

**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI  
EDSON ANDRADE**

***PLAY IT AGAIN, SAM:*  
A CULTURA EM FLUXO DO REMIX NO VÍDEO ONLINE**

São Paulo  
2011

**EDSON ANDRADE**

***PLAY IT AGAIN, SAM:***  
**A CULTURA EM FLUXO DO REMIX NO VÍDEO ONLINE**

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, área de concentração em Comunicação Audiovisual da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Gelson Santana Penha.

São Paulo  
2011

A566p Andrade, Edson  
Play it again, Sam: a cultura em fluxo do remix no video  
online / Edson Andrade. – 2011  
128f.: il.; 30 cm.

Orientador: Gelson Santana Penha  
Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade  
Anhembi Morumbi, São Paulo, 2011.  
Bibliografia: f. 116-117.

1. Comunicação. 2. Cultura. 3. Remix. 4. Audiovisual.  
5. Fluxo. 6. Comunicação pós-massiva. 7. Táticas  
comunicacionais. I. Título.

CDD 302.2

**EDSON ANDRADE**

***PLAY IT AGAIN, SAM:***  
**A CULTURA EM FLUXO DO REMIX NO VÍDEO *ONLINE***

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, área de concentração em Comunicação Audiovisual da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Gelson Santana Penha.

Aprovado em 12/12/2011

---

Prof. Dr. Gelson Santana Penha/UAM

---

Profa. Dra. Bernadette Lyra /UAM

---

Profa. Dra. Rose de Melo Rocha/ESPM

*Dedico este trabalho à minha mãe,  
que sempre me lembra que tenho que dormir  
e nunca me deixa sair de casa sem levar um agasalho...*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço de coração a todo o corpo docente do Mestrado em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi pela paciência e carinho que tiveram comigo nesta jornada.

Agradeço especialmente ao meu orientador, o professor Gelson Santana, pelos *insights* valiosos sobre a natureza da Cultura Pop que tanto me fascinaram.

Agradeço também à professora Bernadette Lyra pelas aulas “suculentas”, pela contribuição na banca de qualificação e pelo carinho e confiança que sempre me dispensou.

Um agradecimento especialíssimo à professora Laura Cánepa pela atenção à minha qualificação e por todas as valiosas anotações que me deu.

Agradeço também aos meus queridos amigos, o Dr. Marcus Bastos e a professora Gisela Domschke por todas as incríveis referências que me deram tão cedo neste processo.

Por último, mas não menos importante, agradeço à minha querida irmã, a professora Valéria Andrade por todo o acompanhamento atencioso ao meu trabalho.

## RESUMO

Esta pesquisa parte do pressuposto que o vídeo remix se constitui a partir de *templates*, ou formas pré-estabelecidas. Assim sendo, remix é entendido, nesta dissertação, como o ato de refazer, retomar, a forma e o conteúdo de um produto audiovisual. Esse retomar é permeado pelos processos de sociabilidade que modelam o que se pode definir por “cultura remix”. Uma cultura que dentro das tendências atuais da comunicação pós-massiva se apresenta prioritariamente como processo emergente da “era digital”. Portanto, os processos de produção e fluxo do vídeo remix estão diretamente ligados as condições sócio-técnicas atuais que estão majoritariamente centradas nas tecnologias digitais. Apesar disso, as etapas que conformam o remix são as mesmas encontradas em qualquer outro espaço de criação: organização, recombinação e transformação. Partimos da teoria “database como forma simbólica”, de Lev Manovich; e do conceito de modos de acesso cultural nos modelos RW (read/write) e RO (read-only), de Lawrence Lessig, para pensar o remix não como uma quebra radical com os modos de produção cultural anteriores, mas como uma outra tática de organização destes mesmos e que vem sendo cada vez mais incorporada às estratégias contemporâneas de comunicação. Observamos toda uma espécie de acoplagem entre formas padrão de narrativas e databases (base de dados) e entre táticas e estratégias utilizadas para contextualizar as condições nas quais o remix se assenta como produto midiático. Pensados em termos de reorganização, estes conceitos tendem a sofrer alterações quando utilizados a partir de uma lógica digital. Assim o remix constitui um espaço capaz de produzir narrativas dentro da lógica da database (banco de dados). Os processos que enformam o vídeo online não levam em conta qualquer fator histórico-temporal, mas estão claramente marcados pela produção de presença que coloca em segundo plano a produção de sentido. Por isso, a performance é mais importante do que a emergência do esteticismo historicamente constituído. Podemos observar estes fatores no estudo de caso onde o fluxo das manifestações de Remix, o Remix Social, é baseado em ideais coletivos, alinhados às possibilidades da Web 2.0 e que, ao mesmo tempo, funciona como uma espécie de marca de sociabilidade midiática. Pensando o contemporâneo como marcado pela construção de uma coletividade virtual, o remix mostra seu potencial como ferramenta de transformação política e social.

Palavras-chave: Cultura Remix. Audiovisual. Fluxo. Comunicação Pós-Massiva. Táticas Comunicacionais.

