tanto relativo, portanto assumimos aqui o excerto para constatar um olhar sobre o material que, referenciados como excrescência digital, talvez sejam resíduos de um processo de aprendizagem, da “desinvolução” do *Homo telespectator*, do *Homo Videns*, acomodados em mais de meio século de passividade diante das telas televisivas. Estamos vivenciando um processo de constituição de um *Homo media* (GOSCIOLA, 2003:27), um ser que não apenas transita entre os meios de comunicação e é influenciado por estes, mas que também interage e influencia a sua existência.

Obviamente não é apenas a conjunção de mecanismos de produção somados a possibilidades de canais de distribuição que permitirá uma imediata transformação, lembrando que estamos nos referindo a seres humanos, portanto extremamente complexos. A propósito da produção artística, ou da transformação da noção de produção artística, Décio Pignatari já identificava ao final da década de sessenta um encurtamento da distância daquilo que se chamava de produção e de consumo, a que batizou de *produssumo*.

¹. Produção a partir da remixagem de material rastreado, apropriado, recortado e colado por meio de interface de navegação em banco de dados.

². A apropriação de fragmentos imagéticos digitais com o intuito de produzir , experimentar, ou reinventar novas linguagens.

Antes não havia a possibilidade de participação massiva na construção do conteúdo mágico apresentado nos ecrãs, nas telas eletrônicas e agora nas fotônicas também, não era acessível o recurso tecnológico.

A transição iniciada com o progresso tecnológico permite que comunidades colaborativas engajadas nos preceitos da cultura livre nos ofereçam programas de edição como *Kaltura*³ e *Cinelerra*⁴, além de outros não tão abertos, mas gratuitos como *Jaycut*⁵ ou *moviemasher*⁶, além dos softwares proprietários embarcados em versões gratuitas nos pacotes dos sistemas operacionais.

A indústria formal também vem equipando os dispositivos móveis com aplicativos que permitem, ainda que com certas limitações, a edição no próprio aparelho⁷; mais um impulso em direção à nova forma da produção artística da contemporaneidade.

Neste cenário de democratização comunicacional, Charlene Li e Josh Bernoff (2009) identificam diferentes tipos de comportamentos e formulam uma tipologia baseada nas atividades dos indivíduos, de alguma maneira incluídos em ambiente digital interconectado, a qual denominam de escada tecnográfica social. Na base dessa tipologia estão os espectadores e os inativos, aqueles que apesar de eventualmente terem acesso a recursos para produção e à internet, não costumam ir além da mera flutuação no consumo de vídeos, podcasts, jogando, ou lendo blogs. E no topo desta tipologia está o indivíduo que participa ativamente produzindo e subindo materiais no ciberespaço, que eles chamam de criadores. É a conformação de uma classe de consumidores realizadores que, devidamente munidos de seus dispositivos móveis disparam para todos os lados os raios infravermelhos de suas câmeras capturando todo o tipo de imagens; a produção do combustível da iconofagia, tal qual o estágio inicial documental dos irmãos Lumiere.

3. Cf. <<http://www.kaltura.org>>

4. Cf. <<http://www.estudiolivre.org/cinelerra>>

5. Cf. <<http://jaycut.com>>

6. Cf. <<http://www.moviemasher.com>>

7. Michael Koerbel e sua equipe captaram e editaram o vídeo "*Apple of My Eye*" diretamente no iPhone4, utilizando somente os recursos embarcados no aparelho. Cf. <<http://vimeo.com/12819723>>

A transição da posição passiva – própria da era da mídia de massa – para uma postura mais ativa, leva o espectador da contemporaneidade a não mais querer alimentar os espectros da situação tv, os espectros predadores do filme publicitário, principalmente porque ele agora é um nômade, que se mantém constantemente em busca de sinais. Baudrillard diz que o filme publicitário não funciona mais, a não ser pela lógica do Papai Noel⁸, e justamente por conta disso ele próprio se transforma no produtor.

A curva de aprendizado da linguagem audiovisual para estes novos consumidores produtores, provavelmente é mais veloz do que os contemporâneos de Georges Méliès, Edwin S. Porter, Louis Feuillade, ou David Griffith. Hoje ninguém passaria o que passou Siegmund Lubin⁹ em sua época, pois o universo dos filmes, programas de tv, filmes publicitários, já deram conta de apresentar a gramática fílmica ao destinatário.

Observando um comportamento em particular dos cidadãos consumidores, Alvin Toffler, apresentou em sua obra “*The third wave*” (1980) o conceito de *Prosumer* – contração de *professional* e *consumer* - para definir um padrão de consumidores que participa ativa e continuamente na criação de produtos e serviços. Em 1995 surge o conceito *Prosumption* (contração de *Production* e *Consumption*) no livro *The Digital Economy* de Don Tapscott; para Tapscott e Williams (2007) os *prosumers* são mais do que simplesmente consumidores, são clientes que tem uma certa adoração por determinada marca ou instituição, o que os motiva sempre a colaborar na geração de soluções para as empresas.

⁸ Baudrillard diz que a criança só acredita no Papai Noel porque no fundo não tem importância. A publicidade funciona igual; nem o discurso retórico, nem o discurso informativo acerca das virtudes do produto tem efeito decisivo sobre o comprador. Ele não acredita na publicidade mais do que a criança no Papai Noel. Ver Baudrillard (2007:175)

⁹ Machado (2005) explica que Siegmund Lubin reconstituía as cenas artificialmente com o intuito de imprimir realidade às produções, e este tipo de artifício foi considerado durante algum tempo pela literatura de história do cinema como burlas ou contrafações, diante disso Lubin era tido como um falsificador do cinema, um charlatão, aliás o rei dos charlatões de acordo com o autor.

Para Axl Bruns, o *produser*¹⁰ – contração de *producer* e *user* - traduz o comportamento de pessoas que se enquadram no perfil de colaboradores, assim como os *prosumers*, mas que não necessariamente estarão trabalhando em prol de alguma causa institucional privada.

Seja qual for a etiqueta dada a estes criadores midiáticos, é notório o potencial dialógico permitido por esta conjunção tecnológica. A (re)invenção de outros fazeres do tipo cinema expandido¹¹ ou transcinemas¹² torna-se próxima de mais realizadores, assim como vemos a difusão do cinema de bordas¹³.

Os mais engajados, aqueles que possuem alguma afinidade com temas de caráter social, político, sócio-ambiental, educacional, cultural, agora mostram a sua versão da realidade para o mundo, não sendo poucos os grupos e movimentos ativistas espalhados pela internet.

Há ainda outros milhares de entusiastas criativos produzindo video clipes musicais, micronarratividades, e outras expressões artísticas;

^{10.} (BRUNS,2006) Documentação com a mais detalhes e definições disponível em <http://produsage.org/produsage>

^{11.} Conceito apresentado por Gene Youngblood em 1970, onde valoriza a ideia do vídeo como forma de arte. Cf. <www.vasulka.org/Kitchen/PDF_ExpandedCinema/book.pdf>

^{12.} Na definição de Katia Maciel, transcinemas são formas híbridas entre a experiência das artes visuais e do cinema na criação de um espaço para o envolvimento sensorial do espectador. (MACIEL,2009) Cf. <<http://www.transcinemas.eco.ufrj.br>>

^{13.} “Um filme é de bordas porque é realizado às margens do mundo do cinema institucionalizado pela historiografia cinematográfica tradicional. Os filmes de bordas são periféricos. Não se envergonham da sua precariedade técnica e de seu baixíssimo orçamento. [...] são voltados para o entretenimento e adaptados às regiões, ao modo de vida, às lendas e ao imaginário popular e massivo das comunidades envolvidas no processo de sua produção.” Prof^a. Bernardette Iyra em entrevista realizada por Tatiana Wu, Vitor Lopes e Vitor Graize concedida para gazeta online. Disponível em <<http://zapt.in/Mhp>>, ver também (Santana, 2006).

as possibilidades dos experimentalismos transcinemáticos que nas décadas de 60, 70, 80 era privilégio de alguns poucos artistas e experimentadores como o tcheco Radúz Cincera¹⁴ ou dos nossos Hélio Oiticica¹⁵ e Neville de Almeida, agora estão mais próximos do usuário médio de tecnologias audiovisuais.

Diversos devires da conjunção entre audiovisual e outras manifestações artísticas, audiovisual-teatro, audiovisual-performances, audiovisual-música, vem sendo pensados e experimentados por conta da própria difusão de informações decorrentes da ubiquidade das TICs.

A motivação em produzir e publicizar audiovisualidades pode variar de um indivíduo a outro, de acordo com o respectivo interesse compensatório: passa-tempo, diversão, retorno financeiro, ativismo, cooperação, satisfação do sentimento de pertença, ou o desejo de incrementar o aporte do próprio capital social¹⁶. Sejam incentivos (recompensa) tácitos ou explícitos, materiais ou não, são variadas as razões pelas quais cada obra audiovisual é criada e publicizada.

¹⁴. Em 1967 Raduz Cincera apresenta “*One man and his world*” num teatro que possuía assentos com botões para a escolha “interativa” da narrativa fílmica por parte dos espectadores. Embora seja notório que hoje este grau de interação é facilmente conseguido pelo sistema digital de projeção e a votação possível através de recursos da tecnologia *Mobile* dos aparelhos celulares, o projeto de Cincera merece seu devido crédito como um dos primeiros dispositivos de cinema interativo. (Ver mais em Hales, C. *Interação Cinemática: Do kinoautomat a Cause & Effect In Transcinemas*, 2009)

¹⁵. No início dos anos 70, Helio Oiticica e Neville de Almeida criam um projeto que pretendia um conjunto de obras experimentais em contínuo progresso, a partir da ideia de seriação e incompletude, e que previa sempre a inclusão do espectador como participante da obra; em linha gerais as Cosmococas consistiam de projeções audiovisuais que buscavam a desconstrução da experiência do cinema.

¹⁶. Conceito com certa variação de interpretações entre diversos teóricos; em linhas gerais refere-se a valores constituídos a partir de interações entre atores sociais. Quanto maior a capacidade dos cidadãos confiarem uns nos outros, além de seus familiares, assim como maior e mais rico for o número de possibilidades associativas numa sociedade, maior o volume de capital social” (Robert Putnam *Apud* Recuero, 2005).

Ainda, as possibilidades da tecnologia de captação, manipulação e distribuição impactam como nunca a relação de poder e representação instituição-sociedade, marca-consumidor. Não se passa mais incólume aquele cuja postura institucional desrespeita o novo empoderado consumidor; Jeff Jarvis e Dave Carroll¹⁷ representam bons exemplos de como um empoderado midiático manifesta sua opinião em relação à uma marca. O primeiro manifestou sua insatisfação em relação aos serviços prestados por uma companhia aérea a partir da produção de uma composição musical e seu respectivo vídeo clipe; o segundo, professor e jornalista com atuação em diversas frentes no campo cibercultural comunicou um problema com seu computador pessoal de uma determinada marca em seu blog¹⁸, e mesmo a empresa tendo ouvido o frustrado consumidor, o estrago ao valor simbólico da marca já havia circulado; no Brasil ficaram conhecidos os *cases* da marca Brastemp pelo vídeo do sr. @oboreli, e outro envolvendo a marca Renault, um recente e notório resultado em favor da consumidora que criou o blog “meucarrofalha.com.br”. Por outro lado, iniciativas independentes que caminham no limite baixo do *budget* de investimento em comunicação, encontram nos trabalhos coletivos voluntários ditos colaborativos uma boa estratégia de aproximação com o seu público simpatizante. O vídeo clipe “*Hibi no Neiro*”¹⁹ da banda japonesa *Sour* representa bem a chamada *produsage*, cuja produção foi executada graças à tecnologia das webcams e da interconectividade mundial; “*Paper Mosaic*”²⁰ de Joe Penna também se insere no grupo de trabalho coletivo embora aparentemente cooperativo. Este último, melhor conhecido no ciberespaço como *Mistery Guitar Man*, e quase um nativo digital, produz suas composições originais de base matricial sonora aproveitando-se muito bem da conjunção do trinômio captação-manipulação-compartilhamento digital;

¹⁷. Cf. <<http://www.davecarrollmusic.com/ubg>>

¹⁸ Cf. <<http://www.buzzmachine.com/?tag=dell>>

¹⁹. Vídeo clipe colaborativo, parte do material foi produzido por fãs ou simpatizantes do projeto da banda Sour. 日々の音色 (Hibi no neiro) Disponível em <<http://zapt.in/3Pv>>

²⁰. Vídeo “Paper Mosaic” Disponível em <<http://zapt.in/Pn4>>

embora não seja uma novidade a técnica de *database cinema* empregada em seus vídeos, a conjunção dos atributos tecno-artísticos no campo musical somadas às habilidades nos aparatos de produção audiovisual lhe dão a chancela de criativo realizador. Joe Penna bem representa esta geração de *producers* que ganham notoriedade por meio de suas expressividades audiovisuais, dessarte atraindo os olhares das marcas²¹ e conquistando seu espaço no mundo material²².

No campo das iniciativas de inclusão, o projeto Cultura Viva já concentra diversos pontos de cultura²³ espalhados por todo o Brasil reunindo coletivos engajados em discutir a inclusão social e digital, a (des)precarização da produção e acesso cultural, a resignificação das dinâmicas sociais atuando sobre diversas linguagens dentre as quais o audiovisual. Cada ponto de cultura privilegia uma determinada linguagem, e segundo o instituto IPSO²⁴ atualmente são mais de 200 o número de pontos atuando de alguma maneira com a tecnologia de produção audiovisual. A ideia deste programa envolvendo os pontos de cultura é o fomento de soluções para problemas sociais a partir do vetor contrário, de baixo para cima; independentemente se as iniciativas de maior visibilidade ainda incidam no formato *Top-Down*, no sentido do gerenciamento e organização, os holofotes estão se voltando para as diversas manifestações individuais do tipo *Bottom-Up*.

Em geral o tipo criador não elabora narrativas rebuscadas, tampouco se ocupa de mega produções, não obstante há exceções que surpreendem pela criatividade, e que rapidamente são copiadas por marcas comerciais em seus filmes publicitários. O exemplo mais notório é um filme publicitário da empresa de telefonia *CLARO*, cuja “inspiração” lembra bem um trecho do clipe da banda japonesa Sour citada anteriormente.

²¹. Joe Penna, agora reconhecido pelo seu talento como produtor audiovisual, é convidado por marcas como McDonalds Corporation & The Coca-Cola Company e VIVO.

Cf. <<http://zapt.in/KLV>> <<http://zapt.in/VZV>>

²². Em todas as acepções que a palavra possa aceitar.

²³. São pontos conveniados com o MinC, tutelados por meio dos Pontões, e tem por objetivo articular as comunidades em ações de impacto sócio-cultural. (Os pontos de cultura somam atualmente quatro mil unidades distribuídas entre 1122 municípios, sob orientação de 106 pontões) <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/ponto-de-cultura>. Cf. (FÉR,2009:10).

²⁴. Cf. <<http://ipso.org.br>>

Outro exemplo é o curta “オオカミ と ブタ”²⁵ – o título original quer dizer “o lobo e o porco” - produzido como uma mera brincadeira entre pai e filho, este curta utiliza de forma criativa uma técnica já conhecida que é o *stop motion*. A graça está na recombinação da técnica que resulta num efeito final muito interessante provocando uma ilusão perspectiva quase como um *Tromp l'oeil* da contemporaneidade digital, o cenário fotografado é refotografado aplicado aos contornos arquitetônicos de outro ambiente completamente diferente.

Não por coincidência logo em seguida a empresa Olympus lança o seu comercial “*The Pen Story*”²⁶. exatamente com o mesmo código do original japonês.

Os dois exemplos poderiam ser chamados de plágio, inspiração, citação, homenagem, ou meramente uma referência intertextual, não significa necessariamente que o criativo se apropriou indevidamente da ideia de outrem; o primeiro parece ser uma estilização intertextual. Covaleski, apoiado em Bakhtin (1990), diz que com a estilização o discurso alheio é retrabalhado, podendo refratar as intenções do narrador.

A estilização é ainda um texto dosado de ambiguidade, à medida que carrega em si um pouco de dois textos anteriores, ao menos. A despeito do vídeo da Olympus, após inúmeras manifestações de internautas indignados contra a marca por razões evidentes, foi reconhecido o mérito do autor da obra original, que por sua vez foi remunerado tendo também seu nome incluído nos créditos de produção.

Estes exemplos mostram o potencial criativo do *producer* na geração de novas ideias, que somente foram possíveis graças à disponibilidade dos recursos tecnológicos de produção e da internet; além desses há muitas outras referências em que uma obra audiovisual experimental, ou simples produções caseiras são usadas como referência numa peça publicitária.

²⁵. “オオカミとブタ” Stop motion *wolf and pig*. Disponível em <<http://zapt.in/3E4>>

²⁶. O site <<http://youthoughtwewouldntnotice.com>> mostra uma lista de discussão com diversas manifestações desencadeadas por conta do comercial da Olympus “*The Pen Story*”, supostamente inspirado na produção japonesa. Disponível em <<http://zapt.in/3OX>>

Não podemos deixar de citar evidentemente a influência do cinema na publicidade e vice-versa. Cineastas como Fernando Meirelles, Ridley Scott, Alan Parker, Michel Gondry, David Fincher começaram a carreira dirigindo filmes publicitários, e o fluxo desse diálogo é possível também no outro sentido. Em 2001 importantes diretores de cinema fizeram uma incursão pela publicidade quando a BMW lançou a sua série de curtas intitulada *“The Hire”*²⁷, com cinco episódios produzidos por diretores de longas. *“Ambush”* (dirigido por John Frankenheimer), *“Chosen”* (Ang Lee), *“The Follow”* (Wong Kar-Wai), *“Star”* (Guy Ritchie) e *“Powder Keg”* (Alejandro Gonzales Iñarritu).

Este cruzamento de estruturas discursivas responde muito bem à constante necessidade de inovação que afeta a comunicação publicitária, revelando-se uma estratégia extremamente produtiva e bem adaptada a uma sociedade de consumo como a nossa, em que nos alimentamos mais das formas estéticas dos produtos do que dos produtos em si. (...) a procura de soluções textuais renovadas, mas igualmente eficazes, é um meio importantíssimo de combate ao efeito de banalidade que a comunicação publicitária facilmente produz, em virtude dos processos repetitivos a que está sujeita. (PINTO:1997:136 *Apud* COVALESKI)

Baitello (2005a) diz que “se pudéssemos recorrer a uma metáfora para compreender o fenômeno da herança no universo das imagens, esta metáfora seria a da devoração, uma vez que não se pode falar em genomas imagéticos”.

²⁷. Todos os episódios da série disponibilizada em <<http://zapt.in/3Qn>> Acesso em nov/09.

CAPÍTULO 2

Dinâmicas de Participação no trabalho coletivo

“Nunca se pode saber de antemão de que são capazes as pessoas, é preciso esperar, dar tempo ao tempo, o tempo é que manda, o tempo é o parceiro que está a jogar do outro lado da mesa, e tem na mão todas as cartas do baralho, a nós compete-nos inventar os encartes com a vida”.

José Saramago, (Ensaio sobre a cegueira)

2.1 Colaboração e Cooperação: isonomia lexical

Em todas as instâncias e lugares, uma ululante frouxidão conceitual permeia a relação comunicacional com frequência; um dos conceitos que ganhou notoriedade nos últimos anos desde o batismo da expressão Web2.0, a colaboração, vem sendo amplamente utilizada com a equidade conceitual à cooperação.

Pela inviabilidade de trabalhar com várias terminologias que, de alguma forma, representam a mesma coisa, mas em níveis diferentes, este artigo optou por usar a palavra colaboração para generalizar esta interação em seus distintos níveis. Ou seja, colaboração aqui é sinônimo de cooperação, participação e contribuição. (BRUNET, 2009)

Se para o senso comum a precisão conceitual recorrentemente é ignorada, o excerto acima exemplifica que também em caráter acadêmico nem sempre as qualidades conceituais do léxico são necessárias, sendo suficientes uma assunção conceitual mais aberta. A aplicação de tais conceitos sob equivalência de pesos é recorrente e generalizada;

Colaborar: um trabalho em comum com uma ou mais pessoas; cooperação; auxílio; trabalhar na mesma obra; contribuição para a construção de algo. Possui objetivos compartilhados e uma intenção explícita de produzir um resultado”. (FERREIRA, 1988)

A não ser que Sokal e Bricmont¹ (1997) sejam os destinatários da mensagem, podemos encerrar na compreensão de que se trata de mera questão semântica. Não obstante, acreditamos que a ideia da divisão do trabalho ou de divisão de tarefa não necessariamente representam a mesma ideia, bem como o conceito de colaboração não sugere representar o mesmo que cooperação.

¹: Evidentemente estes autores tem seu foco em outra esfera crítica. A menção é lucida e pretende apenas ilustrar a questão da precisão conceitual na apropriação dos termos.

Dessarte acreditamos ser relevante a tentativa de identificar ao menos um agrupamento de características que possam minimamente sugerir padrões que apontem para a maximização da precisão conceitual; por exemplo, o conteúdo textual das campanhas publicitárias de cunho social em geral utilizam os conceitos *colaboração* e *contribuição*, principalmente nas mensagens que pedem algum tipo de arrecadação – material ou financeira.

“[...]Nosso público são crianças hospitalizadas privadas de brincar, pular e se divertir. Adultos longe da família, hábitos e costumes. Quem já esteve internado ou teve um parente querido no hospital sabe da importância do riso, do lúdico e da surpresa agradável que uma visita de palhaço causa quando entra no quarto. Sua **colaboração** é fundamental para que momentos como esses atinjam o maior número de pessoas hospitalizadas[...]”
www.terapeutasdoriso.com.br

“[...] Os desafios são grandes e a busca pelo equilíbrio econômico-financeiro é o maior deles. As doações da comunidade são imprescindíveis para investimentos na manutenção dos serviços, ampliação e humanização do atendimento. Como Irmã Dulce dizia: “Quando cada um faz um pouco, o pouco de muitos se soma.” As Obras precisam cada vez mais de parceiros que acreditem e abracem o legado de Irmã Dulce, **colaborando** para transformar a realidade de tantos e tantos beneficiários. Conheça as várias formas de **contribuir** com as Obras Sociais de Irmã Dulce[...]”
www.irmadulce.org.br

Como um pedinte nos aborda nas ruas? Ele não nos pede uma cooperação, em geral *colaboração* é o conceito, senão uma *contribuição*. Chefes de Estado e representantes de Nações recorrentemente fazem uso do conceito de cooperação para tratar da soma de esforços para determinadas causas ou objetivos. Nunca na história ouvimos dizer em *colaborativa agrícola*, e sim em *cooperativa agrícola*. Como se vê, há indícios eloquentes que nos levam adiante na necessidade da investigação.

Quais são os elementos que determinam a faixa divisora entre os conceitos? O limite geográfico, a sincronicidade, a dinâmica entre os atores envolvidos, um conceito se insere no outro? São questões que demandam

alguns esclarecimentos, até mesmo para que possamos aplicar um pouco mais precisamente tais conceitos na prática coletiva proposta deste projeto.

Voltando-nos especificamente ao escopo deste trabalho, acreditamos que o emprego do conceito de produção coletiva vai além da ideia comum atribuída ao processo, do compartilhamento de ações fracionadas objetivas. A atividade de produção cinematográfica ou audiovisual é notoriamente considerada um processo coletivo, e porque não dizer colaborativo, desde que se estabeleceu há mais de um século que cada etapa do processo seria realizada com mais eficiência por um especialista; entretanto, a conjugação dos recursos tecnológicos da contemporaneidade trouxe à evidência outras tipologias do processo de produção permitindo que usuários profissionais e não profissionais, de recursos de produção audiovisual, compartilhassem o processo de produção imagética remota e assincronamente.

Genericamente, a prática de trabalho coletivo não revela nenhuma revolução da humanidade, uma vez que a prática de colaboração ou cooperação emerge do instinto natural de sobrevivência do Homem e do próprio reconhecimento de que há possibilidade de maior produtividade quando da divisão do trabalho (SMITH, 2003:50), (MURPHY, GABRIEL, 2008).

The fundamental facts that brought about cooperation, society, and civilization and transformed the animal man into a human being are the facts that work performed under the division of labor is more productive than isolated work and that man's reason is capable of recognizing this truth. [...]. (MISES, 2008)

Com o advento das redes telemáticas e a difusão dos aparatos de acesso ao usuário médio, começamos a testemunhar a exploração do potencial do trabalho coletivo participativo, especificamente por meio do aproveitamento do conhecimento do cidadão comum, conformando a chamada Web 2.0 (O'REILLY, 2005). Em *Wikinomics* (2007) de Tapscott e Williams, e em *Groundswell* de Li e Bernoff (2009), os autores apresentam alguns exemplos de corporações que exploram o potencial criativo e intelectual do trabalho coletivo colaborativo. Para estes autores as ideias de

colaboração e cooperação também são tratadas com isonomia.

Ainda que a conjunção tecnológica tenha possibilitado novas possibilidades de interação social e começado a reconfigurar as formas de relacionamento, demandando maior atenção à participação especialmente nos processos de trabalho coletivo, podemos notar que não temos claramente definidas, nas diferentes tipologias ou formas de participação, as características específicas que possam nos orientar em que sentido conceitual se insere determinada prática.

A gradação em maior ou menor nível de participação, juntamente com as formas e objetivos dos agentes e tarefas, indiciam que os conceitos colaboração e cooperação podem configurar classificações diversas, inclusive não correspondendo exatamente à mesma dinâmica relacional entre si.

Há diferentes terminologias para expressar a ação de um usuário da Internet de interagir e produzir em conjunto com outros usuários. E estes usuários podem ser descritos como participantes, colaboradores, cooperadores ou contribuintes. Estas denominações mudam dependendo do nível de envolvimento ou de uma preferência semântica, por exemplo – um participante de um projeto é alguém que “faz parte” do projeto mas talvez não esteja tão envolvido em sua execução como um colaborador ou cooperador. (BRUNET, 2009)

Andy Hargreaves (1998) defende que nem todo trabalho coletivo é autenticamente colaborativo, e diz ainda que dependendo da natureza da atividade envolvida há significados que diferem do conceito de colaboração e de cooperação (*Apud* FIORENTINI e COSTA, 2005).

A partir de um resgate etimológico, Fiorentini e Costa (*ibid*) assinalam que o prefixo *co* significa ação conjunta e que *operare* nos dá a ideia de “operar, executar ou fazer funcionar de acordo com o sistema”, mas, ao se referir às práticas nos grupos, esclarece que “uns ajudam os outros (co-operam), executando tarefas cujas finalidades geralmente não resultam de negociação conjunta do grupo, podendo haver subserviência de uns sobre os outros ou relações desiguais e hierárquicas”. Por sua vez, o conceito de colaboração sugere *laborare*, que tem a entonação de trabalhar, produzir,

desenvolver atividades tendo determinado fim, isto é, em práticas ou grupos colaborativos todos trabalham conjuntamente (co-laboram) e se apóiam mutuamente, visando atingir objetivos comuns negociados pelo coletivo do grupo e as relações tendem a ser não hierárquicas, havendo liderança compartilhada e co-responsabilidade pela condução das ações.

Indo parcialmente de encontro ao conceito de Fiorentini e Costa, Viana (1997) por sua vez explica que cooperar vem do latim *co-operari*, operar conjuntamente uma obra em comum, numa relação horizontal, apontando para a antítese de *sub-ordinare*, trabalho subordinado, relação vertical.

O professor Lima Junior (2008), citando Spyer, aponta para a ideia de que colaboração é um processo dinâmico cuja meta é chegar a um resultado novo – como aperfeiçoar um verbete no *Wikipedia* – a partir das competências diferenciadas dos indivíduos envolvidos. Na cooperação, os participantes são unidades de produção subordinadas ao resultado; na colaboração, existe uma relação de interdependência entre indivíduo e grupo, entre metas pessoais e coletivas, o ganho de um ao mesmo tempo depende e influencia o resultado do conjunto. Este pensamento parece se alinhar parcialmente ao de Fiorentini e Costa, pois sabemos que a referida enciclopédia eletrônica possui moderação, portanto uma estrutura hierárquica.

A princípio, o que podemos identificar até aqui é que os conceitos diferem em dois aspectos; quanto ao modo de divisão das tarefas, havendo ou não negociação nestas, e quanto à presença ou não de hierarquização entre os agentes envolvidos. Nos parece entretanto faltar mais características que possam redundar em uma melhor delimitação entre os termos, pois ainda para um uso genérico estes conceitos representam as mesmas ideias.

De acordo com Kemczinski et al (2007), uma pesquisa mais ampla mostrará opiniões variadas e que se agrupam em quatro linhas de pensamento:

1. Aqueles que afirmam ser muito difícil distinguir um conceito do outro, portanto para eles os conceitos não são nada mais do que sinônimos - Ferreira (1999), Johnson e Johnson (2001), e Hiltz (1998);
2. Alguns poucos

que defendem que a colaboração está contida em cooperação - Amoretti (2001), Barros (2001) e Simon (1999); 3. Outros defendem o oposto do anterior, ou seja, a cooperação contida em colaboração - Valadares (1992), Maturana & Varela (2002), Fiorentini (2004) e Dillenbourg *et al.* (1996); 4. E aqueles que acreditam que ambos os conceitos são diferentes, os conceitos são colocados em condições diferentes em que a cooperação seria o processo e o outro seria o estado, ou seja, dentro de um estado colaborativo haveriam os processos cooperativos - Brna e Burton (1998).

A partir do estudo de diversos autores, Kemczinski et al (ibid) sugerem uma quinta visão, que de certa maneira contempla as visões de todos os autores estudados, principalmente aqueles da terceira e quarta linhas de pensamento; apresentam uma proposta de classificação das variáveis envolvidas num processo de divisão de trabalho, que permite mensurar com maior precisão que grau determinado conjunto de ações possui de colaboração ou de cooperação. Tentaremos analisar alguns projetos audiovisuais coletivos ditos colaborativos adaptando o sistema de variáveis elaborado por estes autores. Assumindo por ora a equidade dos conceitos, veremos mais adiante as formas do trabalho coletivo.

2.2 Teoria da Dependência Social e dos Valores de Troca

Situações de dependência são recorrentes no nosso cotidiano; dado um objetivo, que pode ser uma tarefa qualquer, caso eu seja capaz de alcançá-lo provavelmente tomarei me como autônomo para tal tarefa. Por outro lado, caso eu não possua as habilidades ou conhecimentos necessários e precisar da ajuda de outrem, então provavelmente serei fortemente dependente. Numa outra situação, mesmo que eu tenha plena capacidade para a execução da tarefa, mas mesmo assim por alguma razão qualquer eu não queira fazê-la ou precise que outro a faça, então serei fracamente dependente. Nos dois últimos casos haverá então decisões sobre a delegação de tarefas; sendo fortemente dependente, ou fracamente dependente, posso então querer delegar a tarefa. Dependendo das condições desta situação há a possibilidade do surgimento da cooperação, formar-se-á uma relação de delegação/adoção; caso a outra parte assuma a tarefa, independentemente se por solicitação ou imposição, haverá então uma situação de pré-cooperação, apenas um dos lados é beneficiado (COSTA, 2005). Caso haja uma situação de dependência bilateral, onde a tarefa de X cria dependência sobre Y e vice-versa, e ambos os lados tem supridas suas necessidades, temos então a dupla relação delegação/adoção que redunde em cooperação.

Podemos assumir estas relações delegação/adoção como situações de troca, e para que as partes envolvidas possam determinar se compensa manter esta relação é necessário que se estabeleça em negociação os valores de troca. O estabelecimento de acordos de regras morais ou jurídicas na relação permitirá a quaisquer das partes melhores condições para mensurar se haverá ou não necessidade de alguma compensação. A mensuração dos valores de troca passa pelo que Castelfranchi (ibid) chama de “condições de racionalidade” a partir da análise dos custos de delegação e os custos de adoção conforme somatório dos valores constituintes da tabela a seguir;

Custos de Delegação (Cd)	<i>É o custo com que o indivíduo A deve arcar para que a delegação da tarefa ao indivíduo B se efetue.</i>
1. Custo da comunicação pela qual A informa B a tarefa delegada.	
2. Custo da comunicação pela qual B informa A de que a tarefa foi adotada.	
3. Custo da comunicação pela qual B informa A dos resultados da tarefa.	
4. Caso B recuse preliminarmente a adoção da tarefa, o custo das ações de persuasão ou imposição, que levem B a adotar a tarefa.	
Custos de Adoção (Ca)	<i>É o custo com que o indivíduo B deve arcar para que a tarefa a ele delegada por A se efetue.</i>
1. Custo da comunicação pela qual A informa B a tarefa delegada.	
2. Custo da comunicação pela qual B informa A de que a tarefa foi adotada.	
3. Custo da comunicação pela qual B informa A dos resultados da tarefa.	
4. Caso B recuse preliminarmente a adoção da tarefa, o custo das ações de persuasão ou imposição, que levem B a adotar a tarefa.	

Tabela 1: Custos Custos de delegação X Custos de adoção.

Para Castelfranchi, será racional ao indivíduo delegar uma tarefa caso o benefício pela tarefa executada for maior que o custo de delegação (Cd); por outro lado, será racional para o indivíduo aceitar a adoção da tarefa caso o benefício pela realização seja maior que o custo de adoção (Ca).

[...] as personalidades dos indivíduos condicionam o modo como eles lidam com as trocas que fazem com os outros e, conseqüentemente, com os valores envolvidos nessas trocas. [...] podemos determinar diversas atitudes dos indivíduos frente aos valores de troca (egoísta, altruísta, etc.) assim como em relação à questão do equilíbrio dos valores de troca (tolerante, intolerante, etc.) (COSTA, 2005)

Evidentemente todos os valores atribuídos aos itens desta tabela são totalmente subjetivos, havendo variáveis que também influenciarão nas tomadas de decisões conforme excerto acima.

2.3 Colaboração-Cooperação Voluntária

Todo tipo de trabalho coletivo pressupõe uma expectativa de resultados que garantam aos participantes alguma forma de recompensa, tanto a quem se destina o resultado do trabalho, quanto aos interactantes das tarefas; sendo a recompensa não necessariamente de ordem material. O próprio colaborador, mesmo que aparentemente somente esteja doando seu tempo e habilidades, trabalha com uma expectativa de benefício que pode estar relacionada ao seu próprio bem estar interior. Ao final bem sucedido da tarefa global haverá um sentimento que se converterá em recompensa ao agente participante.