## ABSTRACT

This research starts by assuming that Video Remix is built from structural *templates*. Remix is understood as a way to redo and recall both form and content of audiovisual works. It's like a flow that permeates culture as a whole appearing within the social processes of the so-called Remix Culture, which can be identified and mapped. We see our period in time as the Post-Mass Media phase and Remix happens within the constraints defined by Digital Age. Therefore, the flow and making of Remix is related to the socio-technical conditions of the contemporary times and it is facilitated by digital technologies. Despite it, the stages from which Remix emerges - collecting material, organizing it, recombining it and transforming it - are the very same ones found at any level of creation. Supported by Lev Manovich's "Database as a Symbolic Form" theory and by Lawrence Lessig's conceptualization of the RW (read/write) and RO (read-only) modes of cultural access, we understand that Remix is not a radical break from the cultural mode of production that precedes it, but rather a reorganization of the same concepts already given, only that these concepts shift meaning under digital logic, so, these shifts between narratives and databases; and between tactics and strategies are used to put the conditions in which Remix occurs into context. Therefore, Remix is the force that makes up narratives from a Database logic. The processes that mold online video are not determined by any historicist concept and they clearly privilege its production of presence rather than its production of meaning. This is why its performance is more important than the establishment of a historical aesthetics associated with it. By following the flow in the case study we could notice the emergence of Social Remix, based on collective ideals, in tune with web 2.0 concepts and functioning as a kind of social reality transmuted into media. Thinking about the contemporary times as being defined by the construction of a virtual collectiveness, Remix shows its potential strength as a tool for political and social transformation.

Key-words: Remix Culture. Audiovisual. Flow. Post-Mass Media Studies. Media Tactics.



## LISTA DE FIGURAS<sup>1</sup>

Figura 1: Casablanca, 1942.	11
Figura 2: Everything is a Remix, 2011.	19
Figura 3: Chad Vader - Day Shift Manager, 2007.	47
Figura 4: Eu Rou Rica.	48
Figura 5: Numa, Numa.	48
Figura 6: Interstella 5555.	50
Figura 7: Dragon Ball Z.	51
Figura 8: Final Fantasy.	51
Figura 9: Peter Pó.	54
Figura 10: Brokeback to the Future.	54
Figura 11: Weslian Roriz.	59
Figura 12: David After Dentist After Remix na iTunes Music Store.	62
Figura 13: Ruth Lemos.	63
Figura 14: The Machine is Us/ing Us.	64
Figura 15: Lip Dub “Flagpole Sitta”.	66
Figura 16: Lip Dub “Hey Soul Sister” (University of Vic).	68
Figura 17: Smartmob - Comercial da VTM “Do, Re, Mi”.	70
Figura 18: Life in a Day, 2011.	72
Figura 19: Julian Sanchez.	75
Figura 20: Banda Phoenix.	76
Figura 21: Álbum Wolfgang Amadeus Phoenix.	76
Figura 22: New York Magazine, julho de 1985.	78
Figura 23: Página do Mashup do usuário <i>avoidantconsumer</i> no YouTube.	83
Figura 24: The Breakfast Club, direção: John Hughes, 1985.	84
Figura 25: Pretty in Pink, direção: Howard Deutch, 1986.	85
Figura 26: Mannequim, direção: Michael Gottlieb, 1987.	86
Figura 27: Footloose, direção: Herbert Ross, 1984.	87
Figura 28: Cena do baile de Pretty in Pink.	89
Figura 29: Dança em fila de Footloose.	89
Figura 30 e 31: Cenas de pés e dança em fila de O Clube dos Cinco.	91
Figura 32: Brooklyn Brat Pack Mashup.	94
Figura 33: Composite de cenas de “Brat Pack Mashup” e “Brooklyn Mashup”.	96
Figura 34: Comparativo “O Clube dos Cinco” e “Brooklyn Mashup”.	97
Figura 35: Comparativo “Pretty in Pink” e “Brooklyn Mashup”.	97
Figura 36: Comparativo “Manequim” e “Brooklyn Mashup”.	98
Figura 37: Festa no telhado vizinho à locação do Brooklyn Mashup.	99
Figura 38: Créditos do vídeo do Brooklyn Mashup sobre a ponte do Brooklyn.	101
Figura 39: Fotos do Mashup de São Francisco.	102
Figura 40: Características marcantes do template do “Brooklyn Mashup”.	104
Figura 41: Foto “Mashup São Francisco” emulando Duckie de “Pretty in Pink”.	105
Figura 42: Flagra de copo no “Mashup de São Francisco”.	106
Figura 43: Encontro dos criadores do Mashups do Rio de Janeiro e de Curitiba.	107
Figura 44: Família emulando seu Mashup em Curitiba.	108
Figura 45: Mashup dos funcionários da Lush em Paris.	108
Figura 46: Composite de diferentes Mashups.	109

---

<sup>1</sup> Todas as imagens utilizadas nas figuras são capturas de tela dos vídeos citados no texto e suas fontes são os endereços eletrônicos dos próprios vídeos nas notas de rodapé.

# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	11
1. CULTURA REMIX .....	18
1.1 Comunicação Pós-Massiva.....	21
1.2 Ecologia da Comunicação e Rumos do Vídeo Online .....	22
1.3 Modo de produção da Cultura Remix .....	28
1.4 Fluxo do Remix no Vídeo Online .....	30
1.5 Alternâncias Dicotômicas da Era Digital .....	33
1.5.1 <i>Narrativa X Database</i> .....	34
1.5.2 <i>Tática x Estratégia</i> .....	36
2. VÍDEO REMIX .....	40
2.1 Template como Estrutura Formal.....	41
2.1.1 <i>Tributos de Fã</i> .....	44
2.1.2 <i>Apropriação de Personagens</i> .....	46
2.1.3 <i>Dublagens</i> .....	47
2.1.4 <i>AMVs - Anime Music Video</i> .....	49
2.1.5 <i>Mashups</i> .....	52
2.1.6 <i>Trailer Recut</i> .....	54
2.1.7 <i>Remix Político</i> .....	56
2.1.8 <i>Meme Remix</i> .....	60
2.1.9 <i>Meta Remix</i> .....	63
2.1.10 <i>Lip Dub</i> .....	65
2.1.11 <i>Smartmob Remix</i> .....	69
2.1.12 <i>Projetos Concebidos para Remix</i> .....	71

3. FLUXO DO REMIX NO CASO BRAT PACK/LISZTOMANIA .....	74
3.1 A música Lisztomania .....	75
3.2 Os filmes do Brat Pack .....	78
3.3 O primeiro mashup.....	83
3.3.1 <i>O Clube dos Cinco</i> .....	84
3.3.2 <i>A Garota de Rosa Shocking</i> .....	85
3.3.3 <i>Manequim</i> .....	86
3.3.4 <i>Footloose</i> .....	87
3.4 Os componentes de Presença e de Sentido do mashup.....	88
3.5 O Remix do Brooklyn .....	94
3.6 O Remix de San Francisco .....	102
3.7 Outros Remixes do fluxo .....	107
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	112
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	116
ANEXO I - Glossário.....	118
ANEXO II - Lista de vídeos pesquisados do caso Brat Pack/Lisztomania .....	125
ANEXO III - DVD Play it Again, Sam: um fluxo de Remix offline.....	127

## INTRODUÇÃO

Um dos maiores clássicos do Cinema romântico é o filme *Casablanca* (direção: Michael Curtiz, 1942). O filme se passa no Marrocos durante a ocupação nazista na Segunda Guerra Mundial. Rick Blaine, personagem de Humphrey Bogard, é um homem dividido entre o “amor e a virtude” como o define um dos personagens do filme. Para ajudar Ilsa Lund (Ingrid Bergman) e seu atual marido escaparem dos nazistas, ele tem que abdicar de seu amor pela ex-amante e esquecer do romance que viveram em Paris.



Figura 1: Casablanca, 1942.

Uma das falas mais associadas ao filme é “*Play it again, Sam*” (Toque outra vez, Sam) e poderia ser considerada uma das citações mais famosas do Cinema se não fosse um pequeno detalhe: a frase nunca é dita no filme. Quando Ilsa entra pela primeira vez no Café de Rick, ela reconhece o pianista Sam e lhe pede: “Toque uma vez, Sam, pelos velhos tempos.” Ele finge desconhecer sobre o que ela fala e ela insiste: “Toque, Sam, toque ‘*As time goes by*’.” Em outro momento do filme, é Rick quem se dirige ao pianista e diz: “Você tocou pra ela, você pode tocar pra mim. Se

ela pode aguentar, eu também posso! Toque!”. Embora, o sentido seja próximo, a tal frase “Toque outra vez, Sam” nunca é realmente dita no filme.

Esta particularidade do filme *Casablanca* serve para ilustrar como o conceito de objeto cultural é entendido nesta pesquisa. Aqui o compreendemos como algo que vai muito além dos produtos culturais; assim o objeto cultural de *Casablanca* não é só o filme mas todo o imaginário popular da cultura compartilhada em torno dele. Nestes termos, a citação equivocada atribuída ao filme faz parte deste objeto cultural tanto quanto as verdadeiras falas do filme. Sua associação com *Casablanca* pode ser considerada, por exemplo, tão legítima quanto o filme de Woody Allen, *Play it again, Sam* (1972) que efetivamente constrói em cima do original.

Para estudar o Remix, não vamos tentar definí-lo, mas antes reconhecer como e onde ele se manifesta no processo comunicacional. O recorte de estudar o vídeo online que faz uso do Remix partiu da constatação de que sempre acabo usando o Remix em pelo menos uma parte do meu processo criativo. Daí veio a vontade de estudar o Remix neste contexto de utilização mais amplo: o Remix permeando todo o processo comunicacional e criativo e não apenas o Remix visto como uma técnica específica de reciclagem de produtos culturais pré-existentes, como é comumente descrito.

Sou, antes de qualquer coisa, um realizador de audiovisual online e foi na condição de realizador (e professor) que me interessei pela ideia de fazer um mestrado, ou seja, para entender melhor a própria mídia com que trabalho e para de alguma forma estar envolvido e exposto ao pensamento crítico que ainda esta se configurando sobre o que é esse tal vídeo online e como ele se diferencia do audiovisual tradicional.