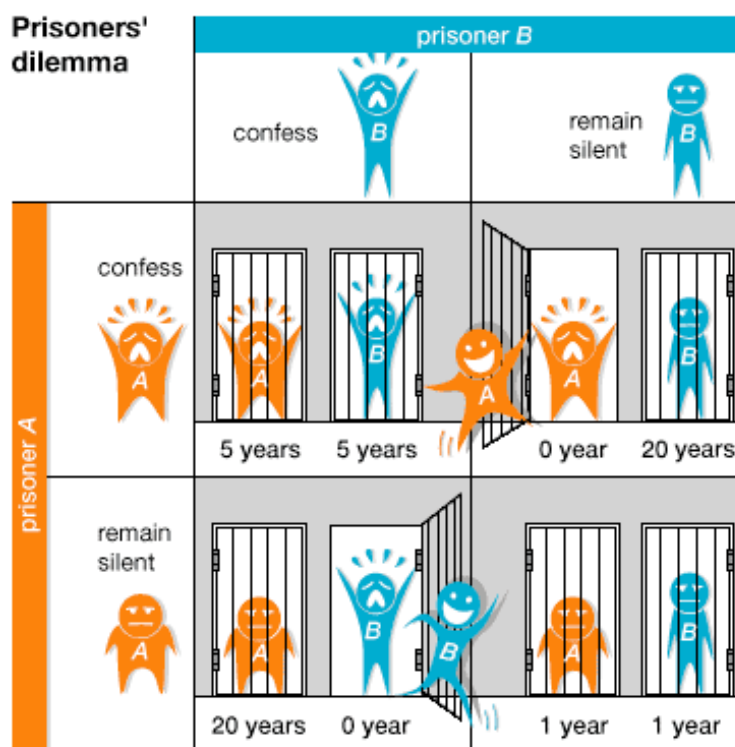
O indivíduo tenderá a participar colaborativamente ou cooperativamente em algum trabalho dependendo da relação custo benefício que este aferir na ação; a partir da mensuração de ganhos e perdas haverá maior ou menor propensão à participação. No caso dos nossos coletivos experimentais realizados, temos como valores de troca a nota de avaliação, e em caso de hipotética aplicação mercadológica do processo, estes valores poderão assumir quaisquer formas de premiação, sendo material ou não.

Segundo Kollock e Smith (1996), que tratam com mais detalhamento os dilemas sociais em relação à cooperação humana, dentre outros fatores, também influenciam na decisão de colaborar ou não o dilema do prisioneiro (*Prisoner's Dilemma*¹) e o problema dos “caronas” (*free rider problem*).

O primeiro fundamenta-se numa ideia do dilema de cooperação dentro da teoria dos jogos formalizada pelos matemáticos Merrill Flood e Melvin Dresher em meados do século XX. Por meio de um jogo de bonificação e penalização instituído numa instância carcerária, dois suspeitos são interrogados separadamente.

¹. Cf. <http://en.wikipedia.org/wiki/Prisoner%27s_dilemma>

Daí em diante se tem algumas probabilidades que vão redundando em penas ou benefícios de acordo com cada combinação de resultados conforme próxima ilustração;



© 2006 Encyclopædia Britannica, Inc.

Figura 1: Dilema do prisioneiro.

O problema do *Free Rider*, por sua vez, se refere a um comportamento que não raro é encontrado em trabalhos que envolvem a participação de um coletivo, onde um ou alguns tiram proveito (benefício) dos resultados do esforço coletivo, sem necessariamente ter colaborado com a atividade; parasitismo talvez seja a tradução mais próxima do termo.

Segundo os autores, tal comportamento pode redundar em enfraquecimento na motivação do restante do grupo levando-os a um resultado não desejado ou não esperado.

O conceito de colaboração voluntária nos leva, pelo caráter semântico, para a colaboração espontânea. Assim como os conceitos de cooperação e colaboração são aplicados sinonimicamente, voluntário e espontâneo também o são e se confundem no seu uso diário.

Pela definição do Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa os verbetes são assim apresentados:

Espontâneo: [Do lat. tard. *spontaneu*.] *Adj.* 1. Que se origina em sentimento ou tendência natural, em determinação livre, sem constrangimentos; ex.: aceitar uma coisa por espontânea vontade. 2. Que se manifesta como que por instinto, sem premeditação ou desvios; sincero; ex.: criança espontânea; gesto espontâneo. [...]

Voluntário: [Do lat. *voluntariu*] *Adj.* 1. Que age espontaneamente. 2. Derivado da vontade própria; em que não há coação; espontâneo. 3. Bras. RS Diz-se do cavalo que marcha com facilidade, espontaneamente, sem ser preciso fustigá-lo.

Novamente vemos uma apresentação conceitual aberta.

Para Andreato (1998), há diferenças entre os dois conceitos; ele nos apresenta algumas no campo do direito penal para mostrar que, apesar do tratamento equitativo dado pelo próprio código penal, é importante que o jugo da redação seja embasado nas diferenças apontadas em seu texto.

O autor defende que espontâneo é o ato que nasce por vontade interna do agente, sem que haja motivação extrínseca a ele, não há estímulo ou sugestão externa. Voluntário por sua vez seria o ato que, não obrigatoriamente, mas que deriva de alguma forma de estímulo externo que deflagre a ação por parte do agente, ou seja, há provavelmente uma provocação ou sugestão externa. O autor ainda cita Gomes et al (1998): "colaboração espontânea é a que parte da iniciativa do próprio infrator. Ao exigir a lei que seja "espontânea", faz depender que a ideia de colaborar provenha dele mesmo", "não basta que a colaboração seja 'voluntária' (ato livre) – requer-se um *plus*, que é a espontaneidade".

Utilizando o mesmo universo de análise, a partir daqui podemos entender que, se a autoridade se antecipa ao acusado perguntando se este tem interesse em colaborar com a investigação, em sendo a resposta positiva, então o ato terá sido voluntário. Por outro lado, se o acusado comparece para depor à delegacia, não havendo coação, e sem ter tido nenhum evento provocador extrínseco, então teremos a espontaneidade. A vontade é livre, consciente e pontuada pela facultatividade.

Aqui é relevante considerar que não necessariamente haveria algum tipo de laço social², possivelmente nem fraco entre os agentes envolvidos no referido evento criminal supostamente ocorrido, ou seja, todos os interagentes poderiam estar de alguma maneira inseridos no contexto do evento, mas não necessariamente sendo interactantes uns com os outros, acusado e vítima; podemos sugerir portanto que a colaboração independe exclusivamente de laços sociais, mas que estes certamente conformam um importante elemento motivador. Ainda, na medida que o evento está inserido numa sociedade, que por sua vez é regida por códigos de leis e de conduta moral e ética, é presumível que já era de conhecimento o procedimento de conduta atribuído a cada um dos atores, e que portanto a colaboração poderia ter sido motivada não pelo laço social, mas por razões internas ao agente colaborador.

Mas, dentre os dois conceitos, como se desdobra a participação no caso de um projeto coletivo participativo no campo da publicidade e propaganda?

Na medida em que o projeto é engendrado a partir da iniciativa de uma agência de propaganda, temos que supostamente os agentes participantes sejam conformados por anônimos desconhecidos entre si, portanto sem laços sociais, e principalmente em relação à agência. Não considerando como regra o anonimato uma vez que os agentes podem sim ter um certo grau de notoriedade ou visibilidade dentro da comunidade dos agentes participantes.

². Segundo Recuero (2005) Laços sociais fortes são aqueles que se caracterizam pela intimidade, pela proximidade e pela intencionalidade em criar e manter uma conexão entre duas pessoas. Os laços fracos, por outro lado, caracterizam-se por relações esparsas, que não traduzem proximidade e intimidade. Laços fortes constituem-se em vias mais amplas e concretas para as trocas sociais enquanto os fracos possuem trocas mais difusas. A autora, citando Granovetter (1973), diz que os laços sociais ainda podem ser multiplexos, quando são constituídos por diversas formas de relações; um grupo pode interagir não somente no ambiente de trabalho, mas também em momentos de lazer. Este tipo de laço social também pode denotar força.

Transportando a linha de raciocínio para projetos colaborativos aplicados em publicidade nas redes sociais digitais; projetos direcionados a alguma causa de caráter social, a alguma agenda de serviços públicos, interesses comunitários, ou cujo resultado reverta em ações de ajuda humanitária e afins, projetos visando meramente o entretenimento, ou o *Crowdsourcing*³ de jovens talentos, de propostas gráficas de *layouts*, de *roughs*, de sinopses e roteiros, filmes e outros projetos sem relevância filantrópica, assistencial, todos estes são propósitos que podem ser utilizados no estratégico uso do potencial participativo do cidadão comum⁴.

Mas o que determina que a participação seja espontânea ou voluntária?

Talvez o objetivo do projeto seja a primeira pista que pode começar a desenhar a tipologia de participação, se se direciona a resultados de caráter assistencial, beneficente, ou voltado a algum tipo de ajuda explícita, é provável que tenhamos a participação voluntária. Por outro lado, se a expectativa de resultado estiver voltada meramente ao entretenimento, lazer, causas ditas menos nobres, daí possivelmente teremos a possibilidade da participação espontânea.

Outro fator que pode reforçar a balança para um ou outro conceito é a forma com que o enunciado do projeto expõe a proposta; se o projeto visa encontrar uma solução para um determinado problema da marca, mas o enunciado não publica explicitamente este objetivo como algo primeiro, então é possível que o “colaborador” participe do projeto na condição de “colaborador espontâneo”, mas para os organizadores do projeto ele será um “colaborador voluntário”.

³. Prática de exploração do esforço coletivo disponível entre agentes sem relação institucional formal, interconectados digitalmente, na busca por soluções e novas ideias. Texto de Jeff Howe, editor colaborador da revista *Wired*. Cf. <<http://zapt.in/4kU>> e <<http://zapt.in/4kX>>.

⁴. Cidadão comum aqui no sentido daquele que não está enquadrado formalmente na cadeia de produção na referida especificidade técnica do projeto, sendo este possuidor ou não destas habilidades técnicas.

Entretanto, se o agente colaborador souber explicitamente do real objetivo do projeto, no caso o *Crowdsorce* de uma solução para um determinado problema da marca, então ele estará participando voluntariamente. Em tempo, esta classificação dos objetivos não é hermética e é perfeitamente cabível em qualquer proposta objetivando ou não algum tipo de solução para a marca ou a terceiros; ainda, a definição entre os conceitos dependerá de como o enunciado do projeto será apresentado ao destinatário, no caso o agente participante.

No campo do jornalismo participativo a forma que mais parece evidente é a colaboração espontânea, não somente na velha mídia massiva, mas principalmente no espaço digital interconectado.

Segundo Rocha e Brambilla (2009), apesar da atividade colaborativa vir sendo desprezada pelas redações dos grandes veículos *online* da mídia eletrônica brasileira, há algum espaço que é explorado por outros meios no sentido da colaboração espontânea.

[...] a exemplo do programa Fantástico, da Rede Globo. Através do quadro *VC no Fantástico*, internautas ocupam um espaço nobre e caro na televisão aberta com um material de valor editorial altamente questionável, como elogios às reportagens do programa, declarações de amor, mensagens de solidariedade a um ídolo, imitações no pior estilo "show de calouros". (ibid, 2009)

Neste caso, tanto o objetivo quanto enunciado são direcionados ao público de maneira que estes se sintam valorados como produtores de "conteúdo" para o programa, levando-os desta forma à participação espontânea; para ambos no entanto, telespectador e programa, esta participação será voluntária se algum dos apresentadores explicitar que o objetivo da colaboração visa a participação na construção de uma parte do programa, ou cujo objetivo final é o incremento na atenção do espectador, e consequentemente a relevância aos olhos dos anunciantes.

Em geral os fatores primeiros que motivam a participação voluntária são intrínsecos ao indivíduo, como vaidade, possibilidade de ganho de reputação, valoração, curiosidade, desafio, conquista, etc, mas

principalmente caso o agente seja sugerido por outrem a participar do trabalho coletivo, caso terceiros induzam-no à ação, ou se houver apelo direto por parte daquele que engendrou o trabalho coletivo. Caso não haja apelo direto, nenhuma forma de indução por terceiros, então a participação será espontânea.

2.4 Colaboração artificial

Há em toda divisão de trabalho envolvendo pessoas, aqueles que lideram e os que são liderados; às vezes, dependendo da natureza da tarefa e do indivíduo, se faz uso de uma certa agressão. Não no sentido da violência física, apesar da história humana mostrar um cenário repleto de exemplos contundentes, mas no caso uma agressão no sentido da obrigação. Hargreaves (1998) aponta a existência de um tipo de colaboração não espontânea, e não voluntária, na qual o indivíduo é levado a realizar a tarefa sob o comando de alguma instância hierárquica, burocrática, compulsória, determinada administrativamente; a este tipo de colaboração ele chamou de colaboração forçada.

Boavida e Ponte (2002) dizem que as colaborações forçadas, por melhores que sejam as intenções que presidem à sua instituição, correm fortes riscos de não serem bem aceitas, sequer bem entendidas por aqueles a quem são impostas, dando origem a fenômenos de rejeição com efeitos diametralmente opostos em relação ao objetivo pretendido. Se aplica esta forma quando é desinteressante a relação esforço versus expectativa de benefício individual. O trabalho coletivo que exige maior nível de investimento de tempo e esforço em relação ao benefício individual dentro das expectativas de resultados do indivíduo tende a ter poucos agentes colaboradores. Pode-se somar aqui também a ausência de uma retórica persuasiva mais eficiente, ou eloquente. Hierarquicamente as decisões acerca da divisão das tarefas podem ser negociadas ou impostas, e caso predomine a força impositiva o nível de participação tende a ser fraco.

Analisando estas tipologias de colaboração – voluntária e artificial - num sistema de produção colaborativo em redes sociais digitais, talvez a primeira caracterize o modelo mais próximo de uma proposta direcionada ao público, não ao corpo de “colaboradores” formais da corporação. Se a tarefa colaborativa for gestada para contar com o recurso humano da própria instituição, provavelmente a colaboração será do tipo artificial, uma vez que o modelo de gestão das corporações é predominantemente verticalizado.

2.5 Taxonomia do trabalho colaborativo

Brunet (2009) apresenta um estudo empírico realizado com projetos colaborativos em sistemas mediados por computador, que ela chama de projetos de *network*¹. Neste estudo a autora divide os projetos analisados em dois grupos taxonomicos; uma que depende da forma com a qual a obra ou projeto colaborativo é apresentada ao agente participante e outra relacionada à forma de controle e participação dos agentes participantes em instâncias decisórias nos projetos. Esta taxonomia traz intrinsecamente a identificação do problema da autoria nos projetos; dependendo do formato de colaboração adotado no projeto a relação autor/obra se mostra claramente definida, fracamente definida ou simplesmente não definida.

Classificação da tipologia estrutural

Tipo Mosaico: O formato mosaico apresenta em sua estrutura a clara definição da parte em que cada participante colaborou, toda colaboração individual permanece visível, distinguível das outras colaborações. No caso de uma produção fílmica é possível identificar a sua parte do trabalho, mesmo que a identidade do autor da parte constituinte da obra não conste na ficha técnica; cada indivíduo possui a sua parcela de participação claramente identificável. Neste formato de projeto os interagentes não interferem na produção dos outros.

No campo do cinema e audiovisual, “*September 11*”² e “*Experimental Witch*”³ são exemplos deste tipo de divisão do trabalho.

¹. Baungartel (Apud BRUNET, 2001:160) “Eu faço uma diferença entre ‘net-works’ e ‘networks’. Com ‘net-works’, quero dizer trabalhos artísticos que, primeiro e principalmente, são realizados na WorldWideWeb e que são concebidos como um site auto-suficiente na internet. ‘Networks’, por outro lado, são conexões sociais e colaborações que, por exemplo, acontecem em listas de discussão ou em outras ‘comunidades virtuais’.

². Cf. <<http://www.imdb.com/title/tt0328802>>

³. Descrição e mais detalhes no blog do autor disponível em <<http://zapt.in/4iy>> e o trailer do filme em <<http://zapt.in/4iw>>

O primeiro é uma produção constituída por 11 curtas, de 11 diretores diferentes, com seus próprios pontos de vista sobre o 11 de setembro; e o segundo é um projeto de iniciativa do escritor Paulo Coelho cuja obra audiovisual é derivada de uma de suas obras literárias. Neste trabalho produtores audiovisuais do mundo inteiro submeteram quase seis mil vídeos referentes à adaptação de algum capítulo da obra literária, dos quais quinze deles foram selecionados para integrar a montagem do produto final.

Tipo Fusão⁴: O formato fusão aparece nos modelos de projeto em que a colaboração individual sofre ou provoca interferência em outra. É o modelo *remix* de trabalho, o modelo *wiki*, no qual a produção individual é retrabalhada, modificada por outro e mais outro sucessivamente. Esta forma de produção pode tornar o autor um agente invisível, na medida em que o retrabalho das partes individuais acaba tomando o lugar da criação individual, dando lugar a uma autoria coletiva, o grupo se torna o autor. A *Wikipedia* representa muito bem este modelo de trabalho coletivo.

Projetos audiovisuais que utilizam o formato de remixagem como “*RIP: Remix manifesto*”⁵ podem se enquadrar neste grupo desde que o processo de produção privilegie os preceitos de *openvideo*⁶ ou cujo material original passe por algum tipo de manipulação alterando assim a sua estrutura morfológica ou sintática.

⁴. Projetos que apresentam este formato: *Re:combo*, *Colab*, *Tapegerm Collective*, *Swarm the minutemen*, *Loop city*, *Wikipedia*.

⁵. Cf. site opensourcecinema em <<http://zapt.in/4jL>> e <<http://ripremix.com>>

⁶. Cf. documentação em OpenVideo Alliance <<http://zapt.in/4jO>>

Tipo Híbrido⁷: O nome sugere, mas este formato não é exatamente um mix das categorias anteriores. Ao mesmo tempo em que se permite a participação colaborativa, utilizando-se dos conceitos de remixagem, retrabalho, manipulação, fusão, ou transformação, há ainda a possibilidade de se ter o original preservado. Neste formato a autoria individual e a autoria coletiva podem estar presentes conjuntamente no projeto. Wikimedia Commons é um exemplo desta tipologia;

(...) usuários podem, por exemplo, adicionar uma foto sob uma licença livre, outros podem modificá-la e reenviá-la para o site, mas ainda é possível ver a imagem “original”. As legendas e textos referentes também podem ser manipuladas por outros usuários, mesclando a participação de todos. (ibid, 2009)

Um projeto audiovisual dito colaborativo como “*Rain Down*”⁸ poderia ser inserido no grupo das produções em estrutura do tipo mosaico, entretanto a inviabilidade prática em creditar cada um dos planos componentes de cada clipe musical não permite o reconhecimento da autoria, levando portanto o projeto ao formato híbrido, uma vez que mesmo editado reconhece-se a estrutura morfológica do plano utilizado no corte final.

⁷ Sito, Flickr, Collaborate! Photography Project, Downhill Battle, Buenos Aires Libre, The Free Software Foundation, LeWiki404, Wikimedia Commons, Freifunk, Red Visible.

⁸ “*Rain Down*” é um projeto que teve como proposta a produção de um DVD Show do grupo *RadioHead* a partir das imagens captadas pelos dispositivos eletrônicos dos próprios fãs na ocasião de sua apresentação no Brasil em 2009. Cf. <<http://zapt.in/4jU>>

2.6 Estrutura Política do trabalho coletivo

Em relação à estrutura política de participação em projetos de “*Network*”, Brunet as divide em categoria aberta, fechada, e dinâmica. Assim como em outros sistemas métricos é possível que com maior rigor analítico se chegue a sub-categorias além destas três apresentadas, mas como a inferência de valores sobre o nível de moderação e decisão internas em cada projeto analisado é algo de considerável dificuldade, são estes os referenciais utilizados para a classificação dos projetos.

Tipo Aberto: O Projeto aberto é aquele que permite e aceita todo o tipo de colaboração enviada ao sistema. Nesta categoria não há moderadores, coordenadores, ou editores; seu funcionamento é por si mesmo. Parece se alinhar à noção apresentada por Fiorentini e Costa para a definição de colaboração.

Tipo Fechado: Os projetos fechados são aqueles em que há regulação; geralmente são os proprietários dos projetos, mas há situações em que um comitê é designado para a moderação. A estrutura de projetos fechados não permite a alteração de fatores decisórios por parte dos indivíduos participantes, incluindo-se escolha e sugestão de temas de trabalho. No estudo de Brunet é o formato de maior incidência entre os projetos de *Network*. Os coletivos experimentais aqui estudados encaixam-se nesta tipologia.

Tipo Dinâmico: Os projetos de tipologia dinâmica dizem respeito àqueles onde a regulação se alterna entre os atores da comunidade. A escolha do responsável se dá por meio de votações, ou indicações com base no interesse ou demanda do grupo, sendo que a indicação pode ocorrer pela avaliação do *Karma*¹ do indivíduo.

¹. Terminologia empregada nas comunidades sociais digitais que indica como o indivíduo é classificado segundo atribuições simbólicas, dadas por outros atores, como estrelas, polegar positivado ou negativado, emoticons, corações, gelos, dentre outros signos, que indicam a valoração desses indivíduos na comunidade digital interconectada.

2.7 Sistema de classificação das operações

Finalmente, apresentaremos a classificação das variáveis que podem indiciar a qual dos conceitos - colaboração ou cooperação - é mais adequado o emprego do termo de acordo com o projeto e sua dinâmica. De acordo com os estudos de Kemczinski et al (2007), a análise destas variáveis deve contemplar a observação tanto da tarefa como do agente participante. As variáveis observadas na tarefa devem ser a forma da sua divisão, o objetivo, e a dinâmica das operações; quanto ao agente participante, deve-se observar as suas competências, suas formas de comunicação, e o tipo de relação com os outros agentes envolvidos. Ainda que aparentemente estes autores não tenham feito distinção explícita sobre os conceitos, assumiremos daqui em diante o estabelecimento diferenciado entre os conceito de trabalho e tarefa. Compreendendo que tarefa se insere na atividade laboral, o trabalhador executa uma sequência de atividades prescritas no cumprimento de seu trabalho, a tais atividades denominamos tarefas. A divisão do trabalho é caracterizada pela especialização de tarefas distribuídas entre os respectivos agentes envolvidos.

A tabela a seguir foi elaborada a partir dos resultados das análises dos trabalhos de Day (1999), Boavida & Ponte (2002), Cortelazzo (2000), Maturana & Varela (2002), Brna (1998), Amoretti (2001), Barros (2001), Simon (1999), realizados por Kemczinski et al (ibid); identifica subclasses oriundas de cada uma das variáveis citadas, a forma de participação nas tarefas e a forma das próprias tarefas. A última coluna indicia para que tipologia conceitual pode pender cada um dos itens dentro de um trabalho coletivo dito genericamente colaborativo. Como não existe consenso de que um item isolado seja determinante para identificar colaboração ou cooperação, é necessário que se proceda a análise do objeto observando o conjunto de todas as variáveis, tendo assim ao final uma definição menos abstrata sobre os conceitos nos projetos e suas dinâmicas de ação, bem como do uso mais adequado em cada situação.

TAREFA	Divisão	A	Por negociação	Colaboração
		B	Por imposição	Cooperação
		C	Ação conjunta	Colaboração
		D	Ação isolada	Cooperação
		E	Com consulta ao grupo	Colaboração
		F	Sem consulta ao grupo	Cooperação
	Objetivo	G	Coletivo	Colaboração
		H	Individual	Cooperação
		I	Busca de melhor solução pelo grupo	Colaboração
		J	Múltiplas soluções servem	Cooperação
	Dinâmica	K	Operação única	Colaboração
		L	Múltiplas operações	Cooperação
		M	Operação Mental intensa	Colaboração
		N	Operação Mecânica	Cooperação

Tabela 2: Características das tarefas.

Interpretação da tabela de tarefas

- A. A divisão de tarefas se dá por negociação entre os pares envolvidos.
- B. Algum agente maior na hierarquia, ou um componente do grupo determina a divisão de tarefas.
- C. A tarefa é executada conjuntamente por todos os agentes colaboradores.
- D. A tarefa é executada individualmente pelo agente.
- E. Consulta-se frequentemente o grupo durante o processo de realização da tarefa. (síncrona ou assíncronamente)
- F. Consulta-se pouco o grupo.
- G. O interesse maior sobre o resultado é do grupo, da equipe envolvida.
- H. Pode haver interesse comum entre os agentes, mas o individual é maior, podendo haver mais de um objetivo individual envolvido.
- I. Havendo várias possibilidades de soluções, a decisão que predomina é a coletiva.
- J. A opinião individual de cada agente prevalece.
- K. A tarefa não é sub-dividida em operações menores. A ação é restringida a uma única sessão.
- L. A tarefa é sub-dividida em múltiplas operações espaçadas no tempo.
- M. Intensa troca de ideias e reflexões entre os agentes na busca pela resolução de determinado problema.
- N. A troca constante de ideias não é relevante, e sim a realização da tarefa. Operação puramente mecânica.

AGENTE	Competência	O	Variada	Colaboração
		P	Uniforme	Cooperação
		Q	Diferenças de opiniões	Colaboração
		R	Opinião única	Cooperação
	Comunicação	S	Constante	Colaboração
		T	Inconstante	Cooperação
		U	Síncrona	Colaboração
		V	Assíncrona	Cooperação
	Hierarquia	X	Negociada	Colaboração
		Z	Imposta	Cooperação

Tabela3: forma de ação dos agentes participantes.

Interpretação da tabela dos agentes

- O. O grupo de agentes é constituído por indivíduos com habilidades variadas, com diferentes formações entre os agentes.
- P. Todos os agentes possuem a mesma competência.
- Q. O grupo respeita e discute todas as opiniões, contestações ou divergências.
- R. O grupo acata uma única opinião. A opinião do líder ou de algum agente de mais destaque.
- S. Comunicação intragrupo constante. Os agentes estão sempre consultando o grupo.
- T. A comunicação é esparsa ou interrompida por eventos externos à tarefa.
- U. A comunicação ocorre em tempo real.
- V. A comunicação não é em tempo real e em geral tende a acontecer de forma inconstante.
- X. O grupo, através do diálogo, decide conjuntamente o papel de cada agente.
- Z. Os papéis são definidos por outrem, por um líder, ou um alto comando.

Temos então que, quanto mais elementos do grupo (A, C, E, G, I, K, M, O, Q, S, U, e X) mais próximo do conceito de colaboração; e quanto mais itens do grupo (B,D,F,H, J, L, N, P, R, T, V, e Z) mais próximo de cooperação.

CAPÍTULO 3

O Experimental Re:Coletivo

“É preciso aprender a ultrapassar a causalidade linear causa-efeito. Compreender a causalidade mútua inter-relacionada, a causalidade circular (retroativa, recursiva), as incertezas da causalidade (por que as mesmas causas não produzem sempre os mesmos efeitos, quando os sistemas que elas afetam têm reações diferentes, e por que causas diferentes podem provocar os mesmos efeitos”

Edgar Morin, (Cabeça bem feita)

3.1 Apresentação

Um setor que sempre manteve uma certa barreira à entrada concorrencial de novos empreendedores, reforçado pelo grande volume de investimento necessário para atuar na produção de filmes publicitários, o segmento de produção audiovisual passou por um importante momento de rearranjo nas suas estruturas físicas e de abertura para outros produtos; transição ululante, ao menos para os profissionais do setor, principalmente a partir de meados da década de 1990 em decorrência de fatores econômicos obviamente, mas também de sucessivos progressos de ordem tecnológica.

A construção do código fílmico, enquanto mensagem impressa em suporte de base fotoquímica, realizava-se por meio da manipulação direta na película de celulóide. Tesouras e Cortadeiras eram utilizadas no processo de montagem dos sintagmas. O procedimento de montagem por manipulação direta no celulóide revelado somente era possível, e necessário, porque as imagens registradas eram visíveis sem o intermédio de nenhum aparato tecnológico e também porque não havia outra maneira de fazê-lo respectivamente. O progresso tecnológico trouxe o *videotape*¹ e sucessivamente outras formas de produção.

Historicamente o progresso tecnológico no campo da ciência eletrônica veio investindo seus esforços na redução física dos diversos componentes, a tomar como exemplo a própria história evolutiva dos transistores chegando aos microprocessadores. Inexoravelmente ao processo evolutivo, os aparatos maquínicos de produção audiovisual, incluindo aqui os recursos de pós-produção, também foram se transformando. Câmeras e estações de edição mais compactos foram gradativamente ocupando cada vez menos espaço físico, ilhas de edição que antes requeriam enormes *racks* ou prateleiras para acomodar os igualmente enormes VTRs foram sendo substituídas por bancadas menores.

¹. Cf. The History of Magnetic Tape. Disponível em <<http://tiny.cc/ubhyf>> Acesso em 2/set/10

No setor *consumer*² não era novidade, mas no campo da produção *broadcast* o movimento de produção de equipamentos compactos começava um processo de importantes transformações no setor. Embora a tecnologia de registro e manipulação digital já estivesse em uso comercial profissional desde os anos 80, foi a década de 90, especificamente a partir da segunda metade desta, que começou a se delinear a convergência dos elementos que formaram a base de alimentação do universo das audiovisuais digitais.

Embora a transição dos sistemas analógicos para os digitais já esteja praticamente concluída no segmento *consumer*, ainda faz parte do presente em alguns lugares, principalmente no segmento *broadcast* onde ainda vemos em circulação o formato *Betacam SP*, analógico.

O código digital permitiu uma “conversa” mais eficiente entre as máquinas e a combinação dos quatro elementos – câmera digital, conexão digital, computador e software;

A imprensa do mundo todo foi-se adaptando à tecnologia digital e jornais e revistas passaram a utilizar a imagem de pixels. Essa migração acrescentou velocidade na produção, transmissão e armazenamento. Além disso, multiplicou as possibilidades de edição e manipulação. O próprio fotógrafo já edita, ao descartar, nos segundos seguintes, a imagem que não lhe pareceu boa. (BUITONI, 2007:108)

passou então a proporcionar maior agilidade no processo de produção e maior eficiência no tratamento das imagens, provocando assim mais uma revisão no processo de produção da imagem e conseqüentemente da obra audiovisual. Em tempo, apesar do trabalho aqui analisado não ter foco específico na etapa de montagem, o quarto elemento está aqui citado uma vez que pode haver demanda na etapa de compartilhamento, e também porque sem a parte mole o aparato computacional não tem nenhuma utilidade ao usuário médio dos dispositivos maquínicos.

². Segmento mercadológico de equipamentos voltados ao público doméstico, consumidor.

O que inicialmente era não-linear³ passou para a linearidade com o advento do sistema de registro magnético em fita e do sistema de montagem do tipo máquina-máquina, ou de VTR para VTR; e novamente passando para a não-linearidade através do sistema de edição por computador. Embora tenha citado o sistema de montagem não-linear analógico da moviola, a aproximação com o sistema não-linear computacional termina aí.

Apesar da necessidade de um alto valor⁴ de investimento, o sistema de edição não-linear digital rapidamente conquistou espaço dentro da classe produtora de conteúdos audiovisuais tornando-se diferencial técnico no resultado final das obras produzidas por conta das positivities no próprio processo de edição; a possibilidade de substituição de um plano ou de uma cena por outra, inserida no meio da montagem em poucas ações, a expansão ou contração morfológica dentro da sintaxe montada, o que até então demandava geração de versões a partir de uma mesma obra original ou até a reedição a partir do ponto inicial. Não mais era necessário duplicar analogicamente uma determinada cena para efetuar simples efeitos de transição, ou mesmo para produzir diversas cópias com pequenas alterações entre uma versão e outra, não havia mais a necessidade de aumentar uma geração⁵.

Como se vê, as positivities eram bastante eloquentes para a preferência do sistema não-linear digital. O acesso a um sistema de edição não-linear combinado à possibilidade de interconexão da internet, em tese já seria suficiente para a proposição deste trabalho, entretanto a atividade apenas contemplaria a participação de pessoa jurídica no processo, principalmente por conta da restrição ao acesso do usuário comum não-profissional à tecnologia,

³ Apesar de alguns defenderem a ideia de não-linearidade somente na montagem oriunda do sistema computacional, o processo de trabalho na moviola ou a própria manipulação da película permite um processo de montagem não linear.

⁴ Em 1995 o *budget* necessário para estruturar uma produtora de pequeno porte com uma ilha de edição não-linear era da ordem de aproximadamente U\$150 mil.

⁵ Em cada geração analógica a perda de sinal por meio da sua retenção nos circuitos e cabos sempre foi um fator de grande atenção e preocupação na atividade técnica do editor de imagens.

de modo que não traria relevante avanço no processo experimental. Nesta época os principais fatores que inviabilizariam propostas desta natureza estavam relacionados ao elevado custo necessário para a aquisição, tanto de Hardware como do Software, somada a precária velocidade de transferência de dados da internet da época; para o usuário médio inviabilizaria qualquer iniciativa experimental uma hipotética proposta envolvendo transferência de arquivos de vídeo.

Lembrando que aqui ainda estamos cronologicamente observando o início dos anos 90, período de inexistência de eficientes codificadores compressores de vídeo, demandando conseqüentemente um generoso canal de tráfego. Eficiência neste caso no sentido de uma relação de compressão de sinal com o mínimo de perda de informação e a máxima diminuição do espaço ocupado no suporte. Da metade dos anos 90 em diante, as câmeras de vídeo compactas digitais rapidamente começaram a conquistar espaço no segmento profissional e doméstico. A partir da digitalização das câmeras tornou-se desnecessária a interface de conversão, uma vez que tanto o aparato de captação quanto o de manipulação passaram a falar a mesma linguagem, binária. Como o sistema de distribuição também passou a “falar e entender” esta língua conformou-se assim a conjunção para o surgimento de outras possibilidades da práxis audiovisual.

O processo de digitalização, a economia do imaterial reconfigurando processos, as novas formas de acesso à informação, e outros desdobramentos inerentes ao processo comunicacional contemporâneo colocou em foco a valorização de uma cultura do esforço coletivo, a valorização do potencial criativo a partir da exploração da soma da habilidades e conhecimentos individuais.

Este trabalho é uma proposição experimental de um processo, portanto assumimos aqui a ideia de que o processo é o objeto desta dissertação, que por sua vez será conformado por algumas unidades experimentais realizadas em ambiente acadêmico. Em linhas gerais pretendemos com este projeto verificar a viabilidade técnica e prática, e as implicações técnicas envolvidas na execução de propostas de ações

audiovisuais publicitárias, aproveitando o recurso humano profissional ou não profissional em iniciativas que privilegiem uma outra divisão de trabalho, especificamente na etapa de geração e captação de imagens a partir de dispositivos de registro óptico, utilizando também o potencial da interconectividade digital.