Com o aparecimento do YouTube em 2005 e hoje, com seus 3 bilhões de vídeos assistidos por dia, o vídeo online se tornou onipresente como parte do cenário da nossa cultura digital, estando presente nas mais diversas plataformas e desenvolvendo uma estética particular no ecossistema da internet. Apesar disso, ele ainda está no seu estágio inicial de desenvolvimento e não se sabe ao certo como irá se transformar. De alguma forma, este momento nos faz pensar no nascimento do Cinema no fim do século XIX, onde ninguém poderia prever no que ele se transformaria. Agora, no começo do século XXI, somos apresentados a este novo modelo - o vídeo online - e mais uma vez, quem pode arriscar prever onde vai dar? É fascinante fazer parte deste momento histórico e tecnológico. Enveredar pela

pesquisa acadêmica do tema foi, portanto, um passo natural em função do meu interesse e participação prática enquanto realizador nesta arena.

Na transposição da minha vontade e intuição para um projeto de pesquisa científico, entendi que meu tema é a Cultura Remix e que meu objeto de pesquisa deveria ser entendido como o fluxo do Remix no vídeo online e não uma obra específica. A ideia de investigar o Remix no fluxo, me permitiu olhar não só para obras audiovisuais onde o Remix poderia ser visto no uso e reconfiguração de material pré-existente, mas também observá-lo nos processos sociais que permeiam a comunicação contemporânea. Assim surge o problema da pesquisa: o Remix realmente se manifesta ao longo de todo o processo comunicacional? E se a resposta for afirmativa, como estes mecanismos se configuram?

A gênese para a abordagem que tomo nesta pesquisa vem da minha experiência em sala de aula. Como professor, tenho desenvolvido um projeto com meus alunos; trata-se de uma proposta prática do uso do Remix para o aprendizado das ferramentas e estratégias de comunicação pelo audiovisual. O projeto parte da produção de um material audiovisual coletivo, filmado com a participação da turma toda e que depois é trabalhado individualmente na edição de um *music video*<sup>2</sup> por cada aluno, o processo se finaliza com a postagem destes vídeos online<sup>3</sup>. Como este projeto já vem ocorrendo há vários semestres, as novas turmas que o realizam tem acesso aos vídeos já produzidos e formando assim uma espécie de comunidade em torno do projeto.

As observações e percepção dos resultados destas aulas foram o estopim do que acabou se tornando este projeto de pesquisa. As interações sociais que acontecem quando filmamos o material que trabalhamos em aula; o uso do Remix não apenas como ferramenta de reciclagem de mídias pré-existentes, mas como componente estrutural e nivelador no processo criativo (o template); a comunicação estendida e a conversação que acontece pela distribuição em rede dos vídeos finais, tudo isso, formava uma percepção empírica de como acontecia o trabalho com o Remix e da minha intenção em poder trazê-lo para a pesquisa acadêmica.

---

2 Não gosto do termo *videoclipe*, mais comumente usado no Brasil, porque o considero pouco preciso, principalmente quando usado dentro do contexto do *vídeo online*, onde o termo *videoclipe* se refere a qualquer segmento de vídeo, não trazendo nenhuma associação específica como o audiovisual produzido para músicas, ou *music video*, como prefiro chamá-lo nesse texto.

3 Os vídeos resultantes desse projeto, hospedados no Vimeo, podem ser vistos compilados no site no hub *Videohood Jukebox* em <http://videohood.net>

Assim procurei o mestrado para tentar entender melhor como se articulam as práticas sociais que percebia instintivamente no Remix e como este processo se desdobra. Neste percurso, pude me aproximar do pensamento crítico que está sendo desenvolvido sobre o vídeo online e sobre a Cultura Remix.

Durante o processo de revisão de literatura, pude entrar em contato com obras que foram fundamentais para embasar a pesquisa., como, por exemplo, parte da obra de Lev Manovich e seu livro mais famoso “The Language of New Media” (1999) artigos mais recentes, sobretudo “What comes after Remix?” (2007) e “The Practice of Everyday (Media) Life” (2008), que me acompanharam por todo o período de pesquisa e são trabalhos aos quais sempre retorno para encontrar meu foco e descobrir *insights* valiosos.

Como meu interesse específico é no estudo do vídeo online, uma modalidade midiática relativamente nova, a literatura específica sobre o tema ainda é pouco extensa, sobretudo no que se refere ao campo de teorias e metodologias específicas. Por isso, não posso quantificar o quão valioso foi entrar em contato com o “Institute of Network Cultures”, de Amsterdam na Holanda. Um dos projetos deste instituto, coordenado por Geert Lovink, é o “VideoVÍdeo Vortex”, um projeto que se ocupa justamente em estudar as características e peculiaridades do vídeo online. Em 2007 eles organizaram um primeiro congresso em Bruxelas, na Bélgica e desde então, já se somam seis congressos ao todo. O “VideoVÍdeo Vortex” se firmou como um *network* ativo e internacional que reúne artistas, ativistas, curadores e pesquisadores que compartilham e trocam informações nos congressos, em website, *mailing list* e, até agora, gerou duas publicações reunindo artigos interessantíssimos sobre o vídeo online, o *VideoVÍdeo Vortex Reader* volumes I e II. Infelizmente não pude participar de nenhum destes congressos (todos realizados em diferentes cidades da Europa) mas, pela própria natureza do objeto de estudo do VideoVÍdeo Vortex, muito deste material é disponibilizado gratuitamente na web: são vídeos das diversas palestras apresentadas, *posts* sobre assuntos pertinentes no site, *mailing list* do grupo e até o download dos dois *Readers* publicados. Muito do que tenho pesquisado vem de vídeos encontrados justamente no espaço online de meu interesse. Muito do material escrito da minha pesquisa também pode ser baixado gratuita e legalmente da web, disponibilizados para download com alguma licença da *Creative Commons*. O livro *Remix* de Lawrence Lessig, um dos criadores da *Creative Commons*, é provavelmente a obra que mais me influenciou na visão de como a Cultura Remix se configura. Lessig faz um estudo extremamente

contundente não só da Cultura Remix, mas sobretudo da importância de se repensar a questão dos direitos autorais e da propriedade intelectual nos nossos dias. Embora central na questão do vídeo online e do Remix, a problemática da legalidade e a discussão sobre o direito autoral não são o foco desta pesquisa. Aqui buscamos entender como o fenômeno do Remix se manifesta no audiovisual.

Estes autores são a base do capítulo 1 nesta dissertação onde começo situando em que ponto nos encontramos na Comunicação, trabalhando em termos de Comunicação Pós-Massiva e da Ecologia da Comunicação. Defino o modo de acesso cultural que a Cultura Remix pressupõe, e parto para uma problematização do fluxo do Remix no qual destaco algumas alternâncias que ocorrem na Era Digital e que acredito apontarem para um melhor entendimento dos processos que definem o próprio uso do Remix: as alternâncias entre narrativa e database e as alternâncias entre táticas e estratégias.

O capítulo 2 identifica *templates* como o ponto de partida para as categorizações apresentadas do Remix no vídeo online. Neste capítulo, destaco vários exemplos de vídeo que exploram as diferentes manifestações do Remix com base no tipo de material usado, no domínio das estratégias da linguagem audiovisual, no desenvolvimento em termos narrativos, dentre outros.

Para o capítulo 3, realizei um estudo de caso que busca evidenciar e seguir o fluxo do Remix num exemplo concreto. Acredito ter tido uma imensa sorte ao me deparar (numa palestra de Lawrence Lessig) com os vídeos de Remixes do caso Brat Pack/Lisztomania que permitiram o estudo do Remix como um fluxo da maneira como eu gostaria. Este fluxo começou com um Remix típico de reciclagem de produtos culturais reconfigurados, onde um usuário do YouTube (*avoidantconsumer*) fez um vídeo remixando cenas de vários filmes de temática adolescente dos anos 1980, conhecidos como filmes do *Brat Pack* (O Clube dos Cinco, A Garota de Rosa Shocking, Footloose e Manequim) com uma música atual da banda Phoenix chamada *Lisztomania*. Este Remix inicial influenciou um grupo de amigos em Nova York (no Brooklyn mais especificamente) que resolveram “homenagear” o Remix reencenando-o com seus próprios amigos; esse *remake* do Remix original influenciou, por sua vez, um grupo de amigos de São Francisco que viu uma proposta de projeto, um *template* e assim também produziram seu próprio *remake* do *remake* do Remix. A partir daí, muitos outros aderiram à proposta e também começaram a fazer e postar online suas versões para o projeto, evidenciando o fluxo que o Remix percorreu.



O uso do Remix neste fluxo se caracteriza por uma associação à comunidade de produtores dos Remixes, produzindo versões que, além de referenciar o Remix original, acrescentam o elemento das realidades sociais e dos espaços urbanos dos grupos que as produzem. Isso é o que chamamos, na dissertação, de Remix social.

Observar este fluxo não só me possibilitou trabalhar o Remix como um processo, mas também ilustrou um tipo de comunicação essencialmente midiática onde as possibilidades de representação das realidades locais são articuladas em termos globais. Esta noção da onipresença midiática na comunicação pós-massiva é justamente como contextualizo a comunicação contemporânea na pesquisa e o estudo de caso, acredito, é um ótimo exemplo de como esse processo acontece.

Vale a pena lembrar ainda que a música também tem um papel fundamental no entendimento do Remix. Primeiro porque foi nesta indústria que a prática começou (com o aparecimento de *samplers* e outras tecnologias eletrônicas) e onde seu uso já está mais maduro, regulamentado e institucionalizado (servindo de precedente para o Remix no audiovisual), e segundo, porque é também a música o elemento mais comum de Remix encontrado no audiovisual, servindo como uma espécie de agente equalizador que une as diversas manifestações do Remix no audiovisual. Em seu livro *Rhythm Science*, Paul D. Miller A.K.A DJ Spooky that Subliminal Kid (2004), explora a idéia do Remix como um processo mental capaz de juntar todo tipo de manifestação cultural. Parte da figura do DJ como sendo um filtro cultural que atua re combinando elementos e objetos culturais e os re representando à sociedade. Para ele, o Remix é tudo, é o conceito com o qual analisa e compreende a sociedade. A atividade do DJ ganhou força e foi legitimada ao longo dos anos, sobretudo nas décadas de 1980 e 1990. Hoje, é parte fundamental do processo criativo da música que já prevê o Remix desde a concepção, planejando os diferentes elementos de uma música em função da mixagem.