Em geral a produção audiovisual é realizada utilizando-se o método hegemônico tradicional; a produção e captação das imagens é realizada por apenas uma única equipe produtora, às vezes mais em situações de co-produção, não obstante, nestes casos as equipes já possuem grande *know-how* técnico, ou se conhecem, ou são produções minuciosamente pré-planejadas e estudadas, controladas, e principalmente compondo amiúde estruturas dispendiosas.

Nossa proposta não pretende comprovar oposição a nenhuma destas características citadas, mas sim tentar demonstrar que a construção imagética para um audiovisual publicitário pode ser realizada por um coletivo de produtores (indivíduos ou grupos), não necessariamente vinculados a instituições comerciais, não necessariamente conhecidos entre si, com a participação aberta a profissionais e não profissionais, com a possibilidade do material bruto ser gerado simultaneamente ou assincronamente, conforme diagrama a seguir:

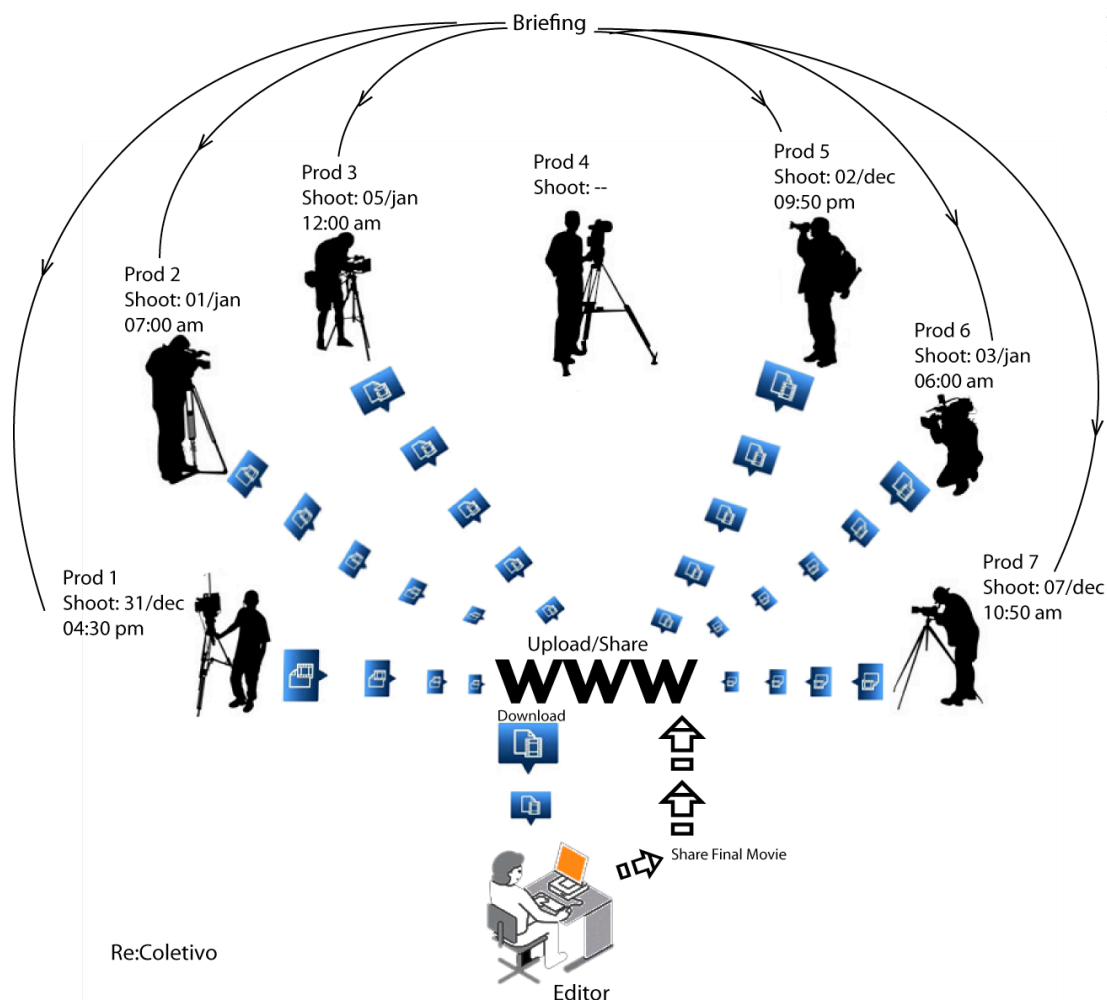


Figura 2: Diagrama geral do processo experimental Re:Coletivo.

A figura iconica do produtor número 4 está notadamente e propositadamente ociosa de tal modo a valorizar justamente a relevância do acesso, tanto ao *briefing* técnico, ou proposta, quanto à internet. Embora em algum momento possa se ventilar ao leitor uma ideia de *crowdsourcing*, este projeto não tem este foco, contudo não descartamos a hipótese de se tornar um método para tal num projeto comercial ulterior. Ainda, uma análise superficial poderá levar o leitor a uma remissão ao método de exploração de arquivos já pré-existent; a publicidade recorrentemente utiliza a técnica, e Dziga Vertov, Peter Greenaway, Lev Manovitch já mostraram em outros gêneros e técnicas a produção do *database cinema*, portanto vamos compreender que se trata aqui de uma outra proposta para o processo de produção audiovisual.

3.2 Imagens e Palavras

A partir daqui procuraremos considerar as particularidades do filme publicitário, especificamente do tradicional modelo comercial dos *breaks*.

O processo de realização de uma obra audiovisual perpassa algumas questões fundamentais até atingir a sua maturidade como veículo da comunicação, a saber: a transposição de uma ideia original abstrata para a linguagem concreta audiovisual, a concepção artística e estética, o objetivo que se pretende com a significação da obra em relação ao destinatário, e a identidade autoral, onde se insere o código estilístico (ECO, 1997:138).

Em relação ao registro imagético, a realidade material capturada pela camera passa a ter características conotativas à medida em que a produção destes sinais passem por algum processo de manipulação da coisa denotada, que tanto pode ocorrer na montagem como no momento da captação.

A imagem presente na obra audiovisual não é o objeto representado, consiste em representação, dessarte apenas a representação dos contornos materiais da coisa representada. Ainda, a representação da coisa e a coisa representada não necessariamente nos levam ao mesmo fato histórico, pois o autor realizador pode atribuir, e atribui, o significado que melhor lhe convém no seu momento enquanto orquestrador da mensagem total, principalmente no caso dos nossos objetos de investigação, os filmes publicitários.

A imagem de um casal dividindo um mesmo banco, onde se vê o rapaz tocando um violão e a moça ouvindo uma suposta melodia pode conotar um momento particular entre um casal apaixonado. Dentro do recorte esquadrinhado pelos limites da tela a imagem pode mostrar uma descrição aparentemente detalhada da composição cênica e das ações que nela ocorrem, não obstante a significação desta composição não necessariamente traduz com exatidão o que o autor¹ realizador pretendeu;

¹ Utilizaremos o léxico sempre que nos dirigirmos ao agente criador, ao agente produtor, na definição da LDA/98 (Lei de direitos autorais, nº 9610/98).

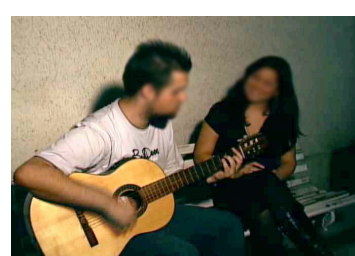
não é possível afirmar se o referido casal possui uma relação em tal grau de intimidade, por outro lado não podemos saber se ambos protagonizam uma ação comercial da indústria fonográfica, ou então se o rapaz toca o instrumento para mostrar que o seu produto é digno do valor de venda proposto para a compradora. A realidade por trás da representação da imagem não dá conta por si só de significar a intenção do que o autor realizador pretendeu, por outro lado também observamos que somente a representação verbal também não dá conta de traduzir esta representação imagética, conforme vemos nas figuras abaixo;



Cena (a)



Cena (b)



Cena (c)

Baitello Junior (2005) diz que a coisa é a presença de uma presença, ao passo que a representação é a presença de uma ausência, assim, representado e representação diferem não apenas ontologicamente, mas também significativamente. Não obstante, esta (d)eficiência imagética permite uma sutileza poética na expressão da linguagem audiovisual.

O signo icônico nem sempre é tão claramente representativo quanto se crê, o que se confirma pelo fato de que o mais das vezes, é acompanhado de inscrições verbais; mesmo porque, embora reconhecível, sempre aparece todavia carregado de certa ambiguidade, denota mais facilmente o universal do que o particular, e por isso exige, nas comunicações que visem à precisão referencial, o estar ancorado num texto verbal. (ECO,1997:111)

Para Barthes (2000:312) é impossível à palavra dublar a imagem, pois na passagem de uma estrutura a outra elaboram-se fatalmente significados segundos.

Como obra finalizada o produto audiovisual deve veicular uma mensagem codificada em uma determinada linguagem, apresentando uma certa organização dos sinais em sua estrutura, coerente com a estrutura de decodificação do destinatário. Assumiremos aqui portanto, para o Experimental Re:Coletivo, que tanto a imagem quanto a palavra serão co-dependentes para a mensagem publicitária; teremos a palavra atribuindo os sentidos profundos da mensagem que a imagem não entrega, mesmo considerando sua diacronicidade, e por outro lado a imagem entregando os contornos concretos que a palavra não dá conta de sintetizar. Ainda, em relação à estrutura;

[...] Essa ligação intencional e funcional implica evidentemente uma ordem particular (a estrutura), a qual reduz à unidade expressiva a multiplicidade das imagens, que também são expressivas, tomadas individualmente; tudo isso significa que a ideia central resultará do conjunto das várias ideias parciais ligadas e coordenadas; sendo que cada uma das imagens exprime uma ação e sendo, portanto, o filme (o conjunto ordenado daquelas ações) uma narração (notemo-lo: narração cinematográfica), a estrutura do filme é uma estrutura narrativa da qual se parte para colher as significações ideológicas e, no final, a ideia central. (TADDEI, 1981:17)

Finalmente, quanto à leitura, Eco (1997:162-165) classifica a composição imagética, especificamente as publicitárias, nos seguintes níveis:

1. Nível icônico: São os contornos da imagem, os dados concretos situados no plano da denotação, representantes do objeto de referência. Também considera-se aqui ícones com certo valor emotivo agregado, que o autor chama de ícone gastronômico. (e.g. camada de espuma sobre o copo de cerveja, untuosidade de um molho, viço de uma pele feminina).

2. Nível iconográfico: O nível da conotação, leituras decorrentes de um aprendizado cultural, o que Bystrina chama de códigos terciários. Aqui a significação é dada pela codificação histórica ou pelo que a publicidade introjeta(ou) na sociedade. Na primeira, apropriando-se dos significados

convencionais (a auréola como sinônimo de santidade, ou placas de sinalização). A segunda, convenções criadas pela própria publicidade, como o olhar sedutor da mulher (atriz/modelo) àquele que consome certos tipos de produtos, a representação de uma executiva bem sucedida, a “família feliz” do comercial.

3. Nível tropológico: Pelas palavras do autor, são os equivalentes visuais dos tropos verbais, ou seja, compõem-se pelas figuras da retórica clássica aplicadas à comunicação visual (e.g. hipérbole, metáfora, metonímia, antonomásia, dentre outras).

4. Nível tópico: Remete à esfera ideológica entre argumentação e opinião. compreende as premissas e os lugares argumentativos, centrais no processo persuasivo estabelecido pela mensagem visual e verbal. Iconogramas (imagens) podem evocar por convenção premissas; por exemplo, ícone denotando “moça se aproxima de rapaz e lhe entrega um aparente papel ofício, que por sua vez ao lê-lo sorri e a beija na barriga”, pode evocar algumas possibilidades de certa maneira suasórias como “que benção poder ser pai”, “esta gravidez merece uma comemoração”, “amo minha esposa e meu filho”, “que ótimo poder contar com um plano de saúde”.

5. Nível entimemático: Refere-se às conclusões resultantes das argumentações do nível anterior à imagem apresentada. Dependendo do que se constrói ao nível tropológico, por sugestão antonomásica as premissas do nível tópico podem formar entimemas do tipo: “todo pai se preocupa com a saúde da família - veja como são felizes, eles tem o plano de saúde X – então, você que é pai pode se associar a X”.

Como dito anteriormente, o arranjo final entre as unidades produzidas pelos participantes dos experimentos realizados não é o foco, entretanto colocamos nos anexos os resultados de todos os experimentos de modo que se permita consultas ulteriores por parte de outros pesquisadores.

3.3 - A trilha sonora

Como mencionado anteriormente, procuraremos tratar aqui especificamente da obra audiovisual publicitária.

As sonoridades informadas como músicas ou ruídos tem grande capacidade de criar vínculos interpessoais, entre pessoas e coisas, e entre pessoas e não-coisas, marcas por exemplo. Sabemos que a produção da trilha sonora tem grande relevância nas obras cinematográficas ou audiovisuais em geral. Ao contrário do que genericamente se compreende por trilha sonora, para o produtor audiovisual trilha sonora é uma categoria que engloba sinais sonoros subdivididos ou classificados em: trilha musical, narração/locução, efeitos e ruídos.

Um estalo, um latido, ou um rangido no extra-campo, fora dos limites esquadrihados pela camera, pode acrescentar um outro significado ao sintagma visualizado, há um potencial evocativo. Por outro lado, um “silêncio produzido” também pode criar uma relação dicotômica entre som e imagem, por contraste ou identidade; o silêncio campestre ou o silêncio num texto visual ruidoso. É compreendido pelo senso comum a ideia de que o silêncio não faz parte da trilha sonora, contudo, tanto os sinais sonoros claramente audíveis, como os discretos ou sutis percebidos como silêncio, podem significar algo e complementar aquilo que a imagem mostra; o silêncio não é sinônimo de ausência de sinal, diferentemente do silêncio “ensurdecedor” do cinema mudo pré-sonoro, ou do modo *mute* do aparelho receptor, o silêncio a que nos referimos aqui pode em alguns casos ainda ampliar o valor dramático do texto visual. Contudo, é recorrente a trilha sonora diegética, aquela em que na maior parte das vezes vemos a fonte sonora no contexto narrativo. Durante a captação de imagens podemos aproveitar ou não o som ambiente do platô¹ ou da locação, o chamado som direto. O conceito de som direto não necessariamente representa a captação da paisagem sonora do ambiente, os ruídos e outros sons constituintes do local.

1. Outra forma para referenciar o set de filmagem.

Muitas vezes opta-se pelo som direto quando da necessidade de captar fontes sonoras específicas, por exemplo pessoas, falas e diálogos; neste caso o recurso maquínico de captação sonora é específico, normalmente um microfone altamente direcional aplicado ao extensor, o chamado *boom*². Objetivando a mínima “sujeira”, a máxima pureza no som captado, ou então uma qualidade cosmética diferenciada, não é incomum a prática de reposição do som direto na etapa de pós-produção, o chamado ADR – *automated dialogue replacement*, ou simplesmente dublagem. É bastante óbvio que em obras audiovisuais que contemplem atuação com diálogo haja a previsão de captação do som direto, não obstante este tipo de preocupação nem sempre faz parte dos itens de produção, depende de variáveis como o grau de sofisticação da equipe, objetivo final de exposição ou distribuição, tipo de obra, conhecimento técnico, recurso técnico, e *budget* disponível, etc.

Sons da classe dos ruídos podem nos afetar fisiologicamente; se estivermos ao lado de um ônibus em brusca arrancada, ou se formos pegos de surpresa por uma altíssima sirene, temos certamente uma alteração cardíaca acompanhada talvez de uma descarga hormonal de cortisol³, obviamente na propaganda não se utilizam os ruídos com tais fins, pretende-se que sejam elementos complementares para uma agradável fruição da obra.

Na propaganda, cenas diegéticas como uma mão abrindo uma maçaneta, alguém tocando um instrumento, o acionamento de um botão, ou o líquido vertendo da garrafa, todos estes momentos tem certamente uma amplificação e uma maquiagem ótica⁴ do que é a sua verdadeira sensação sonora, ou do que verdadeiramente é ouvido *in loco*.

². Tecnicamente também conhecido como *Shotgun*. Cf. *Sennheiser,co* <<http://tiny.cc/jsogn>>

³. É um hormônio corticosteróide produzido pela glândula supra-renal que está envolvido na resposta ao estresse; ele aumenta a pressão arterial e o açúcar do sangue, além de suprimir o sistema imune. Fonte: wikipedia.

⁴. Embora o termo genericamente remeta equivocadamente à parte da ciência física que trata da luz, sendo isonomicamente utilizado como óptica, provocamos o atento leitor utilizando ótica sem o *p*, pois para a classe médica e científica esta é a forma correta para nos dirigirmos ao sentido da audição.

O *sound design* faz parte do processo de pós-produção e é prática quase *sine qua non* nas produções. O aparato de captação sonora não tem uma capacidade seletiva como tem o ouvido, tampouco a sensibilidade e alcance são os mesmos, por outro lado o aparato de reprodução também possui cada qual as suas propriedades acústicas; portanto, a técnica de registro sonoro nem sempre resulta no melhor som para determinada imagem, logo, o *sound designer* tem na maioria das vezes a missão de falsear o verdadeiro som para que o receptor perceba maior verossimilhança entre a fonte sonora que se vê na tela e o que é efetivamente ouvido. É na mixagem que se obtém a condição sonora que o ouvido, educado pelos seus anos de alfabetização publicitária, supostamente aceitará como sendo mais “gustativo”.

Ainda, efeitos sonoros não existentes na natureza também são criados por estes profissionais com o intuito de amplificar a experiência sensorial às não raras cenas fantásticas dos comerciais carregados de efeitos visuais e de videografismos repletos de estrelinhas, *splashes* dinâmicos, e outras coisinhas voadoras.

Obviamente uma matriz textual verbal pode alinhar todo o discurso da obra audiovisual por meio da voz/fala dada ao personagem, mas nem sempre o sintagma estará satisfatório na sua mensagem comercial. Segundo Elin & Lapidés (2006:319), os diálogos em geral tem quatro propósitos diferentes: (1) revelar a *backstory*; revelar o personagem; (3) fornecer informação e (4) levar a história adiante. Num hipotético comercial um dos personagens poderia dizer: “Alô, querida, reservou nossas passagens?” Esta fala já revela ao espectador algumas informações sobre o casal; de que uma viagem teria sido combinada anteriormente (*backstory*), pode revelar que se trata de um pai falando com sua filha (revelação do(s) personagem(ns) e talvez de seus caracteres), evidentemente dependendo da forma que o texto visual é apresentado. Portanto, são informações que trazem uma tentativa de levar os espectadores a continuarem prosseguindo a audiência da narrativa até o momento da assinatura do comercial.

Obviamente um comercial pode não apresentar nenhum personagem, ou nenhum porta-voz real ou virtual, então recorre-se à fonte acusmática⁵, como a locução em *off*. A quase totalidade dos experimentais coletivos, excetuando-se o R:C10 e R:C11, recorreram ao locutor em *off* para conseguir atribuir unidade na mensagem de suas obras finais.

O som teve a importante e quase inexorável função de amarrar as diversas cenas produzidas pelos respectivos coletivos. Desta maneira avançando dos níveis icônicos e iconográficos, aos níveis tropológicos e tópicos da mensagem publicitária. Quanto à técnica de captação, apenas as propostas dos coletivos R:C10 e R:C11 previam a produção sonora nas cenas, e nestes casos 100% dos grupos providenciaram microfones direcionais para o registro.

A música é outro elemento de grande relevância na produção publicitária, ela tem a capacidade de influenciar cognitivamente o consumidor uma vez que tem grande poder de associação. A música tem grande influência no cotidiano das pessoas, muitas vezes a escolha por determinado restaurante se deve ao tipo de música que nele toca, pessoas permanecem mais tempo nos ambientes em que se sentem bem com a música, preferem frequentar academias de ginástica que tenha música ambiente, a música nos ajuda a relaxar. Por outro lado, a confusão sonora num grande escritório aberto pode influenciar negativamente a produtividade dos colaboradores, uma vez que temos uma pequena faixa de tolerância para apreendermos múltiplas fontes sonoras simultaneamente; tente assistir a um filme, ouvir um podcast, e conversar com alguém simultaneamente.

Na produção audiovisual não raramente utiliza-se a música para pontuar determinadas passagens com um tema, o *leitmotiv*. Na propaganda, a utilização da música normalmente tem a intenção primeira de amplificar o efeito emocional dentro de um determinado espaço da narrativa ou em toda ela, mas também pode se atribuir uma função mais técnica,

⁵ Termo cujo pesquisador e músico Pierre Schaeffer adotou na década de 50 para se referir à cisão entre a fonte sonora e a visão. Definimos aqui como a forma de escuta sem a visualização da fonte. Remete à forma do ensino oral da escola de Pitágoras, onde o mestre ficava encoberto sob a opacidade dos tecidos das cortinas para os acusmáticos (ouvintes).

como a de informar por meio de letras em arranjos originais ou não, os *jingles*. Ela pode ser incidental, com acordes e notas coincidentes a movimentos e ações que ocorrem na tela. A música tem o potencial de fazer surgir um clima onde antes não se via, também tem a capacidade de conotar sentimentos por identidade ou contraste. Gilles Pontecorvo disse a propósito do mesmo tema musical nas cenas de morte em “*A batalha de Argel*” que, tanto franceses como argelinos teriam o direito a mesma dor, portanto ao mesmo tratamento emocional.

Genericamente e pelo senso comum, sons de ritmos mais ágeis são aplicados em cenas dinâmicas, em montagens com cortes curtos, por outro lado, um estilo de ritmo mais cadenciado servirá melhor talvez a montagens ou cenas mais longas. De fato, isto está relacionado diretamente com as respostas sensoriais que o ser humano tem com a ciclagem dos eventos; um som com reprodução em alta frequência nos agita, por outro lado, a baixa frequência, como a cadência das ondas quebrando na praia tende a nos relaxar. Em tempo, aqui não afirmamos que é a frequência da onda sonora, e sim a cadência dos eventos, portanto, tanto pode um som agudo como o grave provocarem uma ou outra sensação psicológica. Notas graves e cadenciadas no piano podem soar dramáticos, um violino igualmente lento pode soar ou evocar tristeza.

Uma trilha musical tem o poder de fazer remissões geográficas e temporais, trazer lembranças de momentos e de lugares, há quem fale até de memória odorífera. As formas possíveis de se obter trilhas musicais são: Composição original ou bancos de trilha, sendo estas de domínio público ou não. Comerciais de grandes anunciantes em geral, indústrias (montadoras de automóveis, de alimentos e bebidas, farmacêuticas, cosméticas, etc), em geral passam pelas mãos de maestros e compositores para a produção de trilhas originais, exclusivas.

Por razões óbvias nenhum dos nossos coletivos experimentais utilizou trilhas musicais originais, contudo, uma aplicação comercial do processo estudado deve observar as questões legais sobre eventuais obras musicais utilizadas. Indica-se neste caso a encomenda de composição original.

A marca sonora, ou o *sound branding* tem sido cada vez mais valorizado no segmento publicitário. Robert Bresson teria dito certa feita “*Um som sempre evoca uma imagem; uma imagem nunca evoca um som*” (Apud Burch, 1969:117), embora uma frase polêmica, certamente a nossa mente trará a imagem da marca ao ouvirmos um *plim plim*, ou as quatro notas da assinatura da marca Intel, também chamada de logo sonora; não obstante, ao menos na publicidade o contrário também pode acontecer, portanto o “nunca” da referida frase poderia ser substituída por “também pode”. Há alguns anos vimos ouvindo outra logo sonora de forte impregnação cognitiva, o da Nokia, a propósito também o *Hello-moto*, o “Ooooi”, o tema musical do Itaú, e o “Ahhhhh!” que por um longo tempo assinava os filmes uma certa marca de creme dental.

3.4 Estrutura Fílmica

No filme publicitário a estrutura fílmica ao nível sintagmático obedece praticamente a mesma lógica de construção das obras cinematográficas, evidentemente respeitando as devidas propriedades dimensionais; as grandes figuras fundamentais da semiologia do cinema – montagem, movimento de câmera, escala dos planos, relações da imagem com a palavra, sequências e outras unidades de grande sintagmática – são mais do que semelhantes nos “pequenos” filmes como nos grandes. (METZ, 2004:113)

Desconstruindo a sintaxe teremos como menor unidade os planos, depois as cenas, as sequências, e finalmente a maior unidade sintagmática, o filme. A base desta proposta experimental incide justamente sobre a unidade menor; somente é possível tal proposta de divisão do trabalho se a estrutura fílmica contemplar ulteriormente, narrativas construídas por meio da justaposição ordenada de planos, tal qual a maioria dos modelos sintagmáticos propostos por Metz (ibid:142-156) a propósito da Grande Sintagmática, a saber: sintagma acronológico paralelo, sintagmas acronológicos em feixe, sintagmas cronológicos descritivos, sintagmas narrativos alternados, sintagmas narrativos lineares, cenas, sequência habitual, e finalmente sequência em episódios. Dito de outra maneira, a proposta demanda uma estrutura fílmica obrigatoriamente fragmentada em sub-núcleos narrativos individuais, cuja produção das imagens do filme publicitário não se dê através do trabalho de uma única equipe de produção (gravação), tal como o é no modelo tradicional de divisão do trabalho, mas da divisão do trabalho de produção das cenas entre um coletivo de produtores. Ainda, que cada núcleo produtor não necessariamente tenha qualquer forma de contato entre si. Da Grande Sintagmática acima citada, apenas o plano autônomo, ou plano-sequência nos restringem tal tarefa coletiva.

3.5 Exigências condicionantes

Para organizar o desenvolvimento dos projetos estabelecemos que todo filme publicitário deveria ter uma ideia central norteadora do desenvolvimento narrativo. Embora a experimentação recaia sobre a etapa de captação, é basilar que todos os projetos sejam elaborados de acordo com a lógica estrutural descrita na tabela a seguir. É necessário identificar quais estruturas morfológicas e sintáticas permitem ou reprimem tal divisão do trabalho. Aqui assinalamos a necessidade de olhar para a estrutura da montagem interna¹, uma vez que diferentemente dos fonemas, os *cinemas* são unidades complexas de significado.

Foram analisados mais de 2000 filmes publicitários nacionais e estrangeiros produzidos a partir do ano de 2000, cujas imagens tivessem sido geradas por dispositivos de captação óptica de matriz analógica ou digital. Filmes e Cenas produzidas em CGI foram descartados uma vez que sua ontologia escapa ao objetivo do estudo proposto. Observamos algumas características que julgamos poderem gerar alguma restrição para realização da referida divisão do trabalho quando presentes na montagem interna e na matriz textual, a saber:

	Item	Descrição	Fator Restritivo: Respaldo técnico / Justificativa
a.	Estrutura Fílmica:	Plano autônomo do tipo plano-sequência. Narrativa organizada em um único plano.	Quanto maior o plano-sequência menos planos individuais, consequentemente menos possibilidades de agentes produtores envolvidos na produção.
b.	Estrutura Narrativa:	Todas as narrativas que tenham protagonista(s) e elementos comuns (objetos) em cada núcleo narrativo se cruzando no eixo estrutural. E.g. (Sequência tipo <i>Slice-of-life</i>) um personagem no seu café da manhã, ou algum tipo de unidade identitária no decorrer da narrativa.	É preferível que os protagonistas sejam somente protagonistas em seus respectivos núcleos narrativos, pois a princípio, embora não impossível, a coordenação de equipes diferentes atuando em núcleos narrativos concorrentes com os mesmos elementos geram uma necessidade logística ,colaborativa, mais complexa.
c.	Direção de Arte: Locações/Cenografia /Objetos/Figurino	Cenário, Espaço físico, objetos com alguma especificidade estética ou técnica. E.g. Fachadas de empresas, Condomínios, centrais de atendimento ao cliente, Cor de Parede(s), Estilo do ambiente, Veículos especiais, Mobiliário	Acessibilidade: - Distância – em relação ao agente produtor - Burocracias/autorizações - Investimento - \$ e tempo Qualquer elemento que exija alguma especificidade material pode

		de época, Figurino específico.	redundar em barreira, não significando entretanto a impossibilidade de execução.
d.	Produto	Cenas de utilização do produto* , ou produto inserido no contexto da cena. E.g. Xampoo sendo colocado na mão, Mesa de café-da-manhã, Cartão de crédito passando no leitor.	Excetuando-se os casos de produtos com alto valor de aquisição (E.g. veículos, tecnologia eletrônica em geral, determinadas marcas de cosméticos) , qualquer produto pode ser produzido no contexto da cena. Embora os produtores possam encontrar soluções para diversos problemas, efeitos mecânicos devem ser bem analisados antes de serem apresentados como proposta.
e.	Atores	Homem, mulher, ou criança em cena, representando um personagem ou não. E.g. Entregador de pizza à porta, Mãe deixando a filha na escola, Papai Noel à mesa, Pai ao telefone com o filho no colo.	Embora consideremos que em princípio o recurso humano é um dos itens mais acessíveis, um perfil de elenco muito específico pode eventualmente apresentar alguma barreira para a produção.
f.	Animais	Animais no contexto da cena, sendo protagonista ou figurante.	Qualquer espécie que dependa de algum tipo de licença ou autorização para uso em filmagens deve obedecer a previsão legal do art. 29, Item III da Lei 9605/98 (**), e do artigo 33 do Decreto 6.514/08 (***). Animais podem ser inseridos no contexto desde que observadas também as condições do item b desta tabela.
g.	Investimento financeiro	Todo montante necessário para a produção de quaisquer dos itens acima.	Quanto maior o montante mais chances de constituir barreira para execução* Melhor que haja liberdade para o agente produtor buscar alternativas de solução para a execução da cena.

Tabela4: Fatores restritivos

autor: Marcos Ryo Hashimoto

(*) Obviamente deve-se considerar caso a caso as especificidades de produção. Produção de *mock-ups*, trucagens mecânicas, automatizações, explosões, saltos e rodopios de objetos devem preferencialmente constar no briefing técnico de produção apenas como sugestão e não exigência de produção.

(**) “- quem vende, expõe à venda, exporta ou adquire, guarda, tem em cativeiro ou depósito, utiliza ou transporta ovos, larvas ou espécimes da fauna silvestre, nativa ou em rota migratória, bem como produtos e objetos dela oriundos, provenientes de criadouros não autorizados ou sem a devida permissão, licença ou autorização da autoridade competente”.

(***) “Explorar ou fazer uso comercial de imagem de animal silvestre mantido irregularmente em cativeiro ou em situação de abuso ou maus-tratos: Multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais). Parágrafo Único: O disposto no caput não se aplica ao uso de imagem para fins jornalísticos, informativos, acadêmicos, de pesquisas científicas e educacionais.

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6514.htm>

¹. Metz chama de *montagem interna* a organização dos vários elementos visuais que compõem a imagem, enquanto Pasolini propõe nomear os vários objetos reais que compõem o enquadramento como *cinemas*; a cinésica ainda identifica como *cines* os elementos resultantes da discretização dos *cinemorfos*, os gestuais gerados pelos personagens.

3.6 O Processo de realização Audiovisual

Desde o período da histórica sessão no *Gran Cafe* de Paris o processo de produção audiovisual foi sendo criado à medida das necessidades de seus autores e respectivos *scripts*, adaptando métodos adequados ao seu tempo e recursos maquínicos; em linhas gerais, desde os primórdios do cinema o processo envolve três blocos de etapas: a pré-produção, a produção, e a pós-produção. Não se pretende aqui elencar e esgotar todas as funções criadas e extintas na história do cinema e audiovisual, e sim delinear o cenário que envolve a proposição do Experimental Re:Coletivo, portanto serão observados aqui os elementos relevantes em cada uma destas etapas.

Assumiremos aqui como pré-produção: as tarefas de elaboração da matriz textual, a decupagem desta matriz textual, o planejamento das ações, a decupagem técnica dos itens necessários à captação das imagens (gravação do material), como equipamentos, recursos humanos, locações, acessórios, etc.

A produção compreende aqui a etapa de provisão dos itens previstos e elencados na etapa de pré-produção, incluindo a ação propriamente da captação das imagens. A pós-produção nos remete à ideia de manipulação do material bruto captado; embora não tratemos especificamente da etapa de montagem, trata-se de uma das etapas fundamentais para o Experimental Re:Coletivo, uma vez que o material gerado pelo coletivo participante deve ser disponibilizado para todos na rede. Estas são as etapas que dizem respeito ao produtor, o realizador da imagem; mas, o processo Re:Coletivo prevê ainda etapas de pré-produção e produção que dizem respeito ao idealizador do projeto:

1. Pré-produção – etapa de elaboração da proposta projetual. O que se pretende com a obra, condições de participação, valores de troca, observações legais, definição e providência do canal de comunicação, definição e providência de repositórios para centralização e recuperação de

arquivos audiovisuais.

2. Produção – etapa de execução do projeto. Publicação da proposta projetual, Abertura dos canais de comunicação para os participantes, acompanhamento e monitoração das participações.

3. Pós-produção – Decupagem/seleção do material bruto, edição/montagem, e publicação.

Conforme o diagrama da apresentação, diferentemente do processo hegemônico tradicional, espera-se um coletivo de produtores gerando material para uma instância central que irá proceder a montagem de uma peça audiovisual publicitária. Assim, o processo de produção aqui proposto deve cumprir as seguintes ações, que dividimos em fase 1, fase 2, e fase 3, sendo:

Fase 1	Fase 2	Fase 3
Ref. Idealizador	Ref. Participante	Ref. Idealizador
1. Elaboração da proposta de produção por parte do idealizador do projeto	1. Acesso, observação, e aceite da proposta por parte do participante	1. Recuperação do material bruto (<i>download</i>)
2. Publicação <i>online</i> e/ou <i>offline</i> da proposta	2. Execução da produção (pré-produção, produção)	2. Decupagem
3. Acompanhamento e assessoria	3. Decupagem e seleção do material bruto (pós-produção)	3. Montagem
	4. Disponibilização <i>online</i> do material bruto (<i>upload</i>).	4. Distribuição ou publicação

Tabela 5: Fases da produção do coletivo experimental.

Para melhor aproveitamento na fase 2, é desejável que se disponibilize canais de comunicação *online* e *offline* de modo que o participante possa esclarecer eventuais dúvidas que surjam no decorrer do processo produtivo.

Deste modo, temos como atribuição da instância idealizadora do projeto as fases 1 e 3, e a fase 2 como oportunidade de participação aberta a quem o idealizador quiser ou determinar.

Em relação ao método de produção convencional, notadamente temos diferenças nas três fases de execução;

	Método Convencional	Re:Coletivo
1. Briefing (Fase1)	Em geral há abertura para discussão e negociação entre o produtor* do audiovisual e o seu cliente/anunciante. *Pela definição do Art.5º inciso XI da LDA/98	Dilui-se a relação cliente/produtor ou patrão/empregado. Há possibilidade de negociação caso o grupo participante pertença a uma rede de membros conhecidos, caso contrário não, uma vez que a proposta é elaborada previamente, publicada e disponibilizada abertamente a qualquer produtor que se julgue apto à realização da tarefa.
2. Observação e Aceite (Fase2)	Em geral o produtor negocia os valores de troca previamente, bem como há abertura para escolha, entretanto o “não aceite” pode desencadear algum ressentimento entre as partes e possível prejuízo comercial.	Em aplicação comercial há abertura para escolha; a princípio o “não aceite” não incorre em prejuízo comercial ou qualquer forma de comprometimento. Em aplicação acadêmica evidentemente há hipótese de algum comprometimento.
3. Itens 2,3,e 4 da Fase 2, e Fase 3	São atribuições do produtor realizador.	As atribuições são divididas entre idealizador e produtor realizador.

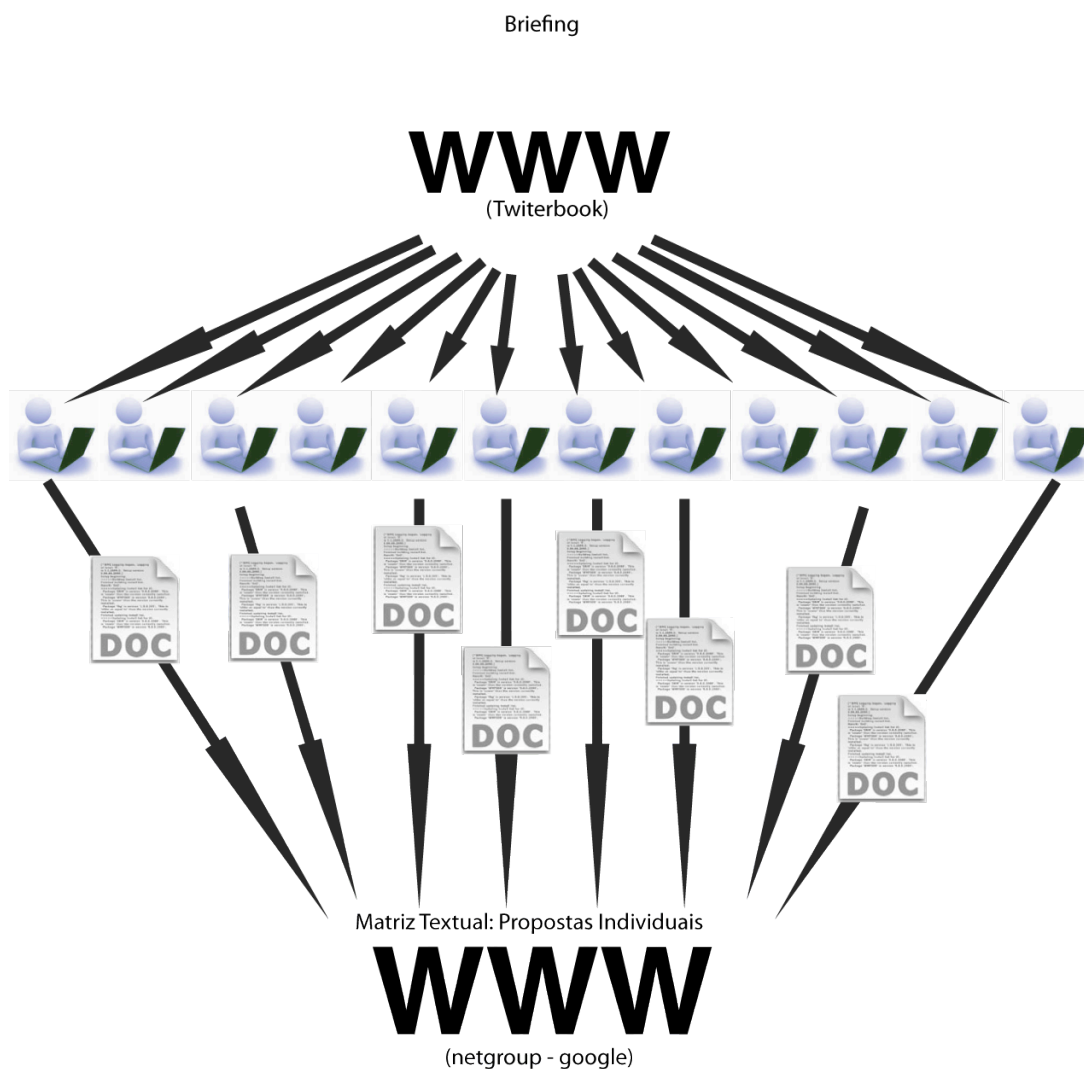
Tabela 6: Método convencional X Método Re:Coletivo.

A tabela abaixo apresenta os itens que devem ser observados na fase 1 pelo idealizador da proposta;

A elaboração da proposta de produção deve contemplar:	
1	- A discriminação do tipo de obra final;
2	- O conteúdo que se espera do material;
3	- O formato de entrega dos arquivos (codificadores: containeres e codecs);
4	- A quantificação do material (tempo de duração e unidades);
5	- O prazo para entrega ou disponibilização;
6	- As condições legais para aceite e aproveitamento do material;
7	- Premiação ou outros valores de troca.

Tabela 7: Itens da proposta de produção.

Os próximos diagramas representam todos os projetos experimentais realizados, os detalhes e constatações das operações serão explicados nas próximas seções;



R:C1

Figura3: Diagrama da proposta para o coletivo experimental R:C1.

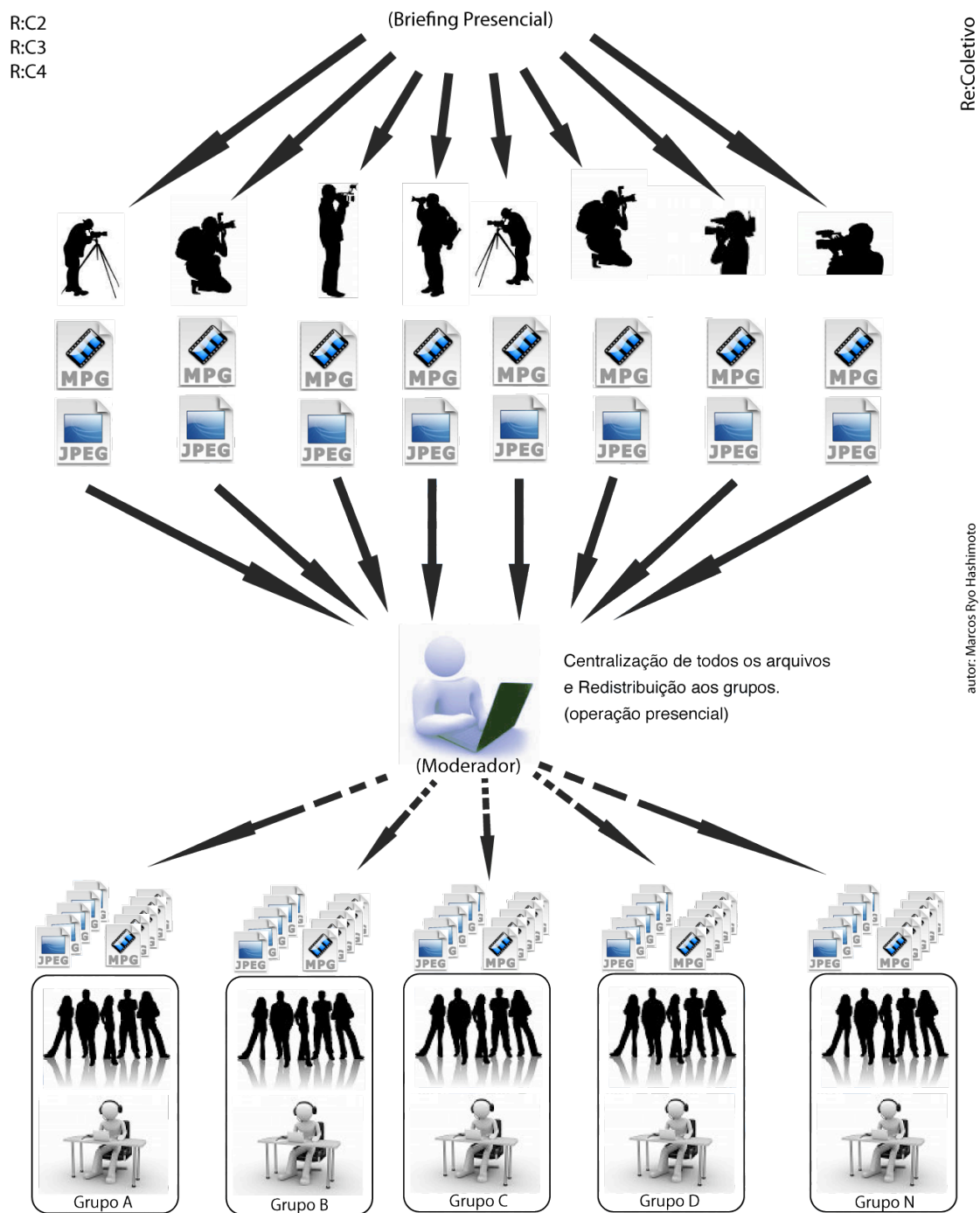


Figura4: Diagrama da proposta para o coletivo experimental R:C2, R:C3, e R:C4.

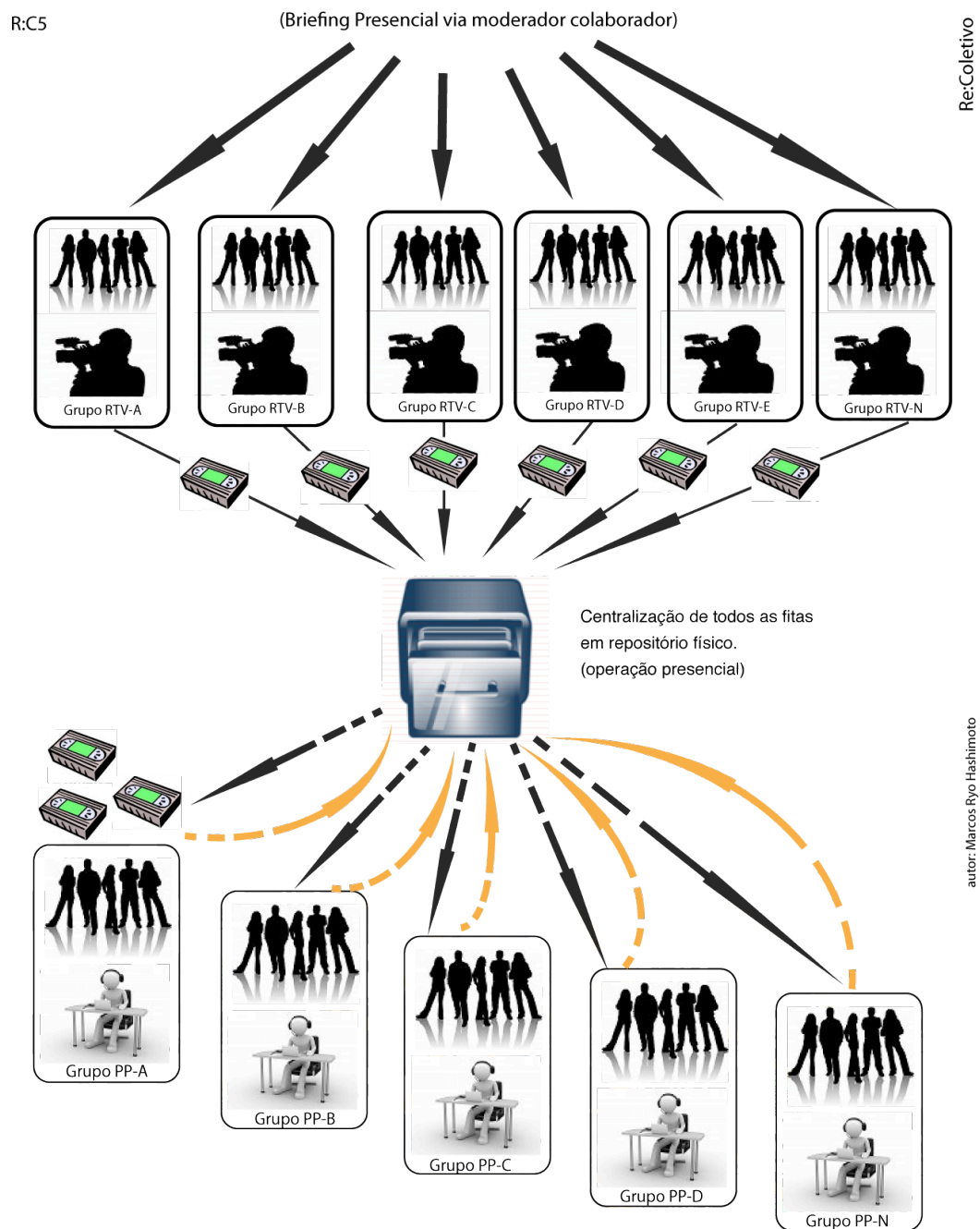


Figura5: Diagrama da proposta para o coletivo experimental R:C5.

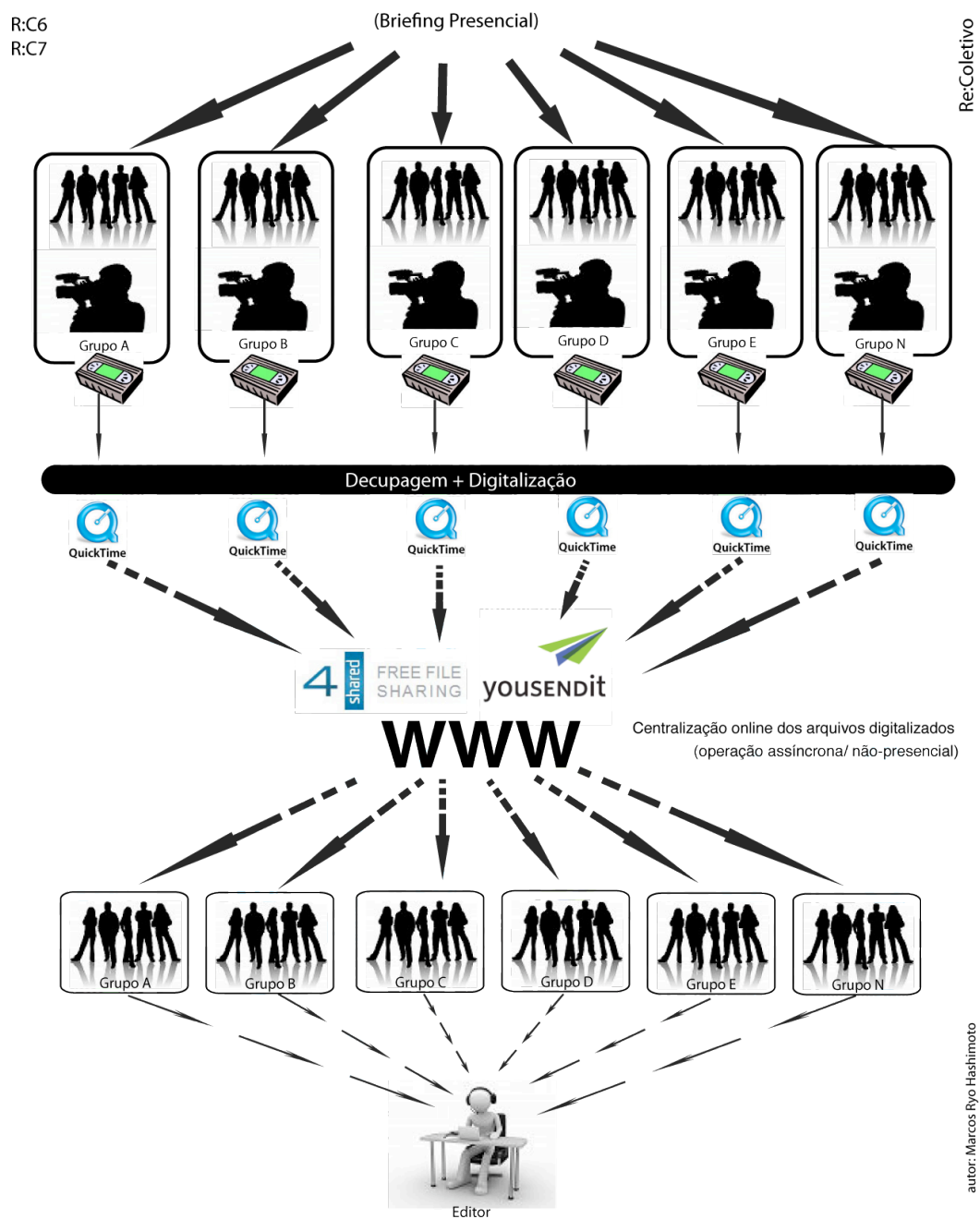
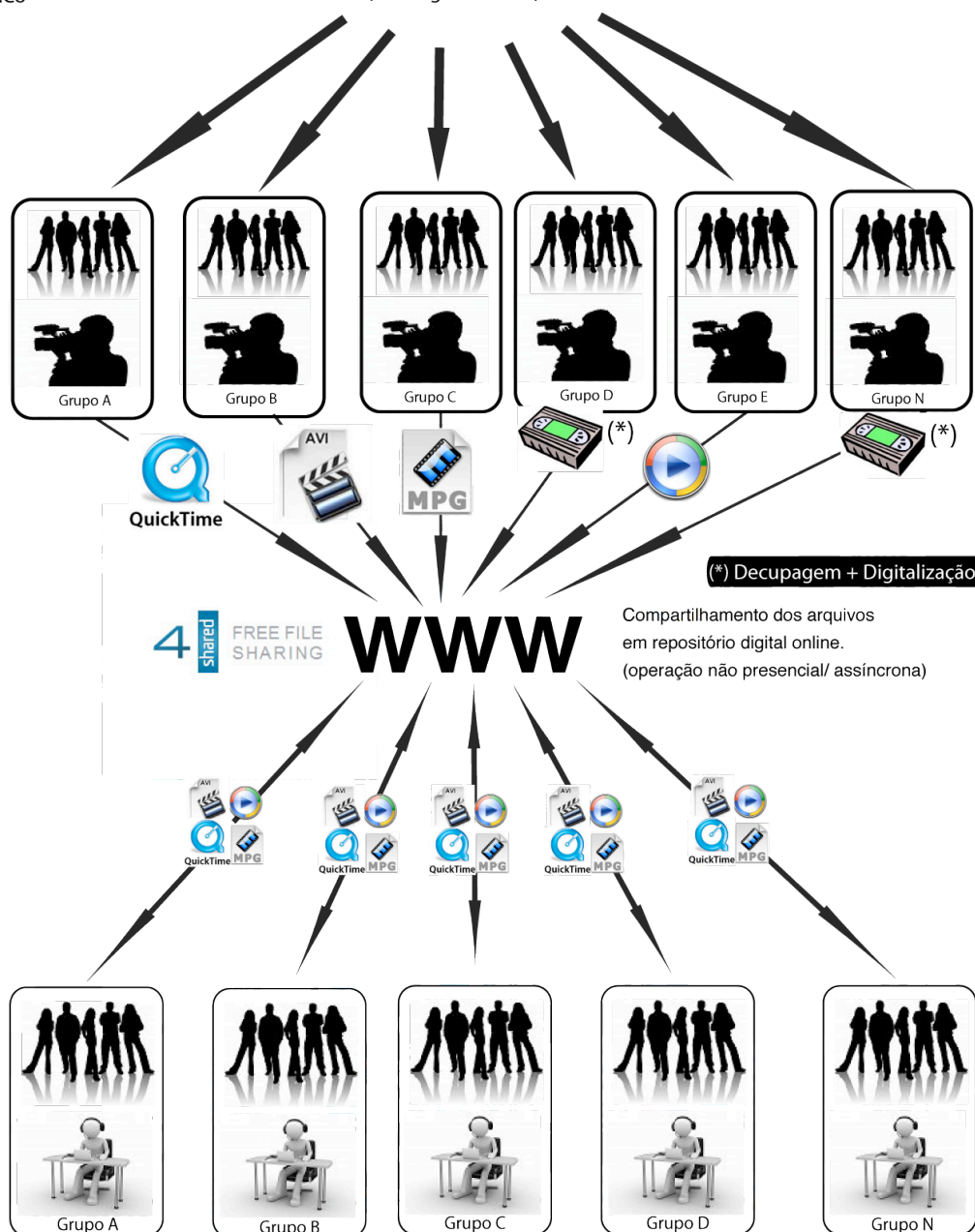


Figura6: Diagrama da proposta para o coletivo experimental R:C6 e R:C7.

R:C8

(Briefing Presencial)

Re:Coletivo



autor: Marcos Ryo Hashimoto

Figura 7: Diagrama da proposta para o coletivo experimental R:C8.

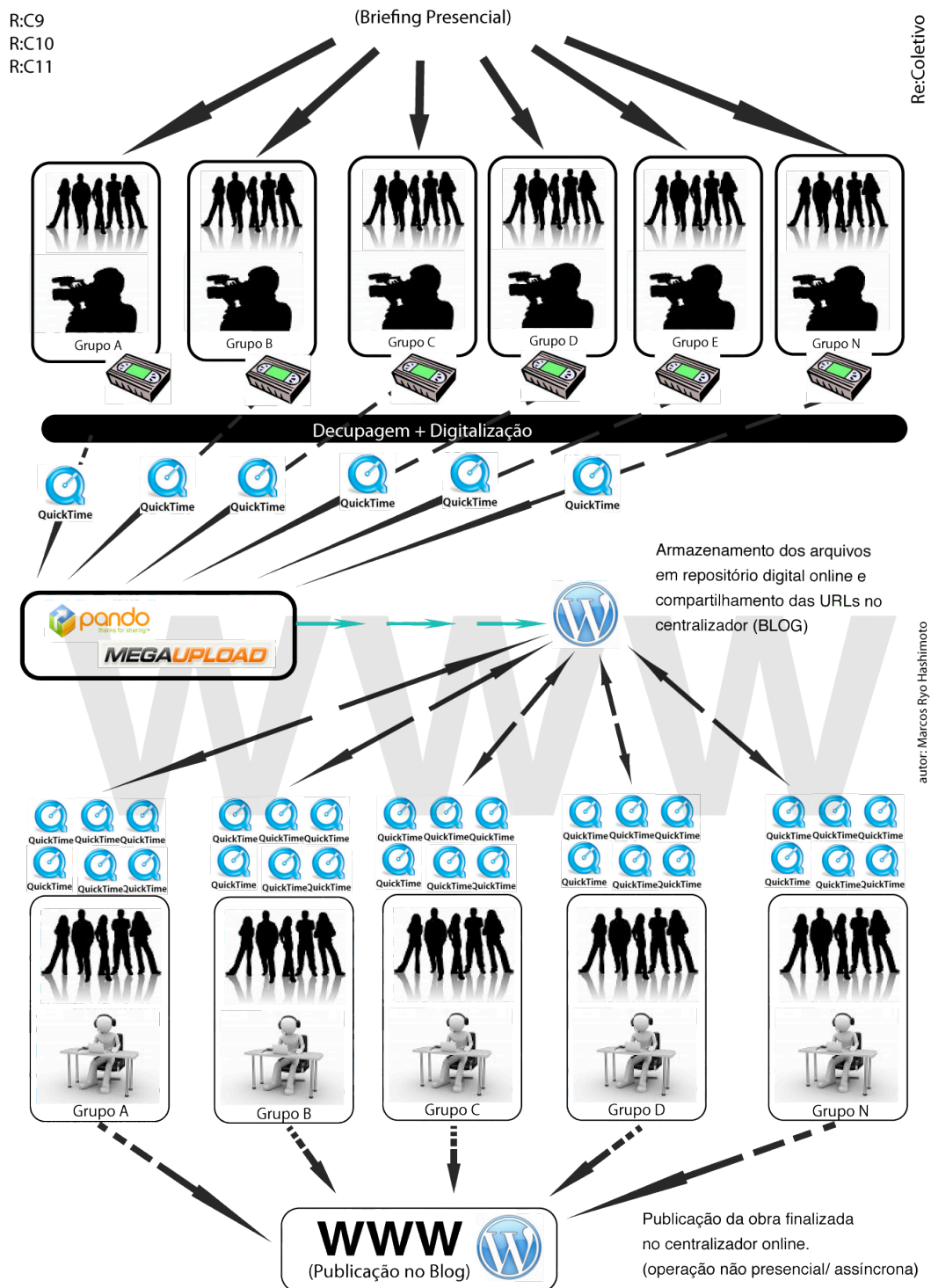


Figura 8: Diagrama da proposta para o coletivo experimental R:C9, R:C10, e R:C11.

3.7 Rede: acesso, armazenamento, distribuição

Como já mencionado, um dos aspectos de relevância para o Experimental Re:Coletivo é o fenômeno da cultura de participação e do potencial de fortalecimento do esforço coletivo assíncrono não presencial, que surge principalmente como consequência do enredamento dos aparatos computacionais; uma vez que aqui tratamos também da relação mediada por computadores, potencializando contundentemente a interconexão das pessoas, há que se observar minimamente alguns fenômenos de rede.

Mas o que é rede, e como devemos analisá-la? Redes se formam, deformam, e se desformam o tempo todo em diversas situações; nos ateremos aqui somente às redes de pessoas interconectadas por aparatos computacionais via internet.

Mas antes, para que tenhamos uma idéia de rede, observemos que o grafo (termo do ramo da matemática) deve apresentar minimamente três nós, cada qual duplamente conectado (fig. a), onde por ora assumiremos que cada nó, ou *nodo*, pode ser qualquer coisa material, inanimada e não autônoma;

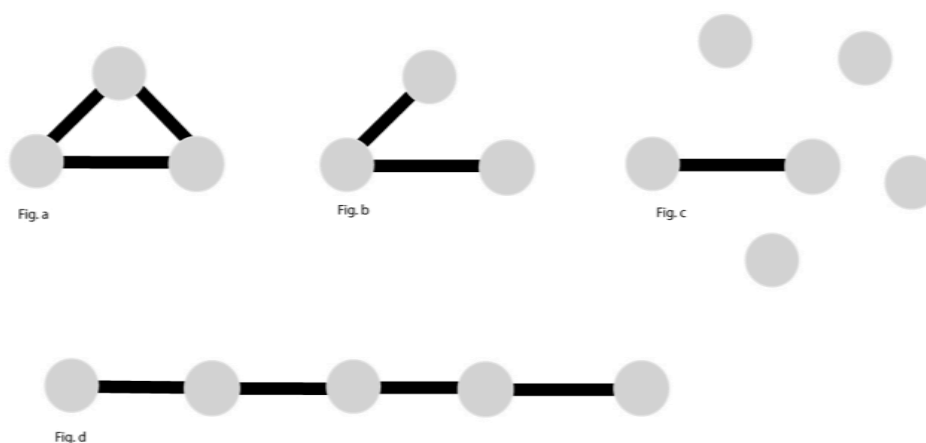


Figura 9: Diagrama de nodos e conexões.

caso apenas um destes três nós tenha duas conexões e os outros dois apenas uma, então conforma-se apenas uma articulação (fig. b), bem como não consideramos como rede uma conexão de apenas dois nós. Dois nós aleatórios conectados apenas entre si, isoladamente, conformam

simplesmente um pareamento (fig. c), ou um emparelhamento. Também não consideraremos rede um punhado de nós duplamente conectados linearmente com os nós das extremidades com uma conexão cada (fig. d), será meramente um encadeamento multiarticulado. Por outro lado, uma aglomeração de vários nós interconectados conformarão um *Cluster*, um grande agrupamento.

Bem, antes do atento leitor objetar vamos reconhecer que estes grafos mais se aproximam às tramas iniciais de uma rede de pesca, redes uniformes, ou no máximo a mapas rodoviários ligando cidades por meio de estradas. Mas o tipo de conexão que se estabelece entre pessoas e os nós da internet não são do tipo estáticos, o “estar conectado” para nós é diferente. Neste exemplo esclarecemos que a título de fundamentação inicial por ora os *nodos* seriam coisas materiais não animadas e não autônomas, não obstante os nossos objetos escapam a estas características: computadores interconectados e seres humanos, portanto os fenômenos são muito mais complexos, conformam redes reais tipo leis de potência, ou seja, a maioria dos nós tem poucas conexões, e estes pequenos nós não são suficientes para manter a conexão da rede inteira, pois se desfazem e refazem o tempo todo; entretanto, alguns *nodos* superconectados se transformam em *Hubs*, conectores que em muito menor número, mas com muitas conexões mantém agregada a rede. Por exemplo, para o grande sistema de interconexão computacional, especificamente a internet, jamais existirá um grafo linear como o da figura (d), uma vez que muitas máquinas, ou *nodos* interconectados funcionarão como potenciais *Hubs*, e poderão se conectar a qualquer outro nodo que acesse a grande rede; bem como um ser humano não é um solitário poste isolado e incomunicável, embora alguns até se aproximem semanticamente. Tais *Hubs e seus clusters* tem então a importante característica gregária numa grande rede de bilhões de *nodos*, geralmente uma rede sem escala e competitiva; ainda, qualquer *nodo* nas redes reais pode transformar este grande universo em um mundo pequeno, onde em poucos links, ou graus de separação conecta-se um nó a outro.

Os sociólogos estimam que conheçamos entre 200 e 5 mil pessoas por nome. Um neurônio médio está conectado a dezenas de outros, alguns a milhares mesmo. Cada companhia inevitavelmente está ligada a centenas de fornecedores e clientes; algumas das maiores possuem vínculos com milhões. Em nosso corpo, muitas moléculas participam de mais de uma reação – algumas, como a água, de centenas. Por conseguinte, verdadeiras redes não apenas estão conectadas, como superam de longe o limiar de um único link. (BARABÁSI, 2002:17)

Portanto o “estar conectado” para este trabalho significa qualquer tipo de relação ou laço social existente entre as partes envolvidas nos experimentos coletivos, bem como o aceite, ou adoção ao trabalho proposto. Assim, cada grupo de trabalho aqui configurou um *nodo*, que por sua vez pertenceu a um pequeno *cluster* do *Hub* Experimental Re:Coletivo.

Em tempo, não nos debruçaremos profundamente aqui aos estudos acerca dos grafos iniciados por Euler nas pontes de Königsberg, sobre as redes randômicas de Paul Erdős e Alfred Rényi, sobre Watts e Strogatz, sobre os estudos dos graus de separação ensaiada em 1929 por Frigyes Karinthy e retomada mais de trinta anos depois no experimento de Stanley Milgran, e também sobre a teoria dos mundos pequenos de Granovetter.

Como dito anteriormente, para o Experimental Re:Coletivo fazer parte do enredamento significa ~~pertencer~~ participar do *cluster* de produção, onde fundamentalmente é necessário que cada *nodo* possua acesso aos recursos maquínicos de captação de imagens, acesso ao armazenamento e recuperação de arquivos materiais e imateriais, principalmente em repositórios *online*.

Neste trabalho aproveitou-se os recursos gratuitos disponíveis na internet uma vez que não era o foco o desenvolvimento de qualquer sistema *Ad hoc*. Esta disponibilidade de recursos ciberespaciais gratuitos é reflexo resultante do processo de digitalização e convergência das tecnologias de comunicação; desta forma torna-se consequência natural o usufruto dos recursos de armazenamento e compartilhamento dos bytes audiovisuais neste projeto, e ainda na citação complementar do professor Walter Lima:

A convergência tecnológica digital também provocou fortes impactos nas estruturas que envolvem a área de comunicação social. Ela pavimentou tecnologicamente a convergência de mídias, abrindo campo para o arquivamento, o compartilhamento e a distribuição de ativos digitais utilizados no relacionamento humano, por intermédio das máquinas computacionais e das redes telemáticas. Formou-se, então, um ambiente enredado que emula algumas das necessidades humanas, entre elas, o convívio por meio de comunidades. (LIMA JUNIOR, 2009:97)

De fato, a condição humana demanda divisões, compartilhamentos, o mesmo princípio fundamental que compõem os objetivos desta proposição; desta forma, alguns dos nossos ativos digitais produzidos para os projetos experimentais foram armazenados em repositórios e sistemas de compartilhamento de arquivos particulares para validação do método de armazenamento de distribuição. Como visto anteriormente, para melhor identificação destes projetos nomeamo-los com a sigla R:C seguida do respectivo número de identificação ordinal, assim, temos os projetos R:C1 ao R:C11, onde apresentaremos os resultados de acordo com a particularidade tratada em cada um deles. Ainda, dentro do projeto Re:Coletivo tivemos trabalhos divididos na forma: 1. Individual 2. Grupal e 3. Misto (parte individual e parte grupal), tendo sido a maioria dos experimentos realizada por grupos compostos de quatro a oito integrantes cada.

Trataremos nesta seção das etapas de armazenamento e distribuição dos materiais brutos.

O primeiro experimento agora nomeado R:C1 é do tipo individual e foi realizado com o objetivo de uma primeira aproximação com o trabalho coletivo colaborativo; produzimos uma matriz textual¹ coletiva, a partir de uma história extraída de outro projeto colaborativo denominado twitterbook².