Facilitado pelas tecnologias digitais, o Remix migrou para o audiovisual (e para muitas outras esferas) mas ao contrário do que acontece com a música, na produção audiovisual, o conceito de Remix não é totalmente assumido apesar de estar assimilado e difundido em todos os níveis da produção cultural moderna e fazer parte do processo criativo de produtores de conteúdo de todos os níveis, desde os amadores até os profissionais do *mainstream*.

Complementando a dissertação, existem três anexos: o anexo I é um glossário explicando alguns termos técnicos ou de outro idioma utilizados ao longo da dissertação. O anexo II é uma lista de endereços eletrônicos de vários vídeos que

fazem parte do caso Brat Pack/Lisztomania, caso o leitor queira observar mais exemplos e desdobramentos daquele fluxo de Remix específico. O anexo III é um DVD, o Play it Again, Sam: um fluxo de Remix offline. Este DVD é uma compilação offline de vários vídeos online estudados durante a pesquisa e aqui agrupados nas categorizações propostas na dissertação (capítulo 2) . Também mostra alguns dos vídeos principais do caso Brat Pack/Lisztomania. O DVD é complementar à dissertação e serve para que o leitor possa acompanhar e referenciar os vídeos que serão discutidos ao longo do trabalho.

## 1. CULTURA REMIX

O filme do diretor americano Kirby Ferguson (2011) já anuncia sem rodeios no título: *“Everything is a Remix”*<sup>4</sup>(Tudo é um Remix).

O documentário, disponível online e dividido em 4 partes, começa com um prólogo tentando justamente definir o que é Remix. Os créditos de abertura emulam o estilo dos créditos de *Star Wars* (dir: George Lucas, 1977) e o narrador define Remix como num verbete de dicionário: “Remix: combinar ou editar material existente para produzir algo novo”. A partir daí, vemos uma rápida introdução de como o termo “remix” surgiu na música e se desenvolveu paralelamente ao *Hip-Hop*, o primeiro gênero popular a incorporar o uso de amostras (*sampling*<sup>5</sup>) de gravações pré-existentes. Faz um panorama da gênese do *Hip-Hop* mostrando como a banda *Sugar Hill Gang*, no final de 1979, *sampleou* a base da música *Good Times* da banda *Chic* para gravar seu sucesso *Rapper’s Delight* (considerada a primeira gravação de *rap*) e continua mostrando as várias outras gravações onde esta mesma base vem sendo utilizada desde então. O documentário faz então uma elipse e o narrador conclui o prólogo:

Pule para o presente e todo mundo pode *remixar* tudo: músicas, fotos, vídeo, o que quer que seja e distribuir isto globalmente, quase que instantaneamente. Você não precisa de ferramentas caras, você não precisa de um distribuidor, você nem sequer precisa de habilidade! O Remix é uma arte popular (*folk*) e todos podem praticá-la. Ainda assim; coletar, combinar e transformar material são as mesmas técnicas usadas em qualquer nível de criação e você poderia inclusive dizer que tudo é um Remix.<sup>6</sup>

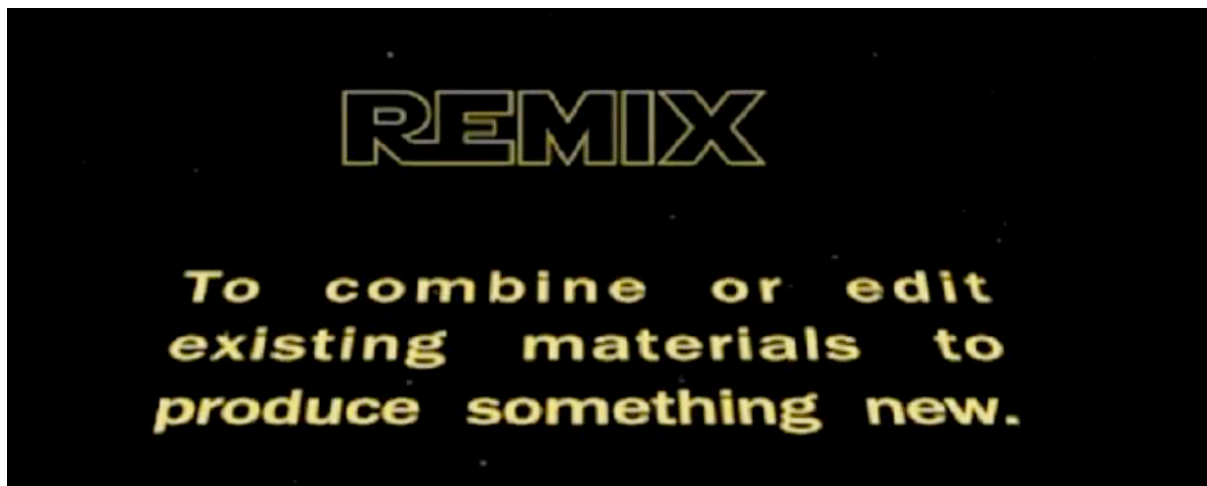
O documentário inteiro de Ferguson parte desta idéia - Tudo é um Remix - e busca traçar, assim, o perfil da chamada Cultura Remix. “Estamos vivendo numa Cultura Remix”, conclui Lev Manovich ao comentar sobre uma conferência onde viu executivos de empresas como Microsoft, Amazon e Yahoo descreverem suas novas tecnologias usando o conceito do Remix. “Se eu tivesse alguma dúvida de que

4 Disponível em <http://vimeo.com/14912890>, acessado em 15 de novembro de 2011, até a presente data 3 das 4 partes que formam o web documentário já foram lançadas.

5 *Samplers* são aparelhos musicais eletrônicos semelhantes aos sintetizadores, mas ao invés de gerarem sons, eles são carregados de gravações - ou *samples*, do inglês ‘amostras’- que são usadas para compor novas canções.

6 A narração do prólogo do documentário foi transcrita e traduzida pelo autor desta pesquisa e pode ser vista online no endereço <http://vimeo.com/14912890>, entre 1min14seg e 1min35seg.

estamos vivendo não simplesmente numa Cultura Remix, mas numa Era Remix, ela desapareceu naquela conferência” (MANOVICH, 2007, pg. 2).



**Figura 2: Everything is a Remix, 2011.**

O Remix está presente em todas as esferas da sociedade moderna, da música à moda, da programação de *software* à indústria automobilística, do entretenimento à administração de empresas. A lógica do Remix domina o cenário contemporâneo.

É significativo que falemos de uma Cultura Remix, porque ela é muito mais do que um mero movimento musical. Naturalmente, ela inclui produtos culturais - em outras palavras os próprios “trabalhos” em si. Mas ela está também e especialmente nos eventos nos quais estes “produtos” (ie, música e/ou vídeos) se encontram apresentados não de uma maneira verdadeiramente (re)criada e remixada toda vez. O Remix depende, acima de tudo, da maneira que o artista interage com sua máquina; das “amostras” escolhidas e como elas se relacionam; e na relação entre o trabalho (que é sempre um trabalho em andamento) e a audiência (BOISVERT, 2003).

O livro *Rhythm Science* de Paul D. Miller, A.K.A. DJ Spooky (2004) coloca, segundo Lev Manovich, “o ‘remix ilimitado’ como ‘A’ técnica política e artística de nosso tempo” (MANOVICH, 2007, pg. 4)

Se entrarmos no terreno antropológico a origem do Remix vai pra muito antes até mesmo do seu uso na música. Podemos argumentar que a cultura humana é sempre produto da apropriação, recombinação e reciclagem de culturas que nos antecederam, portanto uma cultura se forma do Remix de outras, por exemplo,

podemos pensar em como o Renascimento remixou os valores e a cultura clássica grega para romper com a Idade Média.

Mas se tudo é Remix; o que o torna um fenômeno contemporâneo? O que o caracteriza? Por quê hoje usamos o termo Remix e antes não?

Isto porque o Remix acontece num espaço técnico-social específico: a era digital. Esta era apresenta uma lógica específica de ver, lidar e compreender o mundo. As particularidades que esse ecossistema digital traz consigo, moldam as manifestações da produção cultural contemporânea. Como nos aponta Marcos Bastos (2007, p.28), “o Remix é a forma mais contemporânea de polifonia e, por se tratar de processo possível apenas em mídias eletrônicas e digitais, é mais fluído”.

A internet é o ambiente onde a convergência de todas as mídias acontece. O advento da internet nos computadores domésticos disponibilizou aos seus usuários um sistema de troca em tempo real pelo meio eletrônico, graças à conexão em rede. Para André Lemos (2003), a internet não é uma mídia no sentido que entendemos a mídia de massa, pois não há um único fluxo – as práticas não são vinculadas à uma ação específica.

Quando falo que estou lendo um livro, assistindo TV ou ouvindo rádio, todos sabem o que estou fazendo. Mas quando digo que estou na internet, posso estar fazendo todas estas coisas ao mesmo tempo, além de enviar emails, escrever em blogs ou conversar em um chat. Aqui não há vínculo entre o instrumento e a prática. A internet é um ambiente, uma incubadora de instrumentos de comunicação e não uma mídia de massa, no sentido corrente do termo (LEMOS, 2003)

Remix e tecnologia estão simbioticamente relacionados e devemos levar isto em consideração para compreendê-lo. Podemos ver semelhanças do Remix, por exemplo, com o termo apropriação, mas este termo não sugere que a fonte seja retrabalhada sistematicamente. Também podemos ver semelhança com as técnicas de colagem e *cut-up*<sup>7</sup> mas, enquanto estas criam sempre a colisão, o meio digital possibilita também o *blending*, a fusão. Nesta mesma linha, podemos compará-lo à paródia mas nem sempre é irônico e muitas vezes nem sequer apresenta uma visão crítica do material referenciado. Podemos ainda compará-lo à citação, mas a citação

---

<sup>7</sup> Técnica de combinação aleatória de texto que é recortado e recombinado para formar um novo. A prática remonta ao movimento Dadaísta e aos anos 1920 mas foi popularizada nos anos 1950 e 1960 pelo escritor William S. Burroughs.

talvez se assemelhe mais a outra prática contemporânea ao Remix, o *sampling*, já que não modifica o conteúdo original e atribui crédito à fonte.