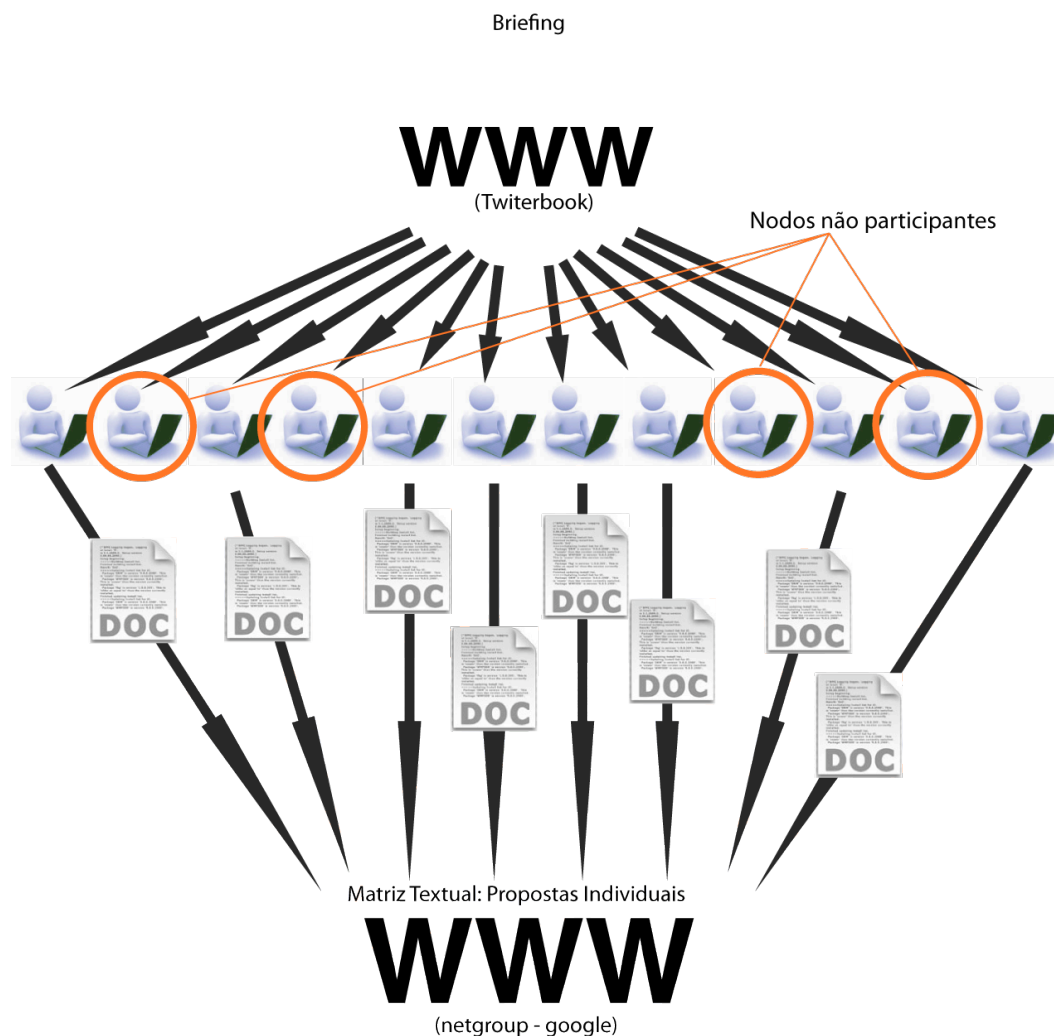
¹. Adotaremos esta expressão sempre que nos referirmos a qualquer guia verbal textual que tenha sido utilizado como roteiro, uma vez que nem todas as experimentações tiveram como base o roteiro técnico ou o roteiro literário.

². Trata-se de um projeto de realização de um livro colaborativo a partir da seleção de textos curtos em continuidade, de uma determinada história, postadas por usuários do Twitter. Cf. <<http://twitter.com/#!/twitterbook>>. O nome é grafado com apenas dois T's mesmo.

Neste projeto ainda não se adentrou na divisão do trabalho na captação de imagens, sendo a divisão apenas na etapa de pré-produção. No projeto R:C1 experimentou-se a participação coletiva na etapa de decupagem do texto original para a produção da matriz textual técnica, ou seja, uma transposição de um mini-conto para o formato técnico de produção onde dentre os 17 membros da rede³, 11 participaram com a sua proposta textual. Sendo esta rede do tipo centralizada, portanto com forte hierarquização por parte do moderador⁴ e sendo uma tarefa de preparação para o trabalho de avaliação semestral, era esperada a participação de todos os nós, entretanto a motivação não foi suficiente. Uma análise preliminar antecipada pode nos levar à falsa ideia de que a associação da tarefa a algum tipo de bônus ou ônus poderia redundar em 100% de participação, não obstante, não tratamos aqui de máquinas, portanto quaisquer variáveis podem interferir na execução da tarefa. Para uma atividade de caráter acadêmico é possível estabelecer sanções, evidentemente não para uma ação mercadológica.

³. Lembrando aqui a nossa assunção, já mencionada, enquanto definição do conceito para este trabalho.

⁴. Sempre que utilizarmos este conceito estaremos referenciando o autor deste trabalho.



R:C1

Figura 10: Diagrama dos resultados de participação em R:C1.

Os projetos R:C2, R:C3, e R:C4 possuem estrutura metodológica similar entre si. Estes projetos são do tipo misto (parte individual e parte grupal) onde cada indivíduo teve como atribuição a produção de duas imagens, das quais uma estática e outra em vídeo. As propostas tinham como briefing conceitual a produção de imagens que contemplassem o que aqui chamaremos de palavras-conceito; definimos coletivamente algumas palavras-chaves sobre determinados produtos ou serviços e a partir destas palavras cada indivíduo deveria produzir as imagens que julgassem conceitualmente pertinentes a elas.

Quanto à observação técnica, em função do caráter avaliativo cada indivíduo deveria renomear o arquivo com a identificação do número de sua matrícula, seguida da palavra-conceito; também estabeleceu-se uma limitação quanto ao

tempo de duração da imagem em movimento, sendo de livre escolha os recursos maquínicos.

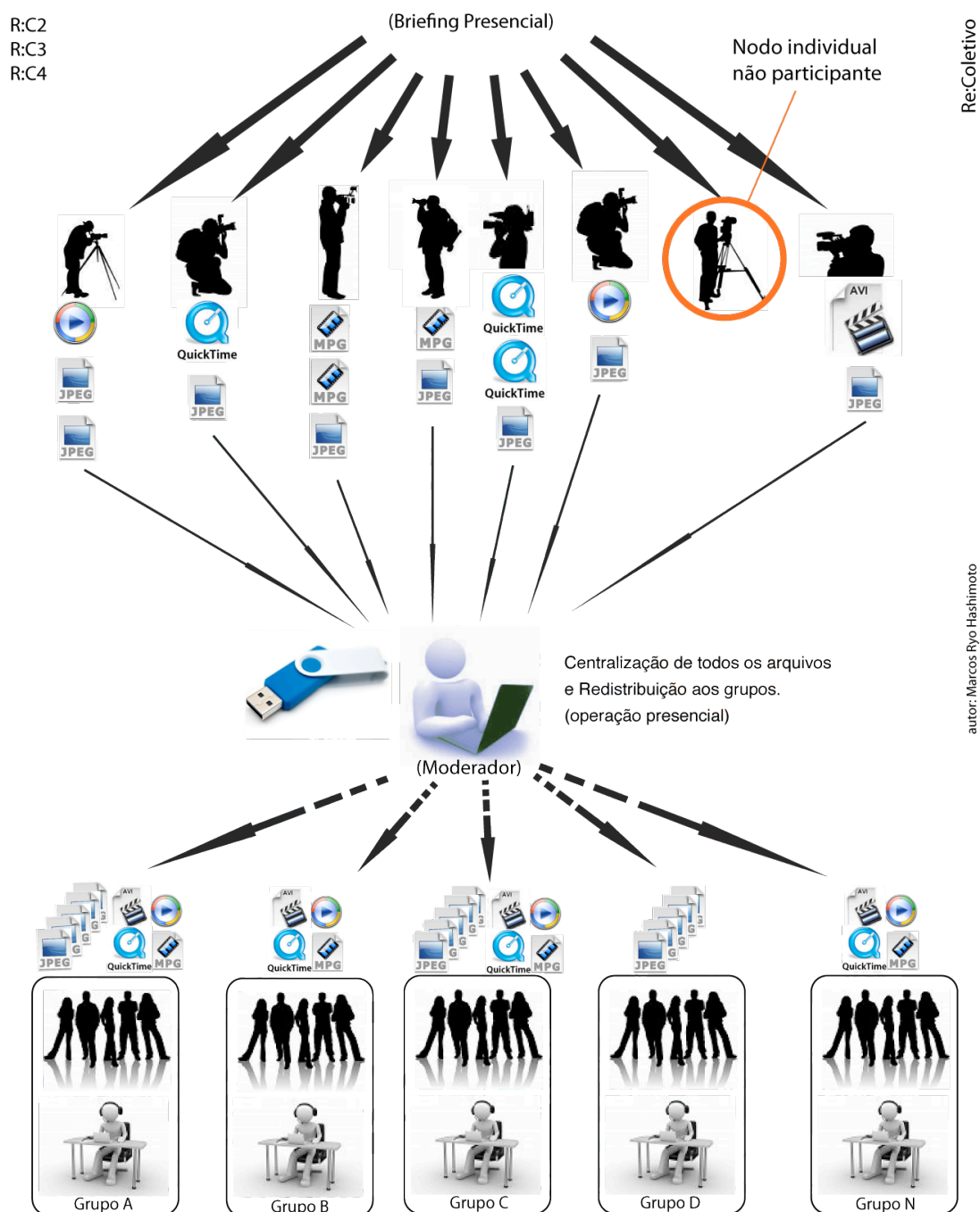


Figura 11: Diagrama dos resultados de participação em R:C2, R:C3, e R:C4.

Nestes três projetos estudamos como se comportaria a operação de disponibilização e recuperação de arquivos de imagens sem o acesso à rede digital e como resultaria o material gerado a partir destas palavras-conceito.

O prazo médio de produção dado aos participantes foi de duas semanas. Após a captação realizamos então a centralização dos arquivos de

vídeo e imagem de forma presencial, bem como a distribuição de todo o material bruto para os grupos participantes. Não registramos nenhum tipo de problema em relação ao transporte e centralização dos arquivos, uma vez que o meio (*pendrive*) utilizado é de fácil acesso.

Observando o inventário de arquivos na tabela abaixo podemos notar nos três projetos a coincidência na preferência pela produção de imagens fotográficas, entretanto os arquivos de vídeo também foram realizados pela maior parte dos participantes;

Projeto	Membros	Grupos	Still	Video	MOV	MPG	WMV	AVI	MP4	3gp
			JPG							
R:C2	12	3	14	12	3	5	2	1	-	1
R:C3	18	3	16	13	2	3	1	5	2	-
R:C4	25	6	38	25	9	2	2	11	-	1

Tabela 8: Inventário da tipologia de formatos dos coletivos R:C2, R:C3, e R:C4.

Com exceção de dois participantes que utilizaram aparelhos celulares, todos os demais utilizaram máquinas fotográficas digitais, o que explica a variedade de formatos resultantes.

A abertura e possibilidade de livre escolha em relação aos itens de produção é um fator que minimiza eventuais barreiras, e a resposta redunda, em não raros casos, excedentes de produções. Assim como no processo de centralização, a posterior redistribuição de todos os arquivos aos grupos pela mesma via de transporte ocorreu sem problemas. Uma observação negativa em relação a este método remete ao inconveniente tempo de aguardo por parte dos grupos, uma vez que o carregamento dos *pendrives* somente pode ser realizado de acordo com a quantidade de portas disponíveis no dispositivo centralizador/distribuidor.

Verificamos ser positivo o método de padronização de identificação dos arquivos, uma vez que otimiza a identificação do autor no momento da avaliação, assim como evita a repetição de nomenclatura no material bruto, condição não desejável no processo de decupagem e edição.

O projeto R:C5 é do tipo grupal e foi realizado em co-produção com grupos do curso de RTV, não conhecidos pelo autor deste trabalho. A

conexão foi feita por cooperação de outro professor desta mesma IES.

Neste projeto participaram dois *clusters* subdivididos em cinco grupos cada, o dos realizadores das imagens (grupo de RTV), e o dos montadores das obras finais (grupos de PP). A matriz textual foi produzida coletivamente pelos participantes do curso de publicidade e propaganda em sala, e encaminhada ao professor do outro curso para que o mesmo procedesse a divisão das tarefas, as produções das cenas. Assim como a decupagem, a decisão de produção por cena ou da totalidade das cenas ficou livre para decisão do próprio professor.

O anunciante deste audiovisual publicitário é uma empresa que atua no ramo de segurança com banco de dados, onde lojistas realizam as verificações da situação da pessoa física em momentos de compra; assim, a matriz textual deveria traduzir esta situação na sua narrativa.

A sinopse desenvolvida pelo grupo:

SINOPSE:	
O filme mostra em Plano Geral Aberto o calçadão (de uma grande avenida comercial), com pessoas andando normalmente, em um dia comum, está de dia, no meio da tarde, e existem valores de saldo bancário em cima da cabeça de cada pessoa. Corta para uma loja qualquer, e aparece o momento em que uma mulher com aparência consumista está passando seu cartão de crédito (plano médio). O cartão é rejeitado, a mulher fica (aparenta) surpresa e indignação, então ela saca seu talão de cheques, preenche uma folha e entrega para a vendedora. Neste momento seu saldo bancário aparece negativo com números vermelhos sobre a sua cabeça. A imagem é cortada e entra o texto sobre a segurança que a Autofax proporciona com a verificação de cheques. (SIC)	

Abaixo as cenas decupadas pelo próprio coletivo;

Item	Descrição da Cena
1	Cenas gerais de transeuntes, pessoas caminhando
2	Mulher pagando a compra com o cartão (não é obrigatório ou necessário que mostre o produto)
3	Mostra Cartão recusado, rejeitado, ou algum problema que impeça a transação
4	Indignação da compradora
5	Compradora pegando o talão e cheques
6	Preenchimento do talão (o valor pode ser qualquer, tbm fica livre a composição imagética e situacional)
7	Entrega do cheque para a vendedora (A vendedora pode aparecer ou não – livre escolha)
8	Plano frontal ou de costas da compradora. A situação deve mostrar a finalização da transação, neste plano será aplicado em GC os números sobre a cabeça dela.

Pudemos evidenciar aqui que a não observação clara das condições de entrega do material, quanto ao formato e duração pode redundar em materiais demasiadamente extensos para decupagem, embora também o contrário não seja desejável. Alguns grupos geraram materiais displicentemente captados, tendo em um dos casos, no meio do material bruto, entrevistas informais (brincadeiras) com colegas de sala. Contudo, a maior visibilidade incidiu sobre o material utilizado por todos os grupos na montagem, proveniente de um mesmo produtor. Os frames (a) (b) (c), foram extraídos de três produtos diferentes, utilizados praticamente nas mesmas sequências.



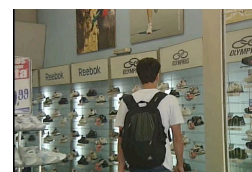
Frame (a)



Frame (b)



Frame (c)



Frame (d)

Este resultado não comprova que o escolhido era a melhor opção, mas que na realidade não haviam outras opções em acordo ou coerência com a matriz textual. Uma atenção extra deve ser dada à captação de marcas junto à cena registrada (frame d), uma vez que na maioria das vezes não é conveniente a menção de marcas em produções audiovisuais de outras.

A escassez de bons resultados apenas indicam novamente a necessidade de observação no valor de troca para que a relação expectativa/resultados não seja negativa. Ainda, o sistema de registro por *Tape* implica necessariamente em deslocamento físico, tanto do material bruto gerado, como dos grupos que farão a montagem do produto final. Neste caso optou-se pelo método de centralização dos *Tapes* no laboratório de tv, principalmente por conta da infra-estrutura institucional. Este método implica numa logística mais burocrática e exige responsabilidade por parte de quem retirar o material bruto para decupagem ou digitalização.

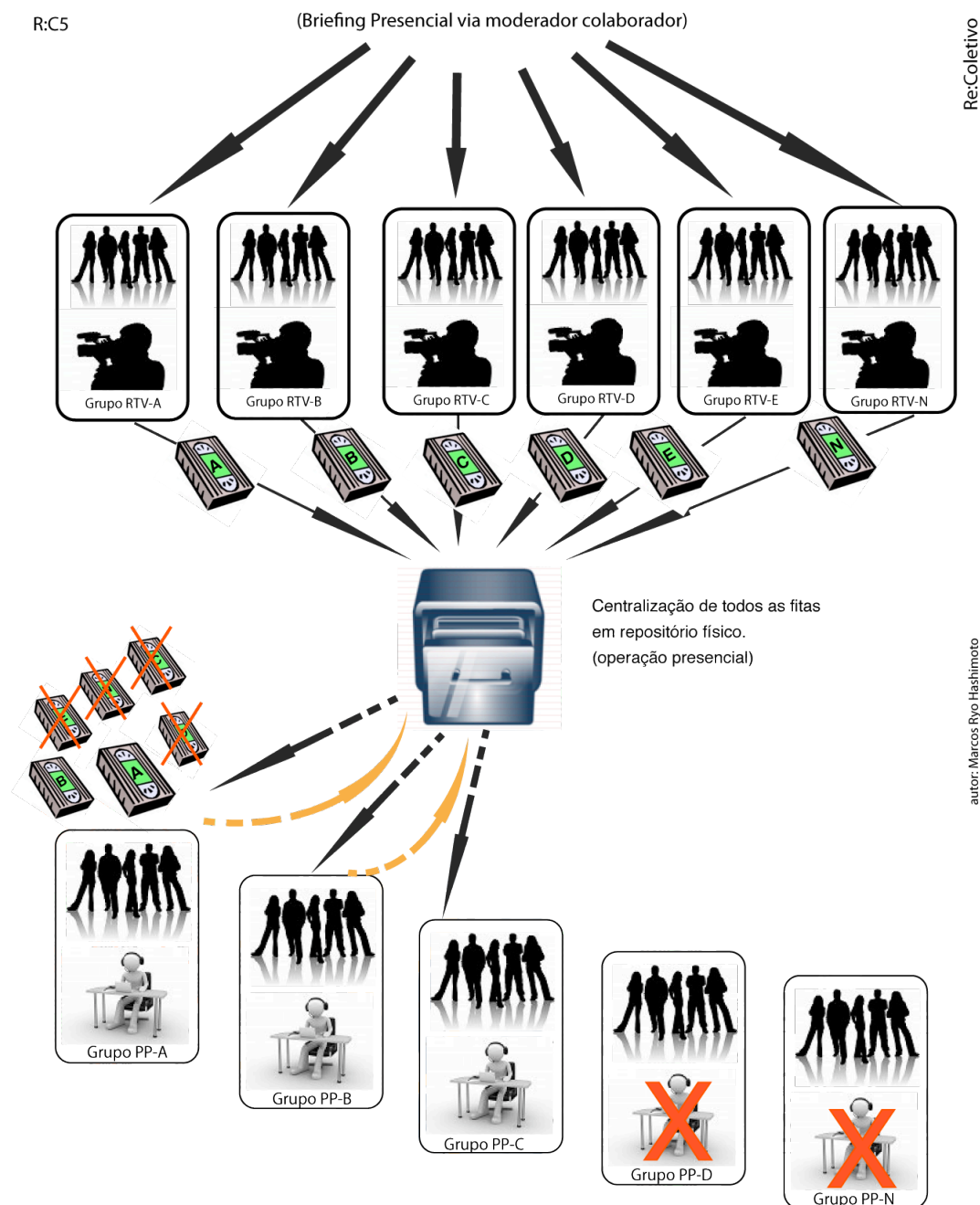


Figura 12: Diagrama dos resultados de participação em R:C5.

O diagrama anterior mostra como a retenção do material bruto (*tapes*) pode travar os próximos grupos. Qualquer grupo que retenha o material bruto, conforme identificado no diagrama pelo grupo PP-C, resulta em prejuízo para os demais (PP-D e PP-N), portanto reforçamos aqui a necessidade do processo de decupagem, de uma pré-seleção do material por parte do produtor participante, e seu posterior compartilhamento por meio digital *online*, modalidade em que não há escassez e sim multiplicação.

Esta observação a primeira vista pode parecer desnecessária uma vez que caminhamos para o conceito *tapeless* de produção, não obstante, ainda devemos ter por alguns anos as câmeras com sistema de registro em *tape*.

Os projetos R:C6 e R:C7, embora aparentemente possuam uma estrutura metodológica similar ao R:C5, diferenciam-se deste especificamente pelo método de distribuição das tarefas. Nestes projetos experimentou-se a produção dos audiovisuais publicitários a partir de uma matriz textual extraída de um comercial⁵ real, veiculado. A escolha do filme referência foi feita pelo próprio moderador dos grupos, no caso o autor deste trabalho. A partir da transcrição do texto de locução realizou-se um trabalho coletivo de decupagem das cenas, que resultou em diferentes unidades cênicas em cada *cluster* de produção.

No projeto R:C7 todos os agentes participantes, interagindo mutuamente com as diversas sugestões, puderam escolher a melhor proposta de decupagem para cada uma das cenas. A decupagem resultou em um total de cinco unidades sintagmáticas, ou cênicas. No caso do projeto R:C6 a decupagem colaborativa não ocorreu da maneira planejada. Pretendia-se uma participação *online*, por meio do grupo de rede criado na plataforma *Ning*. O fator determinante para abortagem desta etapa, e a assunção do moderador, foi o curto prazo de uma semana para os indivíduos se increverem no grupo e colaborarem com suas decupagens, associada à pouca familiaridade destes com a ferramenta; portanto, a decupagem foi conduzida de forma coletiva na presença do moderador, resultando em um total de nove unidades cênicas, onde por meio de sorteio presencial cada grupo foi contemplado com duas cenas cada como tarefa para execução.

A proposta de produção definiu que cada grupo do Experimental R:C7 tinha como objetivo produzir apenas uma cena dentre as cinco decupadas.

⁵. Escolhemos o filme “*Me olha, me olha de novo*” da campanha de Seda por esta apresentar uma estrutura sintagmática favorável ao projeto. Peça disponível em <<http://zapt.in/Mhn>>

Neste projeto, ao contrário do resultado negativo do R:C6, tivemos êxito no atendimento não presencial e assíncrono pelo blog do grupo criado também na plataforma *Ning*.

Cenas	Decupagem projeto R:C6	Decupagem projeto R:C7
1	Apaixonar-se é fácil, qualquer um se apaixona.	M: Apaixonar-se é fácil, qualquer um se apaixona. O que é realmente difícil é reapaixonar-se
2	O que é realmente difícil é reapaixonar-se,	H: Redescobrir-se numa manhã sem que nada tenha acontecido
3	Redescobrir-se numa manhã sem que nada especial tenha acontecido.	M: Cada mulher tem uma forma de conseguir H: Conseguir ser vista apesar do caderno esportivo do domingo H: Dos filmes de ação
4	Cada mulher tem uma forma de conseguir;	M: Transformar uma briga numa risada
5	conseguir ser vista apesar do caderno esportivo do domingo,	M:E provocar um... H: ...Ai que linda é a mulher com que eu durmo todas as noites
6	Dos filmes de ação,	M: Todas temos uma forma diferente de conseguir... <i>(a partir daqui a cada grupo foi orientado a complementar e finalizar o texto, adaptando-o à uma mensagem publicitária de um produto que julgassem adequado) (*)</i>
7	Transformar uma briga numa risada,	
8	e provocar um... Ai que linda é a mulher com que eu durmo todas as noites.	
9	Todas temos uma forma diferente de conseguir... <i>(a partir daqui a cada grupo foi orientado a complementar e finalizar o texto, adaptando-o à uma mensagem publicitária de um produto que julgassem adequado) (*)</i>	<i>(*) Compõe um dos parâmetros de avaliação no exercício de criação publicitária da disciplina.</i>

Tabela 9: Diferentes decupagens a partir de mesma matriz verbal.

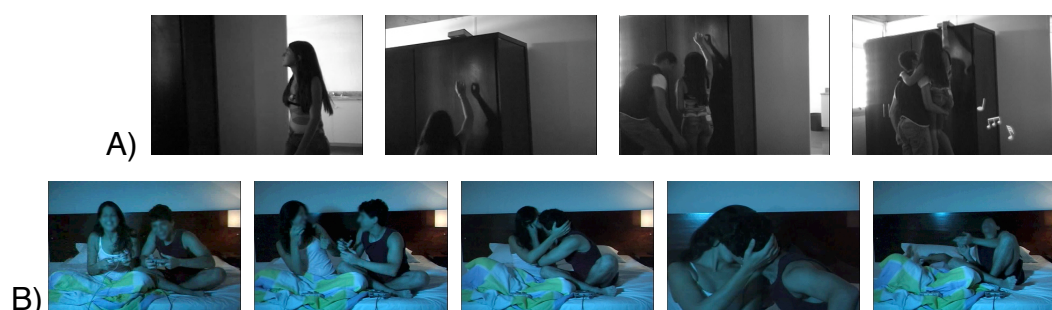
Para contemplar o exercício de criatividade, extraiu-se o texto final que apresentava a assinatura do produto anunciado na matriz textual dos projetos, não houve um produto/serviço inicialmente pré-definido como anunciante; desta forma foi exigida de cada grupo mais uma etapa de criação após a etapa de captação das imagens, embora esta etapa não pertença ao escopo de pesquisa.

A distribuição do briefing técnico de produção ocorreu de forma presencial, com atendimentos complementares não-presenciais assíncronos. A tabela abaixo apresenta os mecanismos utilizados na etapa de distribuição das tarefas e acompanhamento:

Orientação Presencial sem auxílio de recursos audiovisuais	Orientação Presencial com auxílio de recursos audiovisuais (Data show)	Correio Eletrônico	Rede Social interconectada (Ning)
R:C6, R:C7	R:C6, R:C7	R:C6, R:C7	R:C6, R:C7

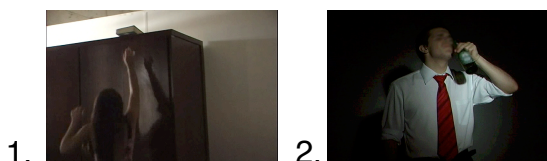
Tabela 10: Mecanismos de comunicação nos coletivos R:C6 e R:C7.

O grupos do projeto R:C6 tiveram a liberdade de escolher o recurso maquínico que melhor lhes conviessem para a produção das imagens, sendo os grupos do projeto R:C7 orientados a necessariamente utilizar o auxílio técnico laboratorial; excetuando-se apenas 1 grupo, todos buscaram auxílio técnico humano das respectivas IES. Quanto às locações, os grupos do projeto R:C6 ficaram restritos aos limites físicos da IES por conta do regimento interno de uso dos recursos. O mesmo ocorrendo com o R:C7, mas neste caso por conta do briefing técnico contemplar a utilização dos estúdios da IES. Produziram em média 18 minutos de material bruto cada, chegando ao exagero de 37 minutos em um dos casos observados. Por conta da própria falta de familiaridade com a linguagem, todos os sete grupos do R:C6 apresentaram dificuldade em sintetizar a sua unidade sintagmática no espaço temporal delimitado pela matriz verbal. Observamos recorrentemente a execução das cenas em formato de longos *takes* ou planos-sequência (e.g. sequências A e B), fato que provocou certo conflito de interpretação a alguns grupos na etapa de pós-produção.



Em quatro das sete produções finalizadas, cenas produzidas para corresponder a uma determinada posição na estrutura narrativa foram utilizados em outras, sendo as mais *nonsense* os casos em que as cenas 1 –

garota tentando alcançar um livro, e 2 – rapaz levando uma *long neck* à boca, foram utilizadas sobre o off: “apaixonar-se é fácil, qualquer um se apaixona”;



Os grupos do projeto R:C7 por sua vez conseguiram executar suas imagens na relação média de 8:1, ou seja, oito takes por cena ou plano, redundando em aproximadamente 5 minutos de material bruto por grupo. Embora as unidades sintagmáticas na matriz verbal do primeiro projeto seja menor que as da segunda, a discrepância entre os tempos anotados nos materiais brutos é decorrente da orientação presencial do moderador no set de gravação.

Alguns frames do material bruto do projeto R:C7



Em relação ao compartilhamento e recuperação dos arquivos, inicialmente a proposta visava a centralização do material gravado pelos grupos num repositório central *online*, onde cada grupo deveria postar o seu material, entretanto a infra-estrutura laboratorial que atendeu aos grupos do projeto R:C6 não possuía recursos máqunicos e recuros humanos suficientes para a execução em tempo hábil das tarefas de decupagem, digitalização, e *upload*, mesmo tendo acessibilidade à banda “larga” disponibilizada.

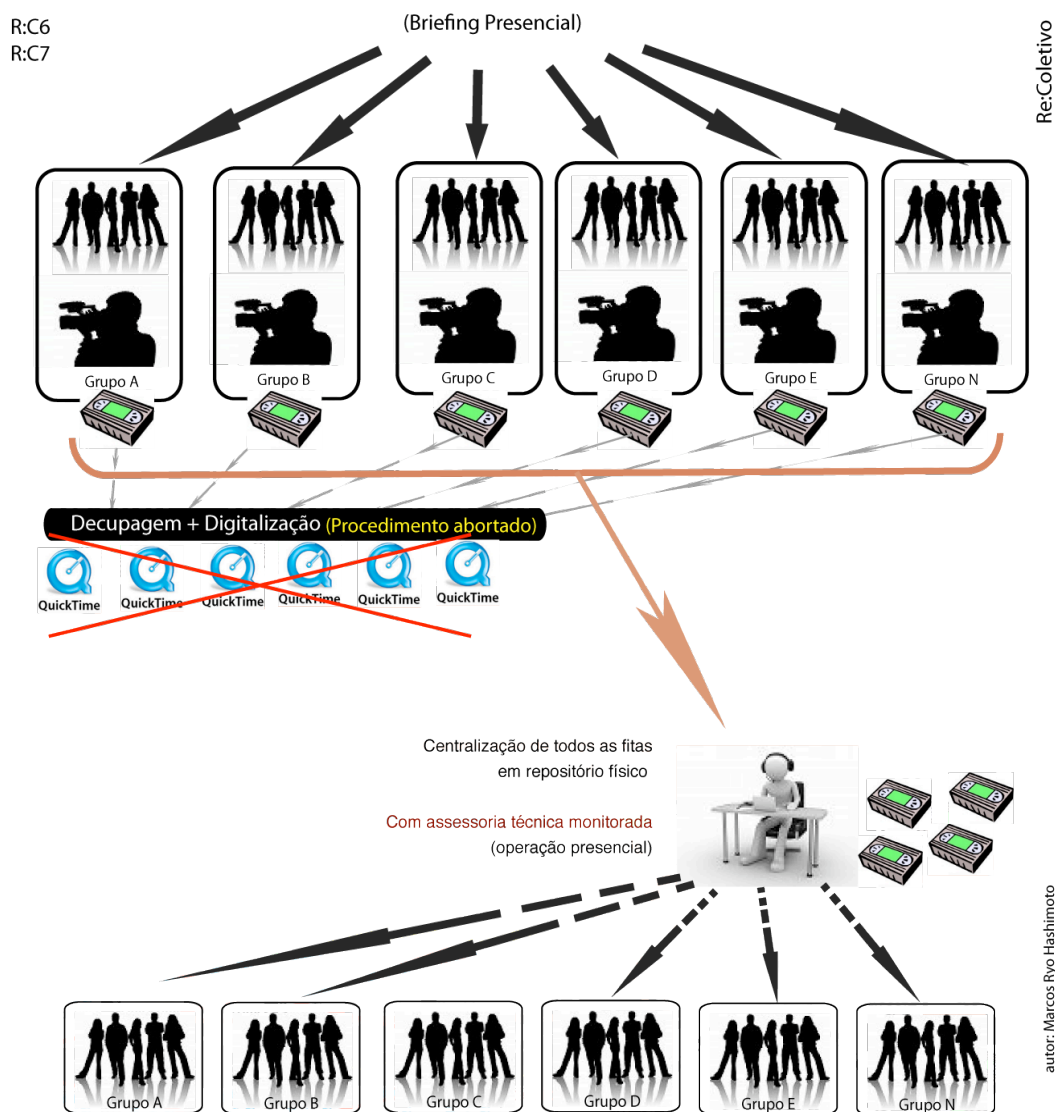


Figura 13: Diagrama dos resultados de participação em R:C6 e R:C7.

No caso do projeto R:C7 o procedimento de decupagem, captura (digitalização⁶) e *Upload*, também foi abortado por falta de disponibilidade⁷ da infra-estrutura laboratorial.

⁶. Embora a matriz já esteja codificada digitalmente, aqui nos referimos ao procedimento de transferência do material registrado na fita para o sistema de edição digital.

⁷. Insuficiência de recursos máqunicos e humanos no laboratório.

Os projetos R:C6 e R:C7 falharam quanto ao procedimento de compartilhamento online; constatamos aqui que o prazo disponibilizado foi o elemento determinante para a revisão do procedimento de compartilhamento do material bruto, entretanto vale observar que a demanda pelo recurso técnico foi superior à capacidade operacional dos laboratórios, condição diferenciada entre os produtores independentes. Outra observação de relevância, mas não de sério comprometimento ao projeto, remete ao uso de plataformas, que não sendo verdadeiramente públicas, submete o usuário a alguns riscos como o encerramento da modalidade gratuita dos seus serviços.



Figura 14: Interface do canal de comunicação criado para o projeto R:C7...



Figura15: ... e a comunicação proponente da nova diretriz comercial.

Embora a plataforma *Ning* tenha encerrado a modalidade gratuita, foi dado ao usuário um tempo razoável para a decisão de adesão, bem como a oportunidade de recolher todo o material nele inserido.

Para o projeto R:C8 inicialmente utilizamos um método diferente para a estruturação da base projetual, ou seja, do eixo que delimita a produção das imagens. Neste projeto experimentamos a proposta de construção das imagens a partir do que chamamos aqui de situação-conceito, sem uma matriz narrativa textual, a saber: a partir da definição de uma determinada situação casual qualquer, pede-se aos grupos que criem uma unidade cênica. Cabendo à proposta qualquer exigência técnica, observadas as condições da tabela 4, da seção 3.4.

Assim, a partir da definição de uma situação-conceito foi atribuída a cada equipe a tarefa de produção de 2 cenas com até 8 segundos de duração cada; no caso do projeto R:C8 a situação-conceito pedia cenas que apresentassem qualquer forma de emoção num relacionamento entre casais.

Constatou-se que a liberdade de concepção por meio de situações-conceito oferece ao produtor realizador maiores possibilidades de adaptação às suas respectivas possibilidades executivas.

De seis grupos apenas um produziu as imagens com recursos próprios, por meio de câmera digital fotográfica, portanto não tivemos acesso à análise deste material bruto. Os outros cinco grupos do *cluster* recorreram à assessoria técnica institucional, cujo suporte de registro é do tipo *Tape*; embora não tenha havido o acompanhamento presencial do moderador durante as gravações, a análise do material bruto gerado por estes grupos revelou a média aproximada de 4 minutos de material por grupo. Notamos neste caso melhor definição na construção das cenas. Acreditamos que a construção do sintagma visual tenha sido facilitada pelo formato temático da proposta. Mas um ponto fundamental neste projeto especificamente, que também contribuiu com a definição das ações no conteúdo cênico, foi a restrição temporal dos arquivos decupados, no caso limitados a 8 segundos cada unidade sintagmática, o que levou os grupos a decuparem cronometrando cada uma das cenas.

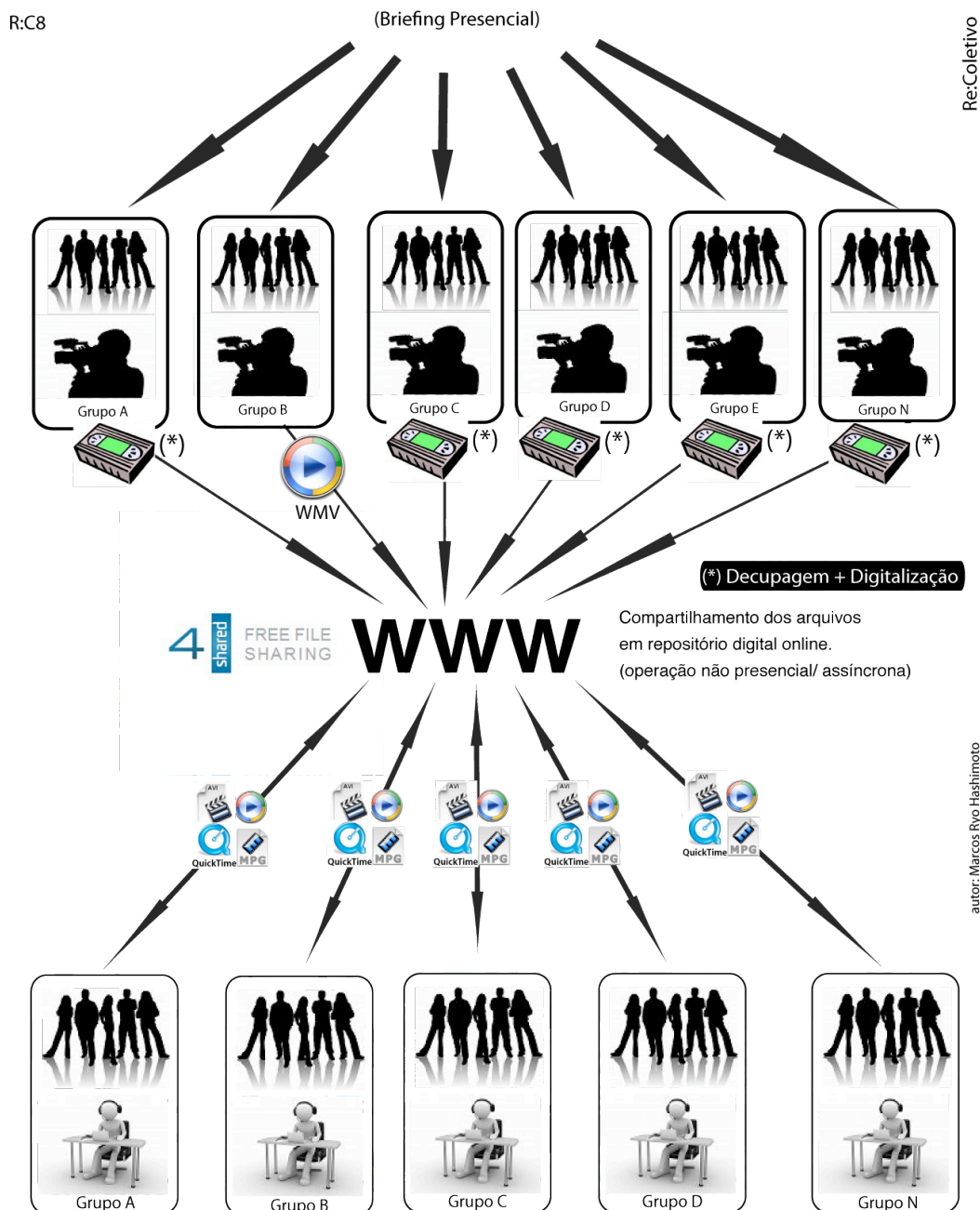


Figura16: Diagrama dos resultados de participação em R:C8.

Observamos 100% de aproveitamento, do método no projeto R:C8, uma vez que todos os grupos conseguiram postar seus arquivos dentro do limite temporal estabelecido. O sistema *4shared* se mostrou perfeitamente positivo para o armazenamento e compartilhamento de arquivos de vídeo.

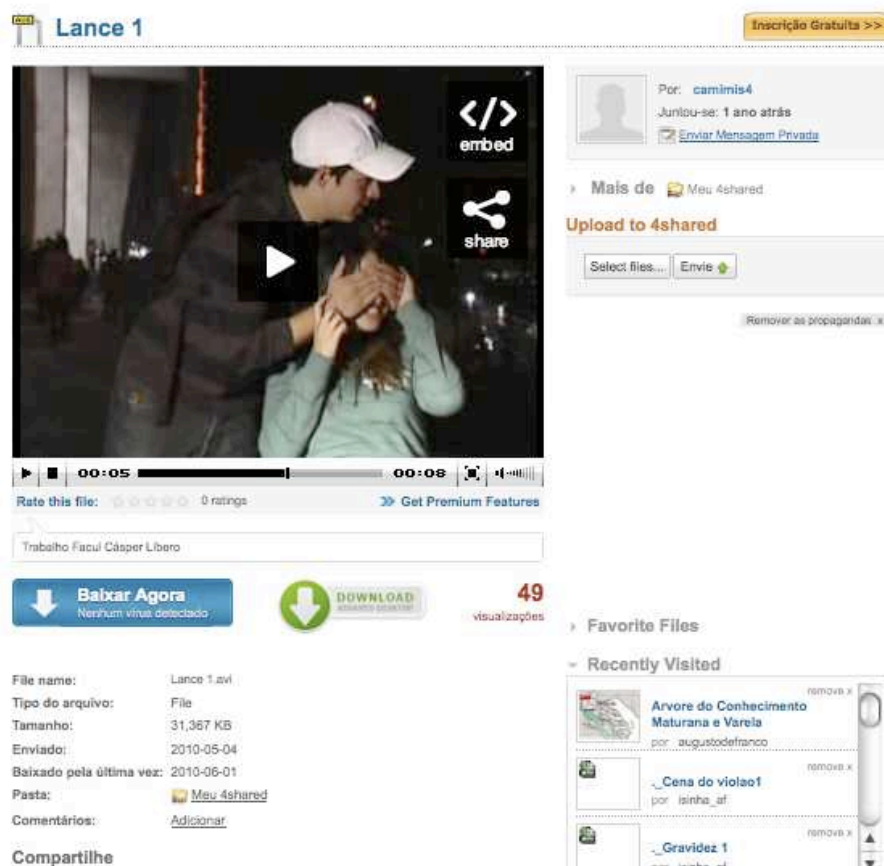


Figura 17: Print da interface de download do repositório online.

Para viabilizar a recuperação dos arquivos de todos os produtores após o procedimento de *upload*, os grupos foram orientados a encaminhar as respectivas URLs a um endereço eletrônico central, no caso o do administrador/moderador do projeto, que por sua vez as redistribuiu a cada um dos grupos por este mesmo canal de comunicação.

Ficou claro que em projetos que contemplem a centralização de dados em repositórios *online*, há a necessidade de estabelecer com rigor os padrões a serem utilizados pelos produtores, considerando principalmente o trabalho daquele que prosseguirá a etapa posterior, o montador e seu recurso maquínico. Observamos que um dos grupos participantes “entregou” o arquivo fechado num padrão de compactação do tipo .RAR, embora não seja tarefa hercúlea descompactá-lo, pode ser que outro tipo de compactador menos difundido entre os produtores dificulte ou até mesmo inviabilize a utilização do material.

Pudemos experimentar os mecanismos de comunicação e assessoria *online* nos projetos R:C6 e R:C7, contudo, a forma de acesso fechada a não-membros gerou grande dificuldade com os grupos de um dos clusters, a principal dificuldade apresentada foi no procedimento de registro de seus membros no sistema; dessarte, para o projeto R:C9 optamos em experimentar outra plataforma (wordpress), deixando o sistema aberto, sem a necessidade de registro para acesso à proposta e colaboração. Não colocaremos o diagrama deste projeto, pois nele não realizamos o processo de divisão dos arquivos, apenas o teste de comunicação *online* assíncrono e não-presencial.



Figura 18: Interface do blog criado para o projeto R:C9.

O gráfico seguinte nos mostra os números de consultas ao canal de comunicação *online* no decorrer da vigência do projeto. Considerando que foram quarenta e quatro membros, totalizando sete grupos no *cluster*, acreditamos ter sido positivo o resultado do acompanhamento *online* entre participantes e administrador.

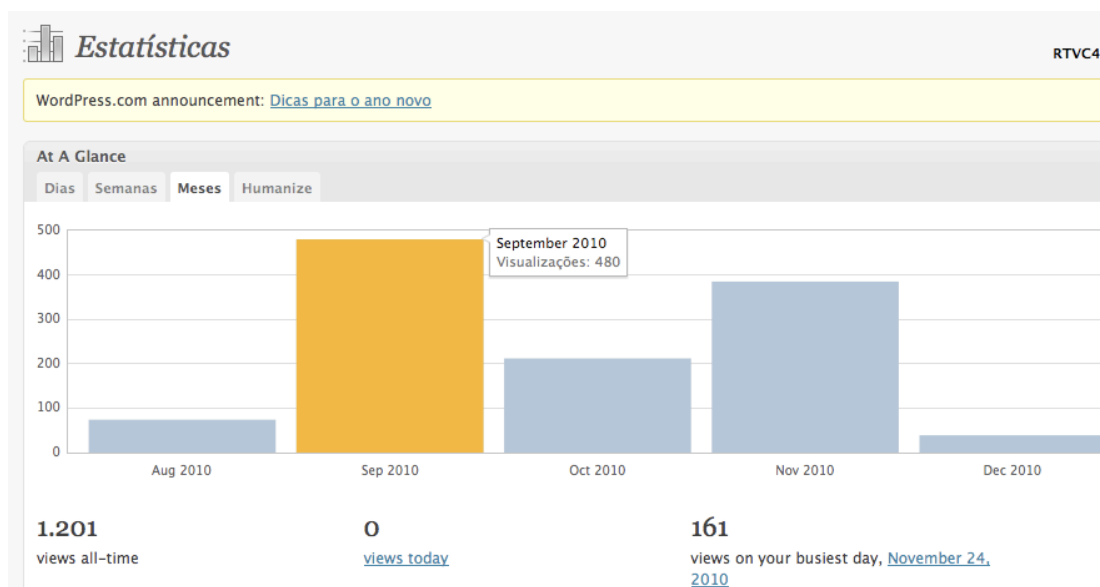


Figura 19: Print do gráfico de visualizações do blog criado para o coletivo R:C9.

Os próximos *prints* mostram alguns dos *posts* gerados durante o processo de execução das tarefas.



Leandro [permalink](#)

Professor tenho uma dúvida, para o Inter posso gravar um testemunhal fora da faculdade ? mini gravação está marcada para o dia 14, o que posso fazer ?

Abraço.

[Responder](#)

[Editar](#)



proryo [permalink](#)

Oi Leandro, pode gravar fora, mas você precisa me apresentar o roteiro antes. Abs.

[Responder](#)

[Editar](#)



leonardo [permalink](#)

Ryo, no Megaupload, estou com problemas e não consigo enviar o arquivo do vídeo. Desde de ontem a tarde estou tentando...Pode ser algum outro servidor de armazenamento?

[Responder](#)

[Editar](#)



proryo [permalink](#)

Pode sim Leo,
abs

[Responder](#)

[Editar](#)



leonardo [permalink](#)

BLZ! Vlw Ryo! Logo mais a tarde postarei os dois links nos resultados. Abs.



Wellington Oliveira [permalink](#)

Professor, estou desde o começo da noite tentando enviar os videos, mas estou tendo dificuldade, no vimeo carrega uns 80% e trava, ja no megaupload não passa dos 18%.
Resolvi avisar sobre o atraso, pois ja são 01:36 e ainda não consegui postar.
Nesse exato momento estou com 36% (76.09mb de 207.34mb) no Vimeo.
Vou passar a madrugada tentando posta-los, espero conseguir, e também que algumas horas de atraso o senhor possa relevar.

Att,
Wellington Oliveira.
Soul AdX

[Responder](#)

Wellington Oliveira permalink

Professor Ryo, finalmente o upload funcionou, segue os links:

1. Soul AdX
2. <http://www.vimeo.com/15384368>
3. <http://www.megaupload.com/?d=BKTCXV3G>

Responder

Editar

Rafael Stella permalink

Ryo, vou postar novamente. Não tinha postado no lugar correto

1. Insight
2. <http://www.megaupload.com/?d=B9OUYRUE>
3. <http://www.vimeo.com/15382569>

leticiatog permalink

Ryo,

seguem:

- 1 – Brainstorm
- 2 – <http://www.vimeo.com/15580244>
- 3 – <http://www.megaupload.com/?d=XZ1TIA8C>

Obrigada pela compreensão do ocorrido durante as gravações.

Abs,

Brainstorm

Com uma atenção ao megaupload, que em alguns casos (minoria) dificultou o processo de *upload*, temos como positiva a participação dos membros na plataforma wordpress, portanto optamos em manter o mesmo método para os projetos R:C10 e R:C11.

O projeto R:C10 contou com quarenta e cinco membros, subdivididos em seis grupos, e o R:C11 com dezesseis membros, totalizando quatro grupos. Estes dois projetos reuniram o máximo de situações experimentadas nos projetos anteriores; foi elaborada a proposta de produção, que por sua vez foi publicada no blog do coletivo, o canal de comunicação *online*. Utilizou-se o método de armazenamento e compartilhamento *online*, inclusive para a publicação dos resultados das obras finalizadas.

A assessoria e acompanhamento do processo ocorreu de maneira não-presencial assíncrona pelo blog.

Para o processo de armazenamento encontramos diversas soluções gratuitas, mas decidimos continuar com o sistema utilizado no projeto R:C9, o site megaupload por ter uma interface de simples operação, e também para verificarmos se haveria o mesmo tipo de ocorrências com outros grupos, apenas acrescentamos em caráter experimental o sistema do site pando.com.

Finalmente, ampliando o grau de dificuldade na construção dos sintagmas, observamos por meio dos experimentos R:C10 e R:C11, o processo de produção sob a exigência de um texto nas falas dos atores. O fluxo de trabalho em ambos os projetos foi similar, tendo como diferencial apenas a proposta de construção da unidade sintagmática. O diagrama abaixo mostra como foi o fluxo de tarefas nas etapas de geração do material, passando pela centralização, compartilhamento, e recuperação dos arquivos;

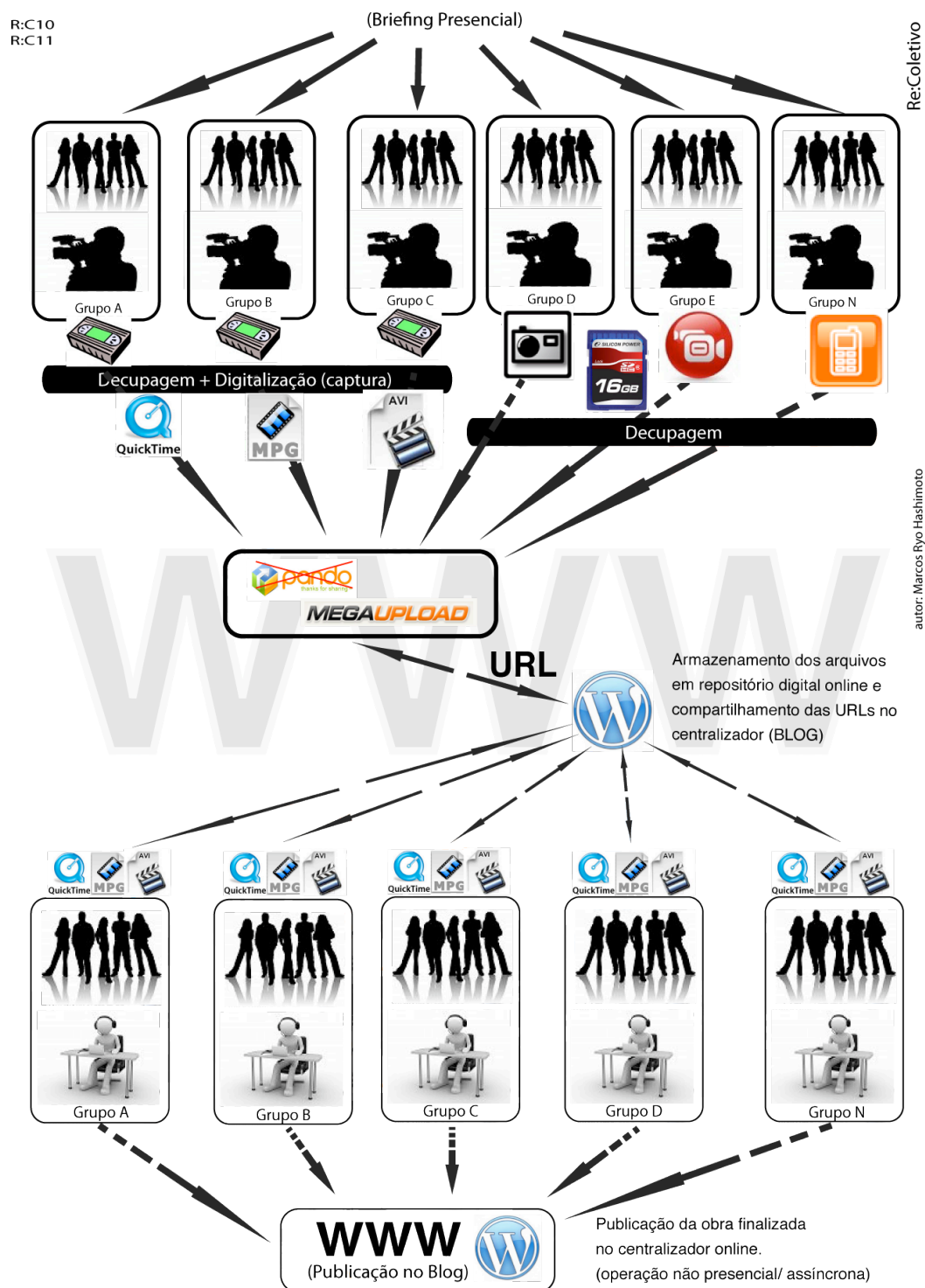


Figura 20: Diagrama dos resultados de participação em R:C10 e R:C11.

Para o coletivo R:C10 utilizamos como matriz textual a letra da canção do filme publicitário produzido em 1994 para a marca de motocicletas Honda⁸. Neste projeto cada grupo poderia produzir os elementos cênicos como quisessem, bem como a melodia, reservando a obrigatoriedade somente à fidelidade textual da matriz.



<http://blogcitario.blog.br/2010/08/sessao-nostalgia-gordinho-da-honda>

Matriz Textual R:C10 – Base: Filme “Monotonia”		
Cliente Honda Criação DM9 Direção Nizan Guanaes		
1	Ator de camiseta preta lisa (sem estampa) plano médio. Fundo infinito preto. <i>Obs: Não é obrigatória a fidelidade da produção das cenas com o original. Apenas o texto deste item.</i>	Ator: “Eu acordei Tirei meu pijama Fui pra minha cama E depois dormi Aí eu fui tomar café E deitei na cama Peguei o meu pijama Eu já fui logo pra cama lê lê! Eu já fui pra minha cama Na cama com pijama”
2	Assinatura	Loc Off: “A vida tem que ser mais do que isso.”

A quantificação do material bruto foi determinada em apenas uma unidade por grupo, ou tantas quantas fossem necessárias para obtenção do texto total.

⁸. Este filme intitulado originalmente “monotonia”, criado pela agência DM9 sob a direção de Nizan Guanaes, se tornou um clássico da propaganda e teve o seu protagonista, o ator Paulo Sérgio Berti, passando a ser conhecido popularmente como “o Gordinho da Honda”. Cf. <http://ccsp.com.br/anuarios/pop_videos.php?id=1519>

Em caráter de orientação técnica, foi sugerido aos grupos a utilização de formatos⁹ específicos no processo de compartilhamento: formato .MOV com codificadores .H264 ou mpg4, e .AVI codificado em Divx a 30fps na janela *standard* de 720X480 pixels.

Como esperado, houve variação nos formatos, sendo principalmente ocasionadas em decorrência do tipo de recurso de captação utilizado; aqueles que disponibilizaram os materiais brutos extraídos diretamente dos seus dispositivos de captação, seja com registro em mídia ótica ou outra forma de armazenamento digital;

Qtde	Formato	Origem
1	MPEG-2 720X480 px	Camcorder
1	MPEG-1 muxed 640X480 px	Camcorder
1	AVI – xvid 320X240 px	Camcorder

Tabela 11: Variações de formatos resultantes dos materiais brutos em R:C10.

Em geral estes formatos caracterizam origens em cameras digitais com sistema de armazenamento em memória interna ou flashcard. Na seção seguinte veremos um pouco melhor estas nomenclaturas, entretanto o foco de nossa observação aqui é a conclusão do processo; então, dos sete grupos participantes, apenas um não compreendeu o *briefing* elaborado na proposta do projeto, inutilizando assim o seu material produzido. Embora toda a documentação tivesse sido disponibilizada no canal de comunicação *online*, além da possibilidade da assessoria presencial, a falha foi a não observação nas exigências de realização do material, alterou-se completamente a letra mantendo a melodia. Em tempo, este “erro” não traduz incapacidade de produção, em nível de criação publicitária até seria mais interessante outras versões textuais sobre a melodia original, entretanto para esta etapa do trabalho o grupo não atendeu ao propósito da tarefa. Um outro grupo não concluiu a obra final por motivos pessoais.

⁹ Optou-se por estes formatos pelo seu grau de difusão nas estações de edição, de modo a não dificultar os processos de compartilhamento e manipulação dos materiais, e pela boa relação entre tamanho de arquivo e fidelidade qualitativa no material manipulado.

Tivemos 100% de participação na produção do material bruto audiovisual, e igualmente o compartilhamento dos arquivos por meio completamente assíncrono não-presencial.

O coletivo R:C11 teve como ponto de partida um levantamento coletivo, de forma presencial, para determinar o perfil do ator para a produção de peças publicitárias para um determinado anunciante do segmento de moda jovem.

A tabela seguinte apresenta a decupagem sugerida pelos próprios participantes;

Coletivo R:C11 Decupagem de personagem Anunciante: Gorilla Blue	
Item	Descrição
Ator	Garoto jovem – entre 12 a 18 anos
Cabelo	Tipo/estilo “Restart” , “Fiuk”
Óculos	Óculos Coloridos, Estilo Retrô
Camiseta	Camiseta gola em “V”, na cor Azul Claro (Ciano), com estampa bem colorida, fluorescente
Calça	Calça agarrada tipo skinning, na cor Laranja
Tenis	Branco com cadarços bem coloridos;
Acessórios	Pulseiras e Colares coloridos (de contas, dadinhos, etc)

Tabela 12: Decupagem coletiva do perfil do personagem para o coletivo R:C11.

Definido o perfil do personagem foi elaborada proposta projetual com o passo-a-passo para a orientação dos grupos, conforme a tabela abaixo:

Coletivo R:C11 – Proposta Projetual (Briefing Técnico)
Proposta: Elaborar um filme publicitário para o anunciante Gorilla Blue seguindo o briefing técnico abaixo:
1. Cada grupo deverá elaborar uma cena que contenha um ator em qualquer contexto situacional. 2. Na cena este ator deverá ser mostrado falando tal qual os jovens adolescentes (12 a 18 anos) públicos de interesse da marca. Vale inclusive os trejeitos e cacoetes; a ideia é justamente reforçar <u>o estereótipo deste público</u>. 3. Cenário: não é fator de relevância fundamental, vale qualquer lugar e contexto.

Guia de orientação - Passo-a-Passo

Etapa	
1	Fala/Texto: Criação de uma fala para o ator/personagem. O texto deve conter palavras e expressões que mostrem bem o estereótipo deste público. Palavras e expressões como: Família (família isso, família aquilo,...), Puta falta de sacanagem, Twitter, devem obrigatoriamente constar na fala. Outras podem ser utilizadas.
2	Duração da cena: Deve ter aproximadamente entre 5 a 8 segundos, portanto quando crie situações/textos com esta duração aproximada)
3	Decupagem do material bruto para seleção do melhor take/tomada.
4	Captura/digitalização do melhor take, e postagem no site de compartilhamento http://www.megaupload.com
5	Postar o link no blog (na página indicada)
6	Prazo 1: Após 27/outubro, baixar todos os arquivos postados pelos grupos e elaborar a estrutura final do seu filme; incluindo locução, texto de assinatura, e pack-shot.
7	Edição – No dia da edição já devem estar produzidos o roteiro, a locução, o pack-shot, algumas ideias de trilha (música)
8	Finalização e postagem do vídeo: no Vimeo.com e no Megaupload.com
9	Prazo 2 – Entrega Final: Entrega online do vídeo Postado no Vimeo.com e no Megaupload.com . Data limite: 10/novembro. Vale a data da postagem. <i>Depois de efetuar o upload, checar se está tudo bem com o arquivo, se está inteiro ou se não está corrompido. Para testar assista no Vimeo e faça o download no Megaupload.</i>

Tabela 13: Proposta projetual do coletivo R:C11.

A tabela apresenta diferenciação nas células dos itens 6 em diante, para lembrar que numa ação mercadológica tais etapas não são de atribuição do participante, e sim do administrador do projeto, contudo cada grupo no nosso experimento é responsável pelas mesmas em função do objetivo acadêmico.

Em relação ao método, produção, centralização e compartilhamento dos arquivos, tivemos 100% de aproveitamento, apenas tendo como ressalva o não cumprimento do prazo 1 por parte de um dos quatro grupos participantes. O único problema ocorrido na etapa de *upload* não teve relação com o sistema, e sim com a própria organização do grupo. No caso da não observação ao prazo, dentro de uma atividade de caráter acadêmico há a hipótese de atribuição de alguma sanção, dependendo do que o

administrador/tutor acordou com o grupo, entretanto não se aplica a uma ação de marketing. Neste caso basta o não aceite ao material encaminhado fora do prazo. A próxima tabela abaixo mostra como cada Coletivo R:C se comportou nas etapas de centralização e compartilhamento:

Tabela 14: Catalogação e recuperação dos arquivos.

	Assessoria (Tutoria)	Limitação / Quantificação *	Repositório de arquivos **	Up & Down (acesso)	Padrão de Catalogação ***	Formatos ****
R:C1	Mix: On & Off	Sim / Indiv Apenas a produção de 1 documento de decupagem por membro.	On : netgroup (google)	Sem problemas	Identificação simples por nome	.doc
R:C2	Offline	Sim / Indiv Cada membro do grupo deveria produzir 1 arquivo de imagem still e 1 arquivo de vídeo	Off: <i>Centralizado no computador do administrador</i>	NA	Identificação simples por nome e nº de matrícula.	mpg, mov, wmv, avi, mp4, 3g2
R:C3	Offline	Não / Grupo Os grupos tiveram total liberdade para gerar a quantidade de cenas que julgassem adequada.	Off: Centralizado no laboratório da IES	NA	Formato origem em matriz digital linear (Fita).	mov, avi
R:C4	Offline				Identificação por retransmissão simples no estojo da mídia.	
R:C5	Offline				Idem ao R:C5	.mov
R:C6	Mix: On & Off	Sim / Grupo Cada grupo deveria produzir as suas cenas balizadas pelo tempo de locução estabelecido na matriz textual.	On: Idealizado para compartilhar de modo online, foi abortado por razões alheias ao controle. Off: Centralizado no lab da IES	Upload e Download possíveis, mas limitados pela (lm)potência de conexão.	Idem ao R:C5	
R:C7	Mix: On & Off	Sim / Grupo Idem ao R:C6	Idem ao R:C6	Não exigido na tarefa	Idem	mov, avi
R:C8	Offline	Sim / Grupo Cada unidade sintagmática limitada a um arquivo de até 8 segundos cada, podendo realizá-las em até 2 planos.	On: <i>4shared.com</i>	Com tempo suficiente os realizadores buscaram seus melhores meios de acesso à rede externa.	Identificação por nome da cena e do grupo no próprio Arquivo.	avi, wmv
R:C9	Mix: On & Off	NA (não se aplica)	On: megaupload.com (compartilhamento de arquivo) vimeo.com (comp. vídeo)	Alguns aproveitaram o acesso próprio e outros a da IES.	Idem ao R:C8	NA
R:C10	Mix: On & Off	Sim / Grupo Cada grupo deveria produzir sua cena audiovisual balizada pelo texto e por tempo limite estabelecido.	On: Idem ao R:C9	Acesso próprio e pela IES.	Arquivo com nome simples e link de acesso com nome do grupo e URL	mov, avi, mpg
R:C11	Mix: On & Off	Sim / Grupo Produção de 1 cena audiovisual limitado em 5 a 8 segundos	On: Idem	Acesso pela IES.	Idem ao R:C10	mov, avi

Legenda:

Distribuição de proposta presencial síncrona

(offline) Embora em alguns casos tenha havido comunicação via e-mail, consideraremos para este item somente o acompanhamento e assessoria pelo canal *Ad hoc*.

(*) Embora limite o potencial exploratório das cenas, a decupagem de cada fita ou dvd, a seleção de apenas uma cena ao invés de várias opções, evita o sobrecarregamento dos canais de acesso à rede, e principalmente otimiza o tempo de utilização dos recursos laboratoriais por grupo na etapa de montagem; entretanto o fator tempo pode ser determinante na utilização do recurso de interconexão.

(**) Repositórios de arquivos online do tipo *4shared*, *megaupload*, *yousendit*, ou *mediafire*, dentre outros, podem ser utilizados como facilitadores no acesso ao material geral, uma vez que não mais é necessário que o realizador montador se desloque fisicamente em busca do material bruto.

(***) Padrões simples, uma vez que o filmes publicitários das propostas deste estudo não prevêem hospedagem de longo prazo, de grandes volumes de materiais em repositórios, tampouco buscas de *stock-shots* de terceiros; portanto não há a necessidade de elaboração de padrões mais complexos de identificação do tipo indexação de metadados, ou inserção de descritores de baixo ou alto nível, tampouco por associações semânticas.

(****) Em alguns casos partimos da premissa de que cada equipe teria a liberdade de utilizar o recurso técnico que melhor lhe conviesse, portanto considerando os diversos formatos possíveis de algoritmos de codificação nativo, definimos que o formato que menos encontraria problemas de chaveamento era o container .MOV com os CODECs DV-NTSC, Sorenson, ou H264 , ou .AVI com os CODECs DV-NTSC, Divx, ou Cinepak. todos com *frame-rate* a 30fps e janela de vídeo standard 720X480 px.

Em relação à aplicação do blog como centralizador de arquivos e canal de comunicação entre as partes pudemos observar uma clara satisfação e aprovação por parte dos participantes. Acreditamos que esta afirmação possa ser validada por meio das respostas que obtivemos através de um questionário¹ *online*, portanto aplicado de forma não-presencial e assíncrona aos membros do coletivo R:C10. Dentre os quarenta e cinco participantes, obtivemos trinta e nove questionários, dos quais trinta e seis válidos. Abaixo algumas das respostas à pergunta: Qual foi a sua impressão quanto a utilidade do blog na disciplina de produção audiovisual? As respostas estão indicadas pela data e horário de preenchimento no site e o número posterior representa a identidade do participante na IES.

1/11/2010 16:19 “Extremamente importante, já que centralizou tudo que dizia respeito ao trabalho num só lugar” 8000391_Andressa.

11/11/2010 18:37 “O blog facilita na orientação de cada trabalho já que apenas com o envio de e-mails as pessoas possuem mais facilidade de perder os documentos” 08000422_Fernanda.

12/11/2010 19:14 “Boa, facilita ter a disposição um blog que mantenha e organize tudo o que fazemos na sala de aula” 08000439_Iris.

12/11/2010 20:13 “Serviu como um guia prático para a realização dos trabalhos” 8000711_Robson.

¹. Os trinta e seis questionários estão disponibilizados na mídia digital que acompanha este volume.

12/11/2010 20:13 “Prático. Não precisar entregar CDs já agiliza o processo” 8000482_Tereza.

12/11/2010 20:21 “Foi importante para reunir informações em um local só” 8000390_Andre.

16/11/2010 11:36 “Muito boa. Fonte segura de informações. ;)” 07000545_Thaisy.

16/11/2010 13:11 “Achei lindo, gostei :)” 08000696_Barbara.

16/11/2010 13:42 “Achei bem didático, mas poderia ter sido usado durante o ano todo, não só no último bimestre” 8000479_Stefany.

17/11/2010 03:11 “Achei muito prático: simples e claro!” 08000409_Daniele.

17/11/2010 18:27 “Muito importante, pois facilita a vida de todos” 08000467_Pedro.

17/11/2010 19:32 “Uma ferramenta muito boa, deve ser utilizado sempre e cada vez mais explorado. Isso auxilia no estreitamento entre aluno e professor e nos permite ter o conteúdo organizado, de fácil acesso e disponível a qualquer momento que necessário (não precisa ficar mandando email pro professor ou representante de sala para enviar novamente, por exemplo)” 08000407_Cinthy.

17/11/2010 21:56 “Importante para criar uma conexão entre o professor e os alunos, e entre os alunos” 08000425_Fernando.

17/11/2010 22:57 “Excepcional. É muito válido que os professores tenham um canal a mais para a comunicação com os alunos. Fica mais fácil para enviar arquivos, ficar ciente do cronograma e enviar dúvidas e/ou sugestões” 08000465_Patricia.

17/11/2010 23:34 “Muito bacana. Conseguimos manter um contato mais próximo e vermos os trabalhos dos nossos colegas” 8000464_Pamela.

17/11/2010 23:56 “Muito boa. Centralizar informações é sempre bem útil e ele é bonito e organizado” 8000445_Jenifer.

Para os nossos experimentos acreditamos que a comunicação vertical apoiada nos canais de comunicação digital foi realizada com sucesso pelos coletivos R:C9, R:C10, e R:C11; além disso, podemos observar nestas declarações um endosso para que consideremos seriamente o processo de centralização, armazenamento, distribuição, e compartilhamento das informações como forma de otimizarmos as relações humanas, hierarquizadas ou não, nas instituições.

3.8 Containeres e *CoDecs*

Quando se tem o controle do recurso maquínico que a equipe de gravação vai utilizar não há muitos contra-tempos durante a execução do processo de manipulação do material bruto, contudo, a variedade de equipamentos e de formatos disponíveis a toda tipologia de usuários torna obrigatório o conhecimento e previsão acerca do arquivo que se receberá. Não pretendemos aqui fazer um inventário de todos os formatos pois não é o foco da seção, e sim dar um panorama do cenário que pudemos observar nos experimentos realizados.