Nesta pesquisa, não nos propomos a definir o que é Remix em poucas palavras (como num verbete categórico) mas antes observar onde e como ele se manifesta. Entendemos que o Remix está no fluxo do processo comunicacional, nas sociabilidades e na construção da própria cultura: da criação à obra, da produção ao consumo de objetos culturais. Ele é nativo da Era Digital, que traz consigo uma lógica própria e que vai definir como ele - o Remix - aparece nas diversas fases do processo comunicacional pós-massivo.

### 1.1 Comunicação Pós-Massiva

A Comunicação Contemporânea não pode mais ser vista nos mesmos termos da Comunicação de Massa na tradição teórica que prevaleceu no século XX, o fluxo da comunicação foi alterado pela tecnologia digital e pela Internet. As correntes teóricas principais no estudo de Comunicação de Massa no século XX partiam de um modelo no qual emissor e receptor estavam nitidamente separados no processo comunicacional. André Lemos propõe que a comunicação social tenha entrado na fase pós-massiva, marcada pela liberação do pólo da emissão - considerando o par clássico emissor/receptor da comunicação de massa. As mídias de função pós-massiva, segundo Lemos, operam por meio das redes telemáticas, onde qualquer um pode produzir informação, liberando o pólo da emissão. Neste caso, o produto é personalizável e, na maioria das vezes, insiste em um fluxo bidirecional chamado “todos-todos”, diferentemente das mídias de função massiva e seu modelo “um-todos”. Ao contrário das mídias de função massiva, não agem por *hits*, mas por nichos e não competem entre si por verbas publicitárias (LEMOS, 2007).

Não é a informação e sim a conversação o que define a Comunicação Pós-Massiva. A Cultura Remix é toda baseada nesta lógica, quer seja no uso reciclado de objetos culturais, quer seja no simples compartilhamento de vídeos entre amigos ou até mesmo em processos sócio-midiáticos mais elaborados.

A nova esfera conversacional se caracteriza por instrumentos de comunicação que desempenham funções pós-massivas (liberação do pólo da emissão, conexão mundial, distribuição livre e produção de conteúdo sem ter que pedir concessão ao Estado), de ordem

mais comunicacional do que informacional (mais próxima do 'mundo da vida' do que do 'sistema'), alicerçada na troca livre de informação, na produção e distribuição de conteúdos diversos, instituindo uma conversação que, mesmo sendo planetária, reforça dimensões locais. As tecnologias da comunicação e da interação digitais, e as redes que lhe dão vida e suporte, provocam e potencializam a conversação e reconduzem a comunicação para uma dinâmica na qual indivíduos e instituições podem agir de forma descentralizada, colaborativa e participativa (LEMOS, 2010).

Um dos desafios da contemporaneidade é compreender as potencialidades que os meios pós-massivos nos abrem. O local e o global fazem parte de uma percepção e representação comum, já que partem de uma mesma centralidade midiática. Como a realidade midiática suplantou a experiência natural de percepção do mundo, não é mais possível pensar numa expressão cultural genuinamente popular e local, essa expressão "local" vai ser articulada em termos globais. O "mundo" midiático não só é mais forte que o "natural", ele é a única possibilidade de articulação dos discursos e das narrativas contemporâneas, independente de onde elas surjam, será na centralidade midiática que as representações vão encontrar um fator equalizador e portanto, só assim podem ser apresentadas.

As condições simbólicas de produção, que costumam determinar a emergência das narrativas, não são mais importantes que as estratégias e as condições de circulação do produto, no campo do audiovisual. Dessa forma, as culturas locais encontram-se descentradas em função de uma única centralidade midiática, capaz de administrar uma experiência global dentro de toda uma circularidade nos meios massivos. As estratégias, então, se fundamentam no processo de converter o que seria manifestamente local em realidade global (SANTANA, 2010).

Se por um lado os indivíduos gozam de uma liberdade de expressão nunca antes experimentada, isso ainda está longe ser aproveitado no seu melhor e os benefícios sociais e políticos ainda não são tão nítidos. Por outro lado, as instituições que antes detinham todo o pólo emissor da comunicação estão tentando se adaptar a nova realidade e aprender como se utilizar delas para seus propósitos.

## **1.2 Ecologia da Comunicação e Rumos do Vídeo Online**

Em um cenário tão recente quanto o do vídeo online, não é suficiente tentarmos entender o Remix somente com base no passado e nas comparações com as mídias de massa típicas do século XX, é também necessário tentarmos vislumbrar possibilidades futuras. Nos desprendendo do modelo modernista de ver as coisas como uma progressão histórica e portanto atrelada a noção de tempo, o nosso presente nos apresenta uma noção, cada vez mais em voga, de pensar as mídias pós-massivas em termos de uma Ecologia da Comunicação (LESSIG, 2008; JENKINS, 2006; MANOVICH, 2005 e HEIDENREICH, 2011).

O termo “ecologia” parece bastante propício porque abrange a noção de compreender o todo em um balanço delicado, como em um ecossistema. Assim o que importa não é se as mídias atuais estão em guerra entre si como observamos, no passado, nas disputas entre Cinema e TV, entre Imprensa Impressa e Internet, etc. Isso porque a tecnologia digital