Saudosismo a parte do tempo em que o audiovisual eletrônico possuía dois ou três formatos, o fato é que além da variedade de equipamentos, há também outras formas de registro/armazenamento, como o tradicional cartucho de fita magnética, discos ópticos, cartões de memória *flash*, *hard disks* externos, e também internos. Apesar do sistema de registro em suporte de fita magnética estar com seu tempo de vida útil já se aproximando do final, ainda temos os seguintes formatos comumente encontrados em circulação, quais são: DV, HDV, DVCam¹, e DVCPro, e outras tantas variantes determinadas pelo tipo de suporte de registro, e pelo tipo de compressão aplicado ao material captado pela camera; há sim muitas outras nomenclaturas que não serão inseridas aqui pois o que varia em geral é a eficiência e a capacidade de compressão do material gravado, sendo o codificador em geral pertencente a algum sub-padrão MPEG, ou os pioneiros AVI, e Mov. Formatos ditos abertos como Theora, Dirac, ou Vorbis (áudio) até existem, não obstante, lembremos que ainda os Hardwares neste segmento são proprietários e não os utilizam na captação, o nosso foco de trabalho.

Embora conscientemente o formato não seja na maioria das vezes para o usuário médio o item mais relevante, poderá fazer diferença no momento da manipulação do material durante o processo de edição.

¹. Cf. <<http://www.sony.ca/dvcam/brochures.htm>>

Com tantas siglas disponíveis no mercado de cameras, é possível que o usuário médio se perca na indecisão entre um formato ou outro, não obstante é o conjunto entre as partes moles e duras que entregarão os resultados efetivos. De fato, *hardwares* no campo da captação de imagens ainda são proprietários, já no lado do *software* há desenvolvimento de programas livres; ainda que haja uma considerável movimentação acontecendo em torno do *software* livre na produção audiovisual, optamos em não utilizar *software* livre nos projetos principalmente por conta da infraestrutura laboratorial que serviram aos grupos de trabalho.

Apesar de recorrentemente termos uma confusão conceitual sobre as centenas de nomenclaturas, há uma diferença para o que se chama generalizadamente por CODEC. As vezes se está falando de um Container e não de CODEC e vice-versa, embora na prática não tenhamos relevantes problemas decorrentes. Podemos aqui assumir uma simplificada metáfora, como se Container fosse um carro de transporte e CODEC a arquitetura de armazenamento da carga. Um container pode encapsular variedades de tipos de formatos, tanto de áudio, como de vídeo, inclusive textos (legendas), e metadados.

A difusão, ou preferência pela utilização de um determinado container pode estar relacionada a variáveis como: Popularidade, ou seja, a quantidade de usuários e desenvolvedores que apoiam ou dão suporte ao desenvolvimento do container e aos formatos por ele suportados; o tamanho de arquivo resultante; e capacidade de suporte a formatos com funcionalidades avançadas como compressões em VBR (taxa de bits variáveis), conteúdos avançados como inserção de capítulos, legendas, meta-dados ou tags.

Em tempo, aqui não nos aprofundaremos na especificidade da engenharia dos códigos, pretendemos apresentar os containeres e formatos de vídeo que acreditamos serem comumente utilizados aos tipos de produções audiovisuais que experimentamos nos projetos. Dessarte, observando os aparatos de gravação e *softwares* difundidos no mercado nacional, teremos de um lado uma grande variedade de nomenclaturas

proprietárias dos fabricantes de equipamentos, e do outro uma variedade ainda maior de siglas representando os formatos de áudio e vídeo utilizados nas produções. A próxima tabela nos mostra os containeres mais difundidos entre os realizadores audiovisuais, e outros ainda nem tanto, cada qual com seus respectivos formatos encapsuláveis.

CONTAINER	EXTENSÃO	DESENVOLVEDOR / TITULAR	CODECS DE VIDEO SUPORTADOS	CODECS DE AUDIO SUPORTADOS
AVI	.avi	MICROSOFT	Quase todos baseados no framework Video for Windows; e H.264/AVC com restrições	Quase todos baseados no framework ACM - Audio Compressor Manager (CBR); Vorbis
ASF	.asf, .wma, .wmv	MICROSOFT	Quase todos baseados no framework Video for Windows; H.264/AVC com restrições	Quase todos baseados no framework ACM ; Vorbis com restrições
QUICKTIME File format	.mov, .qt	APPLE	Depende do que estiver disponibilizado pelo gerenciador de codec QuickTime	Depende do que estiver disponibilizado pelo gerenciador de áudio do sistema
RMVB	.rm (CBR) .rmvb (VBR)	Real Networks	RV1.0 e G2(baseado no h263) RV8(rv30codec) RV9(rv40codec) RV10(rv40 codec)	(HE)-AAC, Cook Codec, Vorbis, RealAudio Lossless
MP4 / MPEG-4 Part 14	.mp4	MPEG	MPEG-2 Part 2, MPEG-4 ASP, MPEG-4 AVC (MPEG-4 part 10 ou H264), H.263, VC-1, Dirac	MPEG-2/4 (HE)-AAC, MPEG-1/2 Layers I, II, III (MP3), AC-3, Apple Lossless, ALS, SLS, Vorbis
MPEG	Offline	MPEG	MPEG-1, MPEG-2	MPEG-1 Layers I, II, III (mp3)
MPEG PS	.ps	MPEG	MPEG-1, MPEG-2, MPEG-4 Part 2, VC-1, H.264	MPEG-1 Layers I, II, III (mp3), AAC, AC-3, LPCM, DTS
MPEG TS	.ts	MPEG	MPEG-1, MPEG-2 Part 2, MPEG-4 ASP, H.264, VC-1, Dirac	MPEG-1 Layers I, II, III (mp3), AAC, AC-3, LPCM, DTS
MPEG-2 TS	.m2ts	Blu-ray disc assoc	MPEG-2 Part 2 (m2v), H.264, VC-1	AC-3, DTS, LPCM, Dolby Digital Plus, DTS

				HD, Dolby Lossless
DivX Media format	.divx	DivX, inc	MPEG-4 Part 2	MP3, PCM, AC-3
3G2	3g2	3GPP2	H.263, MPEG-4 Part 2 e H.264/MPEG-4 AVC	AMR-NB, AMR-WB, AAC, HE-AAC, EVRC, EVRC-B, EVRC-WB, 13K (QCELP), SMV ou VMR-WB
VOB + IFO	.vob, .ifo	DVD Forum	MPEG-2 Part 2, MPEG-1 Part 2	AC-3, Linea PCM, DTS, MPEG-2 Part 3, MPEG-1 Layer II
FLV	.flv	Adobe Systems	Sorenson, VP6, Screen Video, H.264/MPEG-4 AVC	MP3, Nellymoser, ADPCM, Linear PCM, AAC, Speex
F4V	.f4v	Adobe Systems	H.264/MPEG-4 AVC	MP3, AAC, HE-AAC
WebM	.webm	WebM Project	VP8	Vorbis
OGG	.ogg	Xiph.org (http://wiki.xiph.org/index.php/IME_Types_and_File_Extensions)	Theora, Dirac, OggUVS, MNG, e quase todos baseados no framework Video for Windows	Vorbis, FLAC, Speex, CELT, OggPCM, e quase todos baseados no framework ACM
MATROSKA	.mkv, .mka	Core Codec, inc	Praticamente qualquer formato	Praticamente qualquer formato
AVC HD	.m2ts, .mts	SONY / PANASONIC	MPEG-4 AVC/H.264	Dolby AC-3 (Dolby Digital) ou uncompressed linear PCM
AVC-Intra (MPEG-4 Part 10)	.mxf	PANASONIC	H.264/AVC	PCM Audio

Tabela 15: Containeres do audiovisual.

autor: Marcos Ryo Hashimoto

Nesta tabela vemos recorrentemente a remissão ao nome MPEG (*Moving Picture Experts Group*). Refere-se a um grupo, formado em 1988, pela conjunção da ISO (*International Organization for Standardization*) e pela ONG IEC (*International Electrotechnical Commission*) para estabelecer normas para a compressão de áudio, vídeo e transmissão, e que deu nome ao padrão que vemos sendo utilizados nas cameras digitais, DVDs, e *streamings*. A designação oficial do MPEG é JTC1/SC29 ISO/IEC WG11. Este padrão é constituído de diferentes “sub-padrões”, ou versões. Cada uma delas diferindo principalmente pelos níveis de compressão conforme veremos nos exemplos a seguir:

MPEG-1 (1993): Sua identificação oficial é ISO/IEC 11172, e foi desenvolvido para atender a demandas compressão para utilização em Compact Discs a uma taxa de aproximadamente 1,5 Mbit/s. Taxa de compressão para produção de SVCDs e video DVDs de baixa qualidade. É o precursor do MPEG-2 na transmissão de TV a cabo e por satélite. Aqui inclui-se o MP3 (MPEG-1 Audio Layer III).

MPEG-2 (1995): Seu registro oficial é ISO/IEC 13818, por seu melhor desempenho na compressão e suportar entrelaçamento e alta definição teve maior difusão que seu antecessor MPEG-1. Foi adotado como compressor do sistemas de televisão digital ATSC, DVB e ISDB aéreo e serviços terrestres de tv a cabo. Também serve como compressor para SVCD e DVD, além de poder ser utilizado para produção em Blu-ray.

MPEG-3: Este padrão não existe, foi fundido ao MPEG-2, e não deve ser confundido com o MP3 (MPEG-1 Audio Layer III).

MPEG-4 (1998): Registrado como ISO/IEC 14496, este padrão alcança maiores taxas de compressão do que o formato MPEG-2. Além da maior eficiência na compressão o MPEG-4 suporta a gestão de propriedade intelectual (IPMP - Intellectual Property Management and Protection).

O MPEG-4 por sua vez possui “sub-padrões”, denominados por partes, cujo total somam 27 delas. No nosso caso importa-nos apenas o MPEG-4 Part 2 (ISO/IEC 14496-2) e o MPEG-4 Part 10, também conhecido por MPEG-4 AVC ou H.264. Este que foi escolhido como compressor para a nossa ISDB-Tb.

Bem verdade que num cenário de inúmeras siglas, há ainda muitos que não constam nesta lista. Por exemplo, ao abrirmos um dos mais difundidos programas de edição dentre os produtores audiovisuais, o Final Cut (Apple), encontraremos mais algumas dezenas de formatos disponíveis, conforme os prints a seguir:

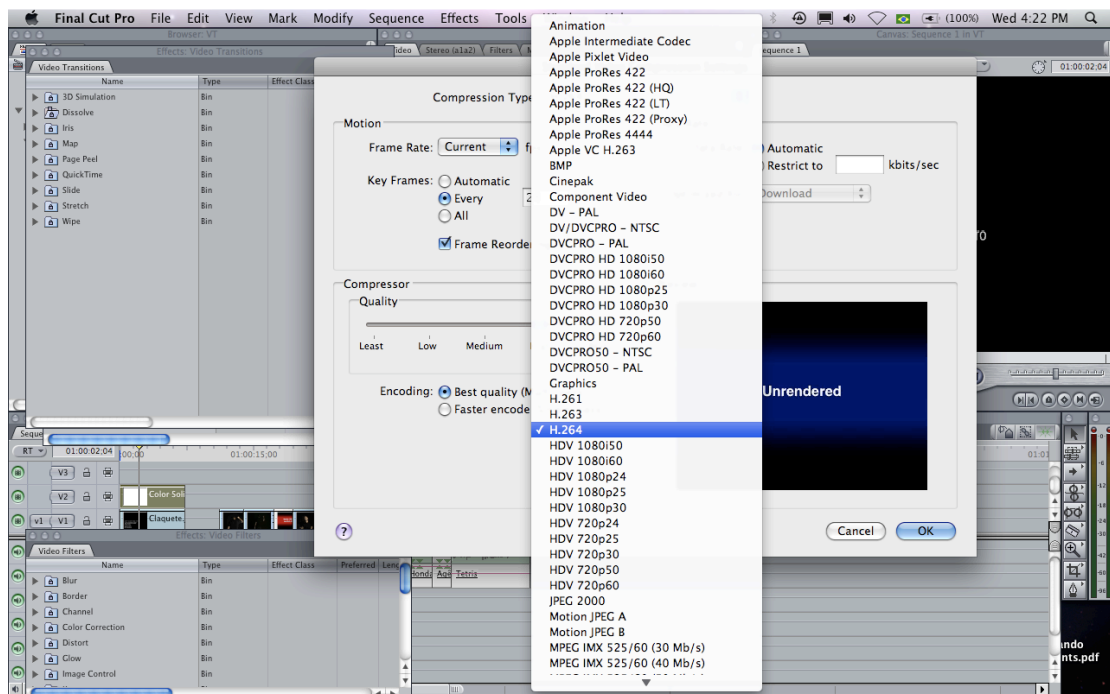


Figura 21: Print da interface do programa de edição de imagens.

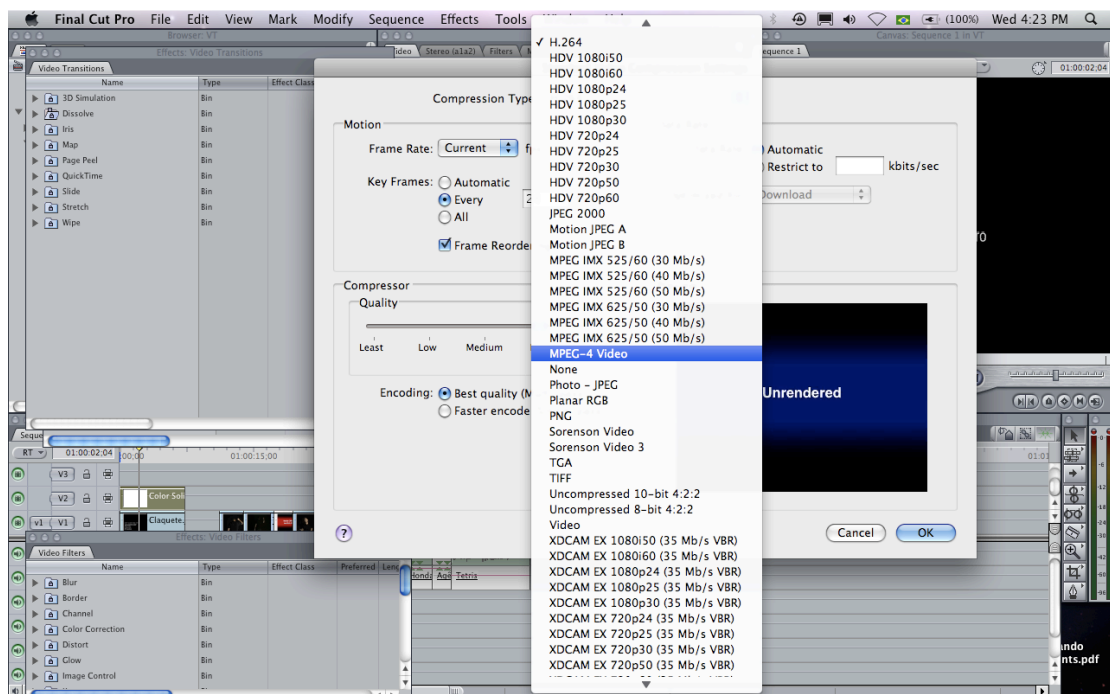


Figura 22: Print da interface do programa de edição de imagens.

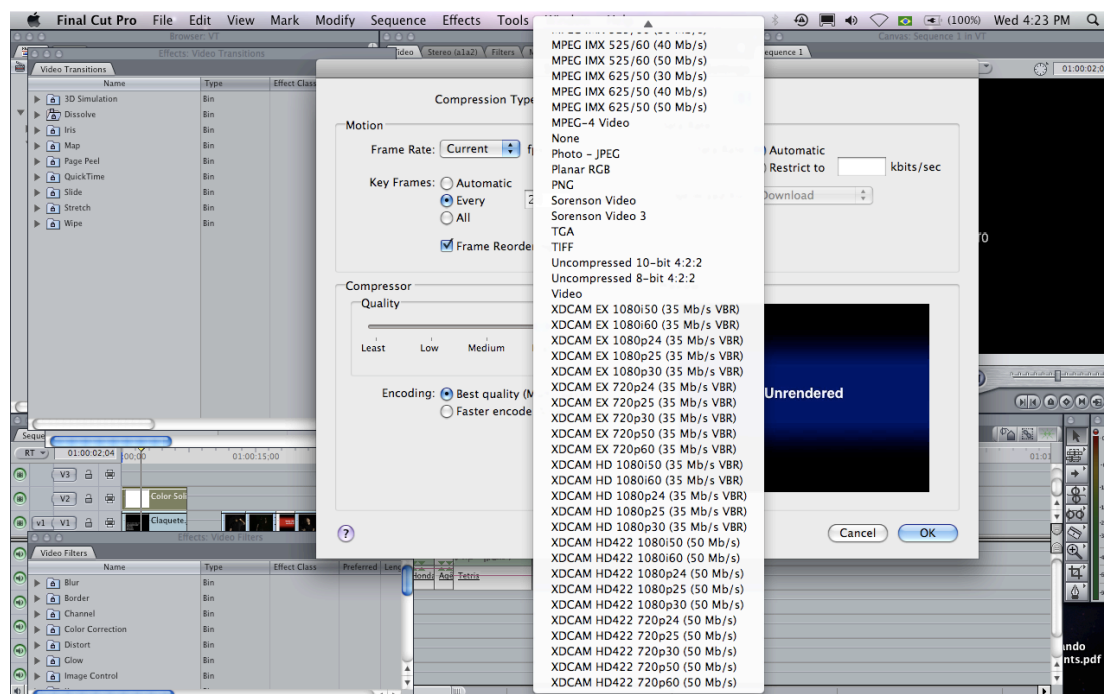


Figura 23: Print da interface do programa de edição de imagens.

Embora o segmento de produção audiovisual possua tantos formatos disponíveis, devemos considerar um importante detalhe na geração do material. Alguns codecs presentes nestes últimos prints possuem nomenclaturas proprietárias da indústria de equipamentos, e outros aos desenvolvedores de softwares.

Por exemplo, XDCAM HD² refere-se ao material gerado pelos equipamentos da linha XDCam, que por sua vez é proprietário da Sony. Este padrão foi lançado em 2003, e ainda possui as variações XDCAM SD, XDCAM HD422 e XDCAM EX. Para cada um deles há mais múltiplos formatos para o registro da imagem no cartão, só que na raiz eles estarão utilizando como padrão de compressão o MPEG-2 ou o MPEG-4. Assim acontece com os outros formatos de camera. Dentro do objetivo do projeto Re:Coletivo, observamos maior ocorrência dos containers .mov, .avi, .mpg, .asf, mp4, 3g2, sendo todos eles codificados em padrões relativamente comuns, não necessariamente MPEGs.

². Cf. <<http://pro.sony.com/bbsc/ssr/micro-xdcam/resource.articles>>

Pelo histórico de participação dos coletivos podemos concluir que a não restrição quanto ao formato de equipamento é um item bastante relevante para potencializar a participação dos produtores, por outro lado há a necessidade de reforçar a fidelidade ao formato de entrega. Embora a conversão dos arquivos não seja tarefa tão onerosa, a não observação em relação ao formato pode redundar no descarte do material recebido.

3.9 Autoria e aspectos legais

Se estivéssemos observando os coletivos experimentais sob as lentes da *troupe* de Andre Bazin a propósito da Nouvelle Vague e da política dos autores, arriscaríamos-nos a dizer que em nenhum deles há autoria; embora até exista a *mise en scène* e alguma expressão pessoal em cada cena produzida pelos coletivos, o centro nervoso deste projeto não prevê a atribuição da construção literária ao produtor, portanto não há em nenhum deles verdadeiramente a completude da autonomia dos vértices, roteiro, produção, e realização. Não obstante, não estamos preocupados em identificar a matriz, a “viga mestra” de que trata Jean-Claude Bernardet (1994:31), o código estilístico, pois ante o período experimental não haveria tempo para mais que apenas uma captação cênica, ainda, tal proposta estudada nos nossos coletivos experimentais necessariamente apresentará múltiplas unidades produtoras com participações, senão únicas, esparsas e esporádicas.

Vejamos então quais implicações legais devem ser observadas em projetos audiovisuais de autoria plúrima, com potencial trânsito na rede digital interconectada.

Diferentemente de outros campos artísticos, onde se tem claramente a figura do indivíduo a quem se possa atribuir a autoria, a noção de autoria no cinema tem um longo histórico problemático, pois neste é rara a criação estritamente individual.

A noção de autor tem ligações estreitas com as fases da luta dos intelectuais e dos artistas pelo reconhecimento do filme como obra de arte, expressão pessoal, visão do mundo própria a um criador: David W. Griffith, depois de seu período Biograph e o sucesso de *O nascimento de uma nação* (1915), a primeira vanguarda francesa (Delluc, L’Herbier, Gance) , a *Nouvelle Vague*. Isso quer dizer que o *status* do autor no cinema está sempre ameaçado pela relação de forças entre o cineasta e as instâncias de produção e de difusão. (AUMONT, 2003:26)

Compreendemos que este tensionamento constante recai conseqüentemente sobre a produção audiovisual em geral¹.

Para a legislação brasileira de direitos autorais o autor é assim definido:

O ser humano que, por intermédio de seu espírito e intelecto, ao uso de sua criatividade, concebe, idealiza e concretiza em qualquer suporte material toda forma de criação intelectual no campo artístico, literário ou científico [...] Um dos fundamentos das bases doutrinárias do conceito de autor aponta a genialidade como fator determinante da identificação de uma atividade criativa, deixando o elemento originalidade como um fator não tão expressivo para tal reconhecimento. Assim, autor na concepção do direito de autor é aquele que cria algo imbuído sobretudo, da genialidade humana. (CRIVELLI, 2008:98)

De acordo com o inciso I do art. 1º da medida provisória nº 2.228-1², obra audiovisual é definida como produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão.

Uma obra audiovisual é considerada obra intelectual³, e assim sendo, independentemente do valor técnico ou artístico da obra criada, o autor adquire sobre esta, direitos resultantes de seu trabalho intelectual e criativo, passa a ser o proprietário intelectual; esta propriedade intelectual dá ao autor o direito de reclamar o seu direito intelectual, direito imaterial, ou direito sobre bens imateriais.

¹. Para efeito de legislação brasileira, esta lei passou a adotar o conceito de obra audiovisual no lugar de obra cinematográfica, entendendo que o primeiro é um termo mais amplo, de modo a conferir maior a proteção às obras audiovisuais em geral. (LDA/98, Art. 7º, VI).

². Cf. < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1 > acesso em 01/02/11.

³. A obra audiovisual tem natureza intelectual por ser fruto da inteligência do homem. O criador passa a ter, automaticamente, direitos autorais sobre a obra criada a partir do momento de sua exteriorização ao mundo concreto. (CRIVELLI, 2008:33).

O artigo 1º da LDA/98⁴ define os direitos autorais como “os direitos de autor e os que lhe são conexos”, portanto temos que direito de autor e direitos conexos são conceitos distintos e ambos se inserem na expressão direitos autorais. Os direitos conexos, ora chamados de direitos vizinhos ou direitos análogos (aos direitos de autor), foram introduzidos no Brasil pela Lei nº 4.944, de 1966, regulamentada pelo Decreto nº 61.123, de 1967, e reafirmados pela Lei nº 5.988, de 1973. O título V da LDA/98 trata exclusivamente sobre o tema e assegura direitos morais e patrimoniais aos artistas, interpretantes ou executantes, produtores fonográficos, e empresas de radiodifusão. Os direitos conexos tem duração de setenta anos contados a partir de 1º de janeiro do ano subsequente à: fixação no caso dos fonogramas; à transmissão, para as emissões das empresas de radiodifusão; e à execução e representação pública, para os demais casos.

Para a esfera jurídica, a criação intelectual enquanto no plano da ideia é chamada de *Corpus Mysticum*, e uma das premissas para que algo tenha proteção autoral é de que a obra passe para um *Corpus Mechanicum*, ou seja, exteriorizado ou inserido em um formato material, que tome corpo físico.

A obra audiovisual é amiúde resultante do trabalho de um coletivo⁴, de complexa delimitação conceitual acerca das classificações em nível técnico ou criação intelectual, a própria LDA/98 não reconhece como sujeitos co-autores da obra audiovisual aqueles que não sejam os autores intelectuais, os criadores do argumento literário, musical ou lítero-musical, e o diretor geral da obra. Não obstante, dependendo do grau de complexidade de uma obra audiovisual há um grande número de especialistas participantes em sua realização.

⁴. Lei dos Direitos Autorais, também Lei 9610/98 ou Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Cf. <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/92175/lei-de-direitos-autorais-lei-9610-98>> acesso em 28/01/11.

⁵. A Lei de Direitos Autorais descreve a obra coletiva como: “obra criada por iniciativa, organização e responsabilidade de uma pessoa física ou jurídica, que a publica sob seu nome ou marca e que é constituída pela participação de diferentes autores, cujas contribuições se fundem numa criação autônoma” (LDA/98, Art. 5º, h). Ainda, esta LDA define que tal coletivo pode ter a forma de autoria única ou compartilhada, a co-autoria.

O artigo 16 da LDA/98, define co-autoria desta forma:

São co-autores da obra audiovisual o autor do assunto ou argumento literário, musical ou lítero-musical e o diretor. Parágrafo único. Consideram-se co-autores de desenhos animados os que criam os desenhos utilizados na obra audiovisual. (LDA/98, Art. 16º).

Assim, ao legislador brasileiro são estes os únicos detentores dos direitos autorais sobre a obra total. Ora, se a legislação apenas considera como co-autores o argumentista e o diretor, sendo esta geralmente uma relação hierarquizada no processo de produção, então, conclui-se que somente o segundo é contemplado com as prerrogativas do artigo 24⁵ da LDA/98. Contudo, todos os autores nas suas respectivas áreas individuais de especialização estão salvaguardados pelos direitos morais de autor, o que já estava contemplado pela Lei nº 5.988/73 e foi preservado na Lei nº 9610/98.

O registro de direitos autorais em qualquer que seja o órgão pode assegurar a anterioridade criativa, cabendo prova em contrário (*iuris tantum*).

⁵ Art.24 LDA/98: São direitos morais do autor:

I - o de reivindicar, a qualquer tempo, a autoria da obra;

II - o de ter seu nome, pseudônimo ou sinal convencional indicado ou anunciado, como sendo o do autor, na utilização de sua obra;

III - o de conservar a obra inédita;

IV - o de assegurar a integridade da obra, opondo-se a quaisquer modificações ou à prática de atos que, de qualquer forma, possam prejudicá-la ou atingi-lo, como autor, em sua reputação ou honra;

V - o de modificar a obra, antes ou depois de utilizada;

VI - o de retirar de circulação a obra ou de suspender qualquer forma de utilização já autorizada, quando a circulação ou utilização implicarem afronta à sua reputação e imagem;

VII - o de ter acesso a exemplar único e raro da obra, quando se encontre legitimamente em poder de outrem, para o fim de, por meio de processo fotográfico ou assemelhado, ou audiovisual, preservar sua memória, de forma que cause o menor inconveniente possível a seu detentor, que, em todo caso, será indenizado de qualquer dano ou prejuízo que lhe seja causado.

§ 1º Por morte do autor, transmitem-se a seus sucessores os direitos a que se referem os incisos I a IV.

§ 2º Compete ao Estado a defesa da integridade e autoria da obra caída em domínio público.

§ 3º Nos casos dos incisos V e VI, ressalvam-se as prévias indenizações a terceiros, quando couberem.

Mesmo que uma obra intelectual tenha sido encomendada ou contratada, não se considera co-autora a pessoa jurídica ou seu representante legal, sendo o único fator legitimador de tal condição o ato criativo, bem como não há co-autoria no caso de uma obra preexistente ser empregada em outra.

O tema da autoria à pessoa jurídica é uma discussão bastante dividida entre os juristas. Há quem defenda serem inaplicáveis as teorias do direito de autor na obra realizada por encomenda, por outro lado há os que encontram argumentos para legitimar a titularidade ao produtor pessoa jurídica.

A autoria é uma qualidade conferida somente à pessoa natural. Não é possível pela legislação brasileira de direito autoral o reconhecimento de autoria, ou co-autoria de bem intelectual, a qualquer pessoa jurídica de direito público ou privado. Da mesma maneira, a restrição estende-se às produtoras cinematográficas. A figura legal do produtor, perante a legislação atual, jamais poderá vir a adquirir, a título originário ou derivado, a qualidade de autor ou co-autor de obra audiovisual cinematográfica. (CRIVELLI, 2008:181)

De fato, observamos genericamente a figura do produtor pessoa jurídica como um gerenciador de atividade empreendedora, e não um efetivo criador intelectual, mas a legislação tem o discernimento do conceito de autoria e titularidade patrimonial; dessarte, permite que a produtora pessoa jurídica encomende uma obra audiovisual, por contratação expressa e escrita, tornando-se assim não a autora, mas a titular sobre os direitos autorais patrimoniais do produto final. O encomendante será portanto o titular derivado, mas não terá a paternidade intelectual, pois pela lei ela é irrenunciável e intransferível. No caso de relação mercadológica, é necessário que o contrato de produção audiovisual incorpore com clareza os autores, co-autores, os colaboradores acessórios, e o titular patrimonial do conjunto finalizado.

A obra é considerada inédita caso não tenha sido objeto de publicação, podendo ainda ser classificada como originária no caso de criação primígena, ou derivada caso constitua criação intelectual nova

resultante da transformação de alguma obra originária. De acordo com o professor e consultor Guilherme Carboni, a obra derivada tem como base outra preexistente e depende de prévia aprovação do criador da obra anterior; é garantida proteção tanto à obra originária quanto à derivada. Portanto, em caso de aplicação mercadológica do processo aqui chamado por Re:Coletivo, a pessoa física ou jurídica deverá obter autorização expressa de cada agente produtor, incluindo aqueles que eventualmente venham a emprestar sua imagem ou voz ao conteúdo capturado, bem como dos colaboradores criativos não co-autores, como o coordenador de produção, fotógrafo, cinegrafista, iluminador, cenógrafo, figurinista, maquiador, eletricista, e outros. Embora sejam burocracias que devem estar previstas nos termos contratuais de cessão, assinados entre as partes envolvidas nas relações comerciais, não raro são ignorados por ambas as partes, pois ambos subentendem acordada a cessão perante o aceite à prestação de serviços.

Para efeito de análise dos nossos coletivos experimentais, as unidades cênicas produzidas são de co-autoria quando texto e realização forem originários de fontes diferentes (i.e. proposta criada pelo idealizador da obra coletiva e execução individual por grupo). Por outro lado, considera-se autoria única quando texto e realização forem provenientes do mesmo núcleo produtor; evidentemente há aqui uma margem subjetiva, pois um agente produtor na realidade pode ser representado por um grupo de pessoas, como no caso dos nossos coletivos experimentais, embora também a direção amiúde seja atribuída a um indivíduo. O conceito de realização para nós é a soma da produção com a captação, e núcleo produtor é o grupo de trabalho dentro do *cluster* do projeto; é relevante neste momento assinalar a possibilidade de existência da figura de um diretor e de um argumentista na equipe, portanto um potencial trabalho co-aural.

Assim, considerando as três fases do processo Re:Coletivo temos:

a) Matrizes textuais derivadas: R:C1, R:C6, R:C7, e R:C10.

Matrizes textuais Originárias: R:C2, R:C3, R:C5, R:C4, R:C8, e R:C11.

b) Materiais gerados pelos produtores: Todos originários e co-autorais.

C) Obras finalizadas (100% co-autorais):

- Derivadas em relação ao material bruto.
- Originárias enquanto obras audiovisuais.

As obras finalizadas, independentemente da tipologia⁶ videofonográfica em que seja enquadrada, devem ser tratadas como produtos de co-autoria, uma vez que o processo experimentado nos nossos coletivos são resultados da soma de criações individuais, onde a proposta intelectual é originária do idealizador e a realização executada pelo produtor participante.

O artigo 5º inciso XI da LDA/98 define produtor como: *“a pessoa física ou jurídica que toma a iniciativa e tem a responsabilidade econômica da primeira fixação do fonograma ou da obra audiovisual, qualquer que seja a natureza do suporte utilizado”*. Portanto, para o processo estudado no experimental Re:Coletivo, a aplicação hipotética numa ação mercadológica nos obriga a observar a produção audiovisual dividida em três fases, tal qual apresentado na tabela 5, seção 3.1. Assim, dentro do processo Re:Coletivo temos como produtores os *Nodos* individuais do *cluster* de cada projeto, onde academicamente os chamamos de coletivos experimentais; e por sua vez, o idealizador como o agente responsável pelo engendramento do projeto. Somente não haverá co-autoria na fase1 da referida tabela 5, caso a proposta projetual deixe absolutamente aberta a criação conceitual da matriz textual (R:C2, R:C3, R:C5, R:C4, R:C8, e R:C11);

⁶. Lei nº 10.454, de 13 de maio de 2002, incisos XVI, XVII, XVIII, XIX, e XX. Refere-se às tipologias das obras audiovisuais publicitárias. Cf.<<http://www.leidireto.com.br/lei-10454>>. Acesso em 28/01/11.

ainda, qualquer que seja o processo na fase¹, sendo um projeto acadêmico ou não, a obra total finalizada será de co-autoria, uma vez que a montagem do produto final será realizada a partir de materiais de um coletivo de produtores, tendo a criação intelectual e direção de um terceiro, no caso o idealizador da proposta.

Sobre autorização à modalidade de utilização, os incisos I ao X do artigo 29 da LDA/98, deixam claro que é necessária autorização prévia e expressa do autor à utilização da obra, inclusive nos casos em que a modalidade ainda não tenha sido inventada.

Para o direito de autor, um texto ou uma imagem utilizada em um outro contexto seria o mesmo texto ou a mesma imagem. O próprio conceito de obra adaptada reflete esse raciocínio: para que se adapte um livro para o cinema, é necessária a autorização do autor do livro. Mas, evidentemente, a obra audiovisual jamais será o livro. Assim, ao estabelecer a possibilidade de o autor de uma obra qualquer não autorizar a criação de uma obra derivada desta sob uma nova forma de expressão, proíbe-se novas leituras ou interpretações dessa obra. (CARBONI,2011:24)

O artigo 31 diz ainda que, obras literárias, artísticas ou científicas, ou de fonogramas são independentes entre si, e a autorização concedida pelo autor, ou pelo produtor, respectivamente, não se estende a quaisquer das demais. O criador, também autor titular, ou titular originário pode gozar da titularidade patrimonial, faculdade que permite a exploração econômica da obra; as formas de utilização estão relacionadas no artigo 29⁷ da LDA/98.

⁷ Depende de autorização prévia e expressa do autor a utilização da obra, por quaisquer modalidades, tais como: I - a reprodução parcial ou integral; II - a edição; III - a adaptação, o arranjo musical e quaisquer outras transformações; IV - a tradução para qualquer idioma; V - a inclusão em fonograma ou produção audiovisual; VI - a distribuição, quando não intrínseca ao contrato firmado pelo autor com terceiros para uso ou exploração da obra; VII - a distribuição para oferta de obras ou produções mediante cabo, fibra ótica, satélite, ondas ou qualquer outro sistema que permita ao usuário realizar a seleção da obra ou produção para percebê-la em um tempo e lugar previamente determinados por quem formula a demanda, e nos casos em que o acesso às obras ou produções se faça por qualquer sistema que importe em pagamento pelo usuário;

Em relação à utilização de materiais que eventualmente possam se fazer presentes em projetos aqui denominados Re:Coletivos, temos: os artigos 79º, 80º, 81º, e 87º, respectivamente tratando da utilização de obras fotográficas, de fonogramas, da obra audiovisual, e da utilização de base de dados.

As ditas novas tecnologias digitais como a internet fizeram parecer mais democrático o acesso a bens informacionais, influenciando diretamente o campo da produção artística imaterial. A arte acabada passa a dividir espaço com a arte-processo, arte em contínua transformação através de *mashups*, remixagens, ou colagens; de fato não se trata exatamente de uma prática nova, a história⁸ nos mostra que a reinterpretação das coisas não é algo exclusivamente decorrente do progresso tecnológico, não obstante, o principal fato inquietante recai sobre a apropriação. A diferença entre a obra de Robert Rauschenberg, “*Erased de Kooning Drawing*” (1953), e os *mashups* da contemporaneidade digital, é que o primeiro obteve a aprovação do próprio Willem De Kooning para a interferência em sua obra; mais, numa peça material, física. A prática da apropriação arbitrária de obras alocadas na web abriu um vasto campo de discussões conceituais sobre os direitos de autor *versus* direitos sociais, e direito de autor *versus* liberdade de expressão⁹. A “dureza” das legislação acerca dos direitos de autor,

VIII - a utilização, direta ou indireta, da obra literária, artística ou científica, mediante: a) representação, recitação ou declamação; b) execução musical; c) emprego de alto-falante ou de sistemas análogos; d) radiodifusão sonora ou televisiva; e) captação de transmissão de radiodifusão em locais de frequência coletiva; f) sonorização ambiental; g) a exibição audiovisual, cinematográfica ou por processo assemelhado; h) emprego de satélites artificiais; i) emprego de sistemas óticos, fios telefônicos ou não, cabos de qualquer tipo e meios de comunicação similares que venham a ser adotados; j) exposição de obras de artes plásticas e figurativas; IX - a inclusão em base de dados, o armazenamento em computador, a microfilmagem e as demais formas de arquivamento do gênero; X - quaisquer outras modalidades de utilização existentes ou que venham a ser inventadas.

⁸ Na década de 50, o artista americano Robert Rauschenberg (1925-2008) utilizava na sua arte, que denominava por *combine paintings*, colagens com todo tipo de material que fizesse parte do material descartado pela sociedade. Cf. ANDREI, Christiane de Brito. A arte conceitual e o espectador. Disponível em <www.concinnitas.uerj.br/resumos13/brito.pdf> acesso em 08/02/11.

⁹ Cf. Conflitos entre direitos de autor e direitos sociais. (CARBONI, 2001. P34-50).

elaboradas numa era pré-internet, está exigindo reflexões na maneira de se pensar as leis, e a iniciativa da Universidade de Stanford para tentar minimizar a exclusão digital, no sentido da possibilidade de apropriação de materiais e obras disponibilizadas na web, foi criação do *creative commons*¹⁰.

Como dito, a dureza das leis de direito autoral atribuem amarras mesmo àqueles que queiram disponibilizar seus materiais no ciberespaço, e a licença *creative commons* permite uma flexibilização no trato das relações entre autor e obra. Trata-se de uma maneira do autor primígeno da obra conceder uma licença, sob determinadas condições, para a apropriação e produção de obras derivadas pelo próximo a partir da sua. Por exemplo, ao conceder a licença *creative commons*, o autor deverá optar positiva ou negativamente com relação a:

- (a) Obrigatoriedade ou não do usuário sempre ter de atribuir a autoria;
- (b) Permissão ou não do uso comercial;
- (c) Permissão ou não para a realização de obra derivada;
- (d) Se a obra será ou não colocada em domínio público.

As licenças originais são identificadas por símbolos e distribuídas da seguinte forma:

1. Licença BY (*by your work*): Esta é a licença permite o máximo de possibilidades dentre as seis. Permite que outros distribuam, remixem, interfiram, e construam sobre o trabalho primígeno, inclusive para fins comerciais, desde que seja creditado o autor/criador original.

O selo que atribui esta forma de licença:



¹⁰. Cf. Website do projeto “creative commons” <www.creativecommons.org> e o website nacional <<http://www.creativecommons.org.br>>

2. Licença BY-ND (*No Derivatives*): Esta licença permite a redistribuição, comercial e não comercial, mas não permite alterações na obra primígena, devendo constar o crédito do autor original.



O selo que atribui esta forma de licença:

3. Licença BY-SA (*Share Alike*): Esta licença permite que outros remixem e construam a partir de seu trabalho, inclusive para fins comerciais, desde que seja creditado o autor primígeno e que as obras derivadas sejam licenciadas sob os mesmos termos, ou seja, a obra derivada também poderá ser remixada e utilizada para fins comerciais. Esta licença é muitas vezes comparada à "*copyleft*" licenças de software livre e de código aberto. Esta é a licença usada pela *Wikipedia*.



O selo que atribui esta forma de licença:

4. Licença BY-NC (*Non Commercial*): Esta licença permite que outros remixem, e criem sobre a obra primígena não comercialmente. Embora suponha-se a não permissão de uso comercial, o criador da obra derivada não necessariamente precisa disponibilizar sua obra sob os mesmo termos.



O selo que atribui esta forma de licença:

5. Licença BY-NC-SA (*Non Commercial - Share Alike*): Esta licença permite que outros remixem e criem sobre a obra primígena para utilização não comercia, creditando o autor primígeno, e as obras derivadas devem ser licenciadas sob os mesmo termos.



O selo que atribui esta forma de licença:

6. Licença BY-NC-ND (*Non Commercial - No Derivatives*): Esta é a mais restritiva das licenças principais, permite apenas que se faça download das obras sob este selo, e o compartilhamento com outros. Não permite qualquer forma de alteração ou uso comercial. Deve-se creditar o autor. O selo que

atribui esta forma de licença:



Em tempo, de acordo com a revisão realizada pelo Centro de Tecnologia e Sociedade (CTS) da Fundação Getúlio Vargas (FGV/RJ), todas as formas de licença *creative commons* no Brasil exigem atribuição de autoria, bem como não existe a possibilidade do autor, mesmo pela sua própria vontade, de deixar a obra cair em domínio público.

Finalmente, as obras derivadas em processos de produção coletiva, como os estudados neste trabalho, podem ser distribuídos sob estas licenças, contudo esta decisão somente poderá ser adotada caso se tenha obtido anteriormente o aceite formal por parte do participante na etapa de distribuição das tarefas. Uma das maneiras de se minimizar efeitos negativos da excessiva responsabilização da parte institucional, em relação a eventuais procedimentos extrajudiciais por conta de conflitos gerados por participantes e seus pares de produção, é a inserção de salvaguardas específicas de responsabilidade sob atos de terceiros, uma delimitação objetiva das obrigações cabíveis a ambas as partes; observando-se a previsibilidade dos participantes, obtém-se desta maneira uma padronização das medidas de segurança que poderão beneficiar ambas as partes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

“Há um momento na aprendizagem de cada homem em que este chega à convicção de que a inveja é ignorância; que a imitação é suicídio; que ele tem que se tomar a ele próprio tanto para melhor, tanto para pior, como a sua parcela; que embora o universo esteja cheio de coisas boas, nenhuma semente de milho nutritiva chegará a ele senão através da labuta que ele ofereça nesse lote de terreno que lhe foi dado para cultivar. O poder que reside nele é novo na natureza, e nenhum outro senão ele sabe o que é que pode fazer, e não o saberá até que o tente.”

Ralph Waldo Emerson, (Self-Reliance)

O segmento de produção audiovisual decorre de um contínuo processo evolutivo; a conjunção das tecnologias digitais e de interconectividade ao processo de produção foi o mote provocador desta experiência acadêmica.

O experimental Re:Coletivo é um nome que pretende trazer o olhar, não somente do mercado publicitário, mas de qualquer instância institucional que queira eventualmente experienciar uma ação de produção audiovisual utilizando um processo diferenciado do hegemônico e tradicional modelo.

Iniciei esta jornada acadêmica observando um vasto campo de conhecimentos que atravessam pela transversal o processo de produção audiovisual na contemporaneidade, de fato ramos novos no cipoal; temas de ordem teórica, prática, e de complexas discussões conceituais.

Acredito que o processo que aqui experimentamos, eu e meus alunos, poderá se tornar prática de relevância reconhecida, não somente no segmento publicitário, mas em qualquer outra iniciativa que desperte para o valor do trabalho Re:Coletivizado, aquela que contempla a democratização da participação na construção audiovisual por um coletivo anônimo de potenciais agentes criativos. Enfraqueceu-se na contemporaneidade audiovisual aquela condição *sine qua non* do rigor cosmético da obra, tal qual daquelas que transitam no cenário *broadcast*; está iniciada a curva descendente desta mídia massiva de via unidirecional, a valoração não será exatamente da obra em si, mas da dinâmica relacional que o seu processo produzir. Não existe mais a exclusividade, há outros canais de ~~veiculação~~ comunicação, menos hierarquizados por sinal. Em tempo, não profetizo aqui o final do comercial de 30", apenas defendendo o processo aqui experimentado; é apenas uma questão de amadurecimento e difusão da tecnologia de distribuição da programação de entretenimento audiovisual digital, assertivo ou não, o tempo apresentará os fatos.

Evidentemente a beleza da forma pode atribuir algum valor positivo, não obstante acredito na relevância do processo, no potencial repousado sobre a subversão da prática institucionalizada. Diante da massa informacional publicitária, disponibilizada desconectada e conectadamente, é

notório que a parte estética da forma é apenas um complemento auxiliar na comunicação da mensagem, a articulação das informações nas diversas plataformas digitais é mais relevante. Cameras de alta definição deixaram de ser exclusividade dos profissionais, o acesso deixou de demandar deslocamento espacial, físico, o carretel de fita vai para a reciclagem, e a distribuição de conteúdo é aberta, pública, ou quase pública.

Observei que é possível a apropriação e aplicação dos recursos proprietários de armazenamento e distribuição de arquivo audiovisual no processo aplicado ao trabalho acadêmico, contudo, numa ação mercadológica publicitária é recomendável que haja um repositório *Ad Hoc*, igualmente ao canal de comunicação disponibilizado aos agentes participantes, pois haverá obrigatoriamente a necessidade de controle sobre o material recebido. Na medida em que o engendramento de qualquer proposta seja de autoria de alguma instituição, a estrutura política do canal de centralização e comunicação não poderá ser do tipo aberta, uma vez que o modelo de gestão deve se manter vertical, portanto deve ser do tipo fechado, onde haja moderação. Em relação à topologia da rede de colaboradores formada, tenderá à centralização, por outro lado poderá conformar uma rede paralela descentralizada caso haja algum mecanismo de acesso ao contato entre os colaboradores na ação.

A não clareza na enunciação da proposta ou do *briefing* técnico, bem como eventualmente o não entendimento destas, pode constituir uma abertura para a geração de materiais fora do propósito esperado, uma vez que temos como premissa a utilização de canais de comunicação não presenciais e assíncronos para a distribuição das tarefas aos grupos ou agentes produtores, e não entrevistas ou reuniões individuais; tais resultados não obrigatoriamente precisam ser descartados, pois a comunicação da mensagem publicitária sempre pode contar com a palavra como um caminho norteador da mensagem no filme publicitário, portanto potencialmente adaptável no processo de construção da obra, como mostram os resultados do projetos R:C8, R:C10, e R:C11.

Embora os serviços postais tenham a sua competência na distribuição,

o acesso à internet é condição *sine qua non* para a viabilização do processo Re:Coletivo, tanto para a centralização do material bruto, quanto para a comunicação com os participantes. A qualidade da banda de tráfego não provocou relevantes problemas na experiência acadêmica, contudo a possibilidade de afundamento no processo de envio não é remota mesmo considerando a assincronicidade de produção; pode trazer algum problema para uma ação com alto índice de participação simultânea, principalmente se considerarmos o fenômeno da procrastinação, é possível que tal demanda surja no *deadline* do envio do material ao site do idealizador da proposta.

A variedade de codificadores não configura relevante problema uma vez que os aparatos de captação padronizam-se em formatos difundidos e embarcados nas estações de edição, bem como há relativa facilidade na obtenção de conversores. Ainda, os recursos maquínicos de captação de imagens já deixaram para trás o conceito de trabalho com fitas, sendo recorrente o armazenamento em cartões e *Hard Disks* na forma de arquivos, portanto é possível a participação do agente mesmo que este não tenha *know how* para editar a sua seleção; também, em geral os fabricantes das cameras digitais fornecem juntamente um programa de edição, que supre com tranquilidade a tarefa de disponibilização do material.

Não obstante a ubiquidade e a crescente qualidade de resolução dos aparatos maquínicos de captação (hardware), o conhecimento técnico humano ainda se mostra indispensável para quaisquer iniciativas de produção audiovisual, embora não determinantes como geradores da matéria prima da obra final; o mesmo se aplica em relação à manipulação (software).

Obtive uma ideia conceitual menos aberta sobre os conceitos de cooperação e colaboração relacionados aos trabalhos coletivos experimentados. Quanto às características das tarefas, e assumindo o conjunto de padrões das tabelas 2 e 3, seção 2.7 como métrica, todos os coletivos apresentaram a forma conceitual de cooperação, entretanto verificamos que a forma de ação dos agentes participantes, ou seja, da interação entre os indivíduos enquanto unidade grupal, configurou o conceito de colaboração. Embora a aplicação em atividade acadêmica possa redundar

em colaboração artificial, a forma voluntária de participação pode existir neste processo desde que a proposta observe os valores de troca, materiais ou não, de interesse do agente participante. Foram realizados experimentos que para alguns pode provocar uma ululante sensação de transgressão apropriacionista, não necessariamente o é, mas a tipologia estrutural variará conforme a manipulação final; a obra audiovisual poderá adquirir a forma de mosaico, fusão, ou configurar uma obra híbrida de acordo com o código estilístico de quem tiver a atribuição de montar a obra final.

Neste processo, é menos importante a que instituição está ou não subordinado o participante colaborador, é mais importante o processo criativo.

Academicamente o processo Re:Coletivo é operacional, podendo ser uma opção ao modelo de divisão de aulas, que amiúde contempla um tempo bastante diminuto para a produção audiovisual. A validação do processo aplicado ao público externo, às instituições comerciais, poderá ser comprovada a qualquer instante, não sendo esta uma declaração premonitória.

A realidade tecnológica atual propicia formas mais dinâmicas de produção e circulação de obras intelectuais, que conflitam com as normas do direito de autor; a Lei 9.610/98 foi elaborada em atendimento às pressões internacionais, mas essa lei já nasceu defasada em relação à realidade tecnológica ciberespacial, pois tenta traduzir para as obras digitais os mesmos princípios que até hoje foram válidos para as obras do universo material, e sem dúvida o marco civil da internet deve contemplar com melhor ajuste as questões deste universo.

O progresso tecnológico é contínuo, e conforme Manuel Castells e Pierre Levy, cada novo sistema redundando na fabricação de excluídos; encontramos na ideia do processo Re:Coletivo, talvez não a recuperação de nenhuma classe excluída, mas sim uma alternativa para a abertura de oportunidade à participação na ciranda social daqueles que de alguma maneira se encontram em condição desprivilegiada quanto à sua prática de subsistência ou de manifestação artística, sendo ele profissional ou não.

Ainda, o léxico divisão pode fazer remissão à fragmentação, um aparente enfraquecimento numa observação superficial, por outro lado pode redundar em incremento potencial pela soma do esforço compartilhado.

Diversos autores da área mercadológica como Charlene Li, Josh Bernoff, Don Tapscott, Antony Williams, Seth Godin, dentre outros, apresentaram diversos casos de instituições que obtiveram algum resultado positivo com a abertura à prática de valorização e aproveitamento do conhecimento coletivo a partir do uso das ferramentas comunicacionais digitais; no caso do Experimental Re:Coletivo ainda resta uma hipótese que permanece aberta para o mercado validar ou não. Os anunciantes podem encontrar neste estudo uma proposta que lhes permita, além de mais uma forma estratégica de aproximação com o seu consumidor, uma maneira de permitir que mais pessoas tenham a oportunidade de participar do seu processo de comunicação.

Finalmente, evidentemente a pesquisa não se esgota nos temas tratados neste trabalho, há provavelmente *gaps* e incompletudes teóricas no corpo do trabalho, contudo há um incremento de ordem pessoal que esta experiência me permitiu conquistar. O conhecimento adquirido por meio de todos os créditos e atividades acadêmicas participadas é inexorável e indiscutivelmente relevante para o progresso intelectual do autor docente, não obstante, a transformação sobre o modo de observar a vida foi a maior de todas as conquistas.

Referências

- AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. Dicionário Teórico e Crítico de Cinema. Campinas, Papirus, 2003. Trad. Eloisa Araújo Ribeiro. Original em francês: Dictionnaire théorique et critique du cinéma. Paris: Nathan/VUef, 2001.
- BAITELLO JR, Norval. “A era da iconofagia. Ensaios de comunicação e cultura”. São Paulo: Hacker Editores, 2005a.
- _____. (a). “A maçã e o holograma: sobre corpos, imagens, escritas, fios e comunicação”. Comfio, 2008. Disponível em:
<<http://revistas.pucsp.br/index.php/comfio> > Acesso em: 25/02/2009.
- _____. (b). “Vilém Flusser e a Terceira Catástrofe do Homem ou as dores do espaço, a fotografia e o vento”. Disponível em
<www.flusserstudies.net/pag/03/terceira-catastrofe-homem.pdf> acesso em 15/01/10
- BARABÁSI, Albert-Láslo. Linked. São Paulo: Leopardo Editora, 2009.
- BARTHES, Roland. A mensagem fotográfica, in Teoria da comunicação de massa, Paz e Terra, Rio de Janeiro, 2000.
- BAUDRILLARD, J. “O sistema dos objetos”. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: Obras escolhidas. Magia e técnica, arte e política”. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BENTES, Ivana. “Do modelo industrial ao biotecnológico”. In: Biblioteca online de Ciências da Comunicação, 2000. Disponível em disponível em:
<<http://bocc.ubi.pt/pag/bentes-ivana-industrial-biotecnologico.pdf>> acesso em 05/02/10.
- _____. “Midia-Arte: Estéticas da Comunicação e Modelos Teóricos”. Trabalho apresentado ao NP 07 – Comunicação Audiovisual. do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Disponível em
<www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1984-1.pdf> acesso em 20/01/10
- BERNARDET, Jean-Claude. “O autor no cinema: a política dos autores - França e Brasil anos 50 e 60”. São Paulo: Brasiliense, EDUSP, 1994.
- BOAVIDA, A. M.; PONTE, J. P. Investigação colaborativa: Potencialidades e problemas. Refletir e investigar sobre a prática profissional (pp. 43-55). Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa. Lisboa: APM. Ano de pub.: 2002. Disponível em <[http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/jponte/docs-pt%5C02-Boavida-Ponte\(GTI\).pdf](http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/jponte/docs-pt%5C02-Boavida-Ponte(GTI).pdf)> acesso em 09/12/09.
- BRASIL. Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Disponível em
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8685.htm> acesso em 01/02/11.

_____. Lei No 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L9610.htm>> acesso em 01/02/11.

_____. Medida provisória nº2.228-1, de 6 de setembro de 2001. altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm> acesso em 01/02/11.

_____. Lei nº 10.454, de 13 de maio de 2002. Dispõe sobre remissão da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica – CONDECINE. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10454.htm> acesso em 01/02/11.

BRNA, P. Modelos de colaboração. Computer Based Learning Unit, Leeds University. Publicado nos Anais do IV WIE, Congresso da SBC, 1998. Disponível em <<http://www.inf.ufsc.br/sbc-ie/revista/nr3/Brna03.htm>> acesso em 09/12/09.

BRUNET, K. S.. Colaboração e Internet: propondo uma taxonomia de formatos de colaboração em projetos de network. In: Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v.32, n.1, p 69-87, jan/jun 2009.

BRUNS, Axel. "Towards Produsage: Futures for User-Led Content Production." In Proceedings: Cultural Attitudes towards Communication and Technology 2006, eds. Fay Sudweeks, Herbert Hrachovec, and Charles Ess. Perth: Murdoch University, 2006. 275-84. Disponível em <http://produsage.org/files/12132812018_towards_produsage_0.pdf> acesso em 15/01/10

BRUNS, A.; JACOBS, J. Uses of blogs. New York: Peter Lang, 2007.

_____. Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond. From production to produsage. New York: Peterlang, 2008.

BUCHANAN, Mark. Nexus: Fundamentos da Ciência dos Networks. São Paulo, Leopardo, 2010.

BITTONI, Dulcília Helena Schroeder. Fotografia e jornalismo: da prata ao pixel – discussões sobre o real. In Líbero - Revista do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. Vol. 10, No 20 (2007)

BURCH, Noel. Práxis do cinema. São Paulo, Perspectiva, 1969.

BYSTRINA, Ivan. Tópicos de semiótica da cultura. Trad. Norval Baitello Jr. in CISC – Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia. Programa de Pós-graduação em comunicação e semiótica. PUC,SP 1995.

CARBONI, Guilherme. “Os desafios do direito de autor na tecnologia digital e a busca do equilíbrio entre interesses individuais e sociais”. Disponível em <www.gcarboni.com.br/pdf/G5.pdf> acesso em 02/02/2011.

CASTELFRANCHI, Cristiano; HENRICH, Joseph; HENRICH, Natalie; TUMMOLINI, Luca. Culture, evolution and the puzzle of human cooperation, *Cognitive Systems Research*. Atlanta, 2006. Disponível em <http://www.pspsych.ubc.ca/~henrich/Website/Papers/HenrichCogSysResearch.pdf> acesso em 06/12/09.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHIACHIRI, Antonio Roberto. “A semiótica na comunicação”. *Communicare*. São Paulo, vol. 5, nº1, 1ºsem.2005 p17-26

CORTELAZZO, I. B. C. Colaboração e Metáforas Colaborativas. Colaboração, Trabalho em equipe e as Tecnologias de Comunicação: Relações de Proximidade em Cursos de Pós-Graduação. Tese de Doutorado – Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo, 2000. Disponível em www.boaaula.com.br/iolanda/tese/colabora.htm acesso em 20/12/09

COSTA, Antonio Carlos da Rocha. Princípios de um modelo baseado em valores de troca para a avaliação de situações de cooperação. 2005. Disponível em seer.ufrgs.br/renote/article/download/13941/7842 acesso em 23/12/10.

COSTELA, Antonio F. Comunicação – Do Grito ao Satélite. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2002.

COVALESKI, Rogério. “Cinema, publicidade, interfaces. Curitiba: Maxi Editora, 2009.

CRIVELLI, Ivana Có Galdino. “Direitos autorais na obra cinematográfica: o delineamento da autoria e titularidade de exploração comercial da obra audiovisual no universo contratual”. 1ª ed., São Paulo: Letras Jurídicas, 2008.

DURAND, Jacques. Retórica e Imagem Publicitária. In: A análise das imagens. Petrópolis: Vozes, 1973.

ECO, Umberto. A estrutura ausente . 7 ed. Trad: Pérola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 1997.

EISENSTEIN, Sergei. A forma do filme. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

_____. *O sentido do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

ELIN, Larry e LAPIDES, Alan. O Comercial de Televisão: planejamento e produção. Bossa Nova: São Paulo, 2006.

FELINTO, Erick. Videotrash: o YouTube e a cultura do “spoof” na internet. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 16, p. 33-42, dez. 2008.

FÉR, Ester Marçal. O audiovisual na rede dos pontos de cultura da Grande São Paulo. Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero. www.facasper.com.br/rep_arquivos/2009/12/2/1259776824.pdf acesso em 01/06/09.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.

FIORENTINI, D. Pesquisar práticas colaborativas ou pesquisar colaborativamente? In: MORAES, Marialice de & PAZ-KLAVA, Carolina. Comunidades interativas de aprendizagem. Palhoça: UnisulVirtual, 2004. Disponível em <http://www.ricesu.com.br/colabora/n11/artigos/n_11/id04f.htm> acesso em 09/12/09.

FLUSSER, Villém. Dinge und Undinge. München: Carl Hanser, 1993.

_____. O universo das imagens técnicas: Elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.

GORZ, André. O imaterial: conhecimento, valor e capital. São Paulo: Annablume, 2005.

GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para as Novas Mídias São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

HELLER, Barbara. Nem centro, nem periferia: o cinema de bordas. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.12, n.1, jan./abr. 2009. Disponível em <www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/378/334> acesso em 03/02/10.

HILTZ, R. S. (1998). Collaborative learning in asynchronous learning networks, building learning communities. 2002. Disponível em <http://eies.njit.edu/~hiltz/collaborative_learning_in_async.htm> acesso em 11/01/10.

JENKINS, H. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2008.

JOLY, Martine. Introdução à análise da imagem. Tradução: Marina Appenzeller. Campinas, SP: Papirus, 2005.

JOY, Bill. Why the future doesn't need us. Disponível em <http://www.wired.com/wired/archive/8.04/joy_pr.html>. Acesso em 20/12/09.

JOHNSON, D., & JOHNSON, J. (2001). Cooperative learning. Retrieved on November 15, 2002. Disponível em <<http://www.clcrc.com/pages/cl.html>> acesso em 07/12/2009.

JÚNIOR, Alberto Lucena Barbosa. Arte da animação. Técnica e estética através da história. São Paulo: Editora SENAC, 2002

KERSTENETZKY, Célia. Qual o Valor do Auto-Interesse?, 1999. Disponível em <<http://www.rep.org.br/pdf/99-6.pdf>>. Acesso em 02/09/2009.

KOLLOCK, P. e SMITH, M. Managing the Virtual Commons: Cooperation and Conflict in Computer Communities. Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social, and Cross-Cultural Perspectives, 1999.

KUHN, S. Thomas. Introdução: um papel para a história. In: A estrutura das revoluções científicas. São Paulo: Perspectiva, 2006, p. 19 -28

_____. Thomas. A natureza e a necessidade das revoluções científicas In: A estrutura das revoluções científicas. São Paulo: Perspectiva, 2006, p. 125 - 145

LI, Charlene; BERNOFF, Josh. Fenômenos sociais nos negócios: Groundswell. Trd. Sabine Alexandra Holler. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

LIMA JÚNIOR, Walter Teixeira. Mídia social conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital. Líbero, São Paulo, v. 12, n. 24, p. 95-106, dez. de 2009.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A tela global: Mídias Culturais e cinema na era hipermoderna". Trad. Paulo Neves. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LYRA, Bernadette.; SANTANA, Gelson. (orgs.). Cinema de bordas. São Paulo: ed. do Autor, 2006.

MACHADO, Arlindo. Pré-cinemas & pós-cinemas. 3ed. Campinas, SP: Papius, 2005.

MACIEL, Katia. (org.). Transcinemas. Rio de Janeiro: Contra-capas, 2009.

MAYR, Ernst. As revoluções científicas de Thomas Kuhn acontecem mesmo? In: Biologia, Ciência Única. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MANOVICH, Lev. Software takes command. 2008. Disponível: <http://softwarestudies.com/softbook/manovich_softbook_11_20_2008.pdf> acesso em 23/03/2009.

MATURANA, H. R.; VARELA, F.J.G. A árvore do conhecimento: as bases biológicas da compreensão humana. 2ª Ed. Tradução Humberto Mariotti e Lia Diskin. São Paulo: Palas Athenas, 2002. Disponível em <http://www.ricesu.com.br/colabora/n11/artigos/n_11/id04f.htm> acesso em 20/06/2010.

MCLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Editora Cultrix, 1979.

MENEZES, José Eugenio. Cultura do Ouvir: os vínculos sonoros na contemporaneidade. Líbero. Ano XI, n. 21, 2008. p. 111-118.

METZ, Christian. [et. Alii]. A análise das imagens. Trad. de Luiz Costa Lima e Priscilla V. de Siqueira. Petrópolis: Vozes, 1973.

METZ, Christian. A significação no cinema. Trad. Jean-Claude Bernadet. São Paulo: Perspectiva, 2004.

MISES, Ludwig Von. Human Society. Disponível em <<http://mises.org/daily/2813#part1>> acesso em 25/08/2010.

MONTARDO, Sandra Portella. Conteúdo Gerado pelo Consumidor: Reflexões sobre sua apropriação pela Comunicação Corporativa. Trabalho apresentado no GP Ciberultura, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.

MORAIS, Regis de. A ciência. In: Filosofia da Ciência da Tecnologia. SP: Papirus, 1998.

MURPHY, Robert P.; GABRIEL, Amadeus. Study Guide to human action: a treatise on economics. Ludwig von Mises Institute, 2008. Disponível em <<http://mises.org/books/humanactionstudy.pdf>> Acesso em 25/08/2010.

MUSBURGER, ROBERT B.. Single-Camera Video Production. Elsevier, 2010.

NOSONGO, Nicola. Extinção dos Tecnossauros, A Histórias de tecnologias que não emplacaram. São Paulo: UNICAMP, 2008.

O'REILLY, Tim. What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, 2005. Disponível em < <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>> acesso em 17/01/2010.

OROZCO GOMEZ, Guillermo. O telespectador frente à televisão. Uma exploração do processo de recepção televisiva. In: Revista Comunicare, São Paulo, Faculdade Cásper Líbero. Vol5, n1, 1º semestre 2005 p27-42.

PATRIOTA, Karla Regina; SILVA, Izabela. Netizens e prosumers: novas mídias, co-criação e consumerismo político. Trabalho apresentado no GP Publicidade - Marcas e Estratégias do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010.

PEIRCE, Charles Sanders. Divisão do signos. In: Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 1977.

PEREIRA, Vinícius A, (org), Cultura digital trash: Linguagens, Comportamentos e Desafios. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

PEREIRA, V.A e HECKSHER, A. D..Práticas de Comunicação em Redes Teleinformáticas e A Lógica das Linguagens Digitais Construindo Modelos de Propaganda e de Marketing no Ciberespaço, 2007. Disponível em <www.andreahecksher.com/relatorio_parcial_caepm> acesso em 03/08/2010.

_____. Economia da Atenção e Mensagens Publicitárias na Cultura Digital Trash. 2008 (Artigo apresentado no congresso Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1128-1.pdf>> acesso em 23/05/2009.

PIGNATARI, Décio. Contracomunicação. São Paulo: Perspectiva, 1973.

PINTO, Álvaro Vieira. O conceito de Tecnologia. São Paulo: Editora Contraponto, 2005.

PUTNAM, Robert D. *Bowling Alone. The collapse and Revival of American Community*. New York: Simon e Schuster, 2000.

RECUERO, Raquel da Cunha. Um estudo do Capital Social gerado a partir de Redes Sociais no Orkut e nos Weblogs. Artigo publicado na Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, Vol. 1, No 28 (2005a) disponível em: <<http://www.pontomidia.com.br/raquel/arquivos/composraquelrecuero.pdf>>. acesso em 12/08/09.

_____. *Redes Sociais na Internet: Considerações Iniciais*. E Compós, v. 2, 2005.

RICHARDSON, Iain E. G. *Video Codec Design*. John Wiley & Sons, Ltd., 2002.

RIFKIN, Jeremy. *A era do acesso*. São Paulo: Makron books, 2001.

RÜDIGER, Francisco. *Cibercultura e pós-humanismo: exercícios de arqueologia e criticismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. *Por que as artes e as comunicações estão convergindo?* São Paulo: Paulus, 2005.

SANTANA, Gelson. *Cinema de bordas*. São Paulo: Ed. Do Autor, 2006.

SANTANA, Ivani. Sobre as não-coisas, de Vilém Flusser. Disponível em <<http://revista.cisc.org.br/ghrebh2/artigos/02ivanisantana032003.html>>. Acesso em 15/01/10.

SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (Org.). *Cultura digital.br*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/09/cultura-digital-br.pdf>> acesso em 27/09/2009.

SBARAI, Rafael. *Motivações do cidadão-repórter na produção jornalística em ambientes virtuais: incentivo, recompensa e reconhecimento*. Artigo publicado na revista eletrônica ComTempo do programa de pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero. Disponível em <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo/article/view/6915/6482>> acesso 23/03/2009.

SHENK, David. *Datasmog: surviving the information glut*. Nova York: HaperCollins, 1997.

SILVA, Julia Lucia Albano da. *Rádio: oralidade mediatizada. O spot e os elementos da linguagem radiofônica*. São Paulo: Annablume, 1999.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. *Comunicação digital, redes virais e espectro aberto*. LÍBERO - Ano X - no 19, p. 83- 92, - Jun 2007.

SMIERS, Joost. *Artes sob pressão*. São Paulo: Escrituras editora, 2003.

SMITH, Adam. *A riqueza das nações*. São Paulo: Ed. Momento Atual, 2003.

SOKAL, Alan; BRICMONT, Jean. Imposturas Intelectuais: o abuso da Ciência pelos filósofos pós- modernos. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SOUZA, Lígia Maria Trigo de; SAAD, Beth. A autoria do público na mídia digital. Artigo apresentado no GT Teorias, II Encontro da Ulepigg (União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura), Bauru, São Paulo, 2008. Disponível em<http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/ulepigg2008/anais/2008_Ulepigg_1244-1266.pdf>. acesso em 09/05/2009.

SQUIRRA, S. e FECHINE, Y. (orgs.). Televisão digital: desafios para a comunicação. Livro da COMPÓS – 2009. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SQUIRRA, Sebastião. O século dourado: a comunicação eletrônica nos Estados Unidos. São Paulo: Summus, 1995.

STRAUBHAAR, J. & LAROSE, R., Comunicação, mídia e tecnologia. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

TADDEI, Nazareno. Leitura estrutural do filme. São Paulo: Loyola, 1981.

TAPSCOTT, Dan. WILLIAMS, Anthony. Wikinomics. Como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

VALADARES, J. H. O que é cooperar. [Editorial]. Revista Sebrae, artigo de capa. 1992. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/revistasebrae/07/artigodecapa_05.htm>.

XAVIER, Ismail (org.). A Experiência do Cinema. Graal, 1983.

XAVIER, Ismail. O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência. 3ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

ANEXO

Re:Coletivo, coletivos experimentais. Produção de Marcos Ryo. 2011. 1
DVD-ROM, son., color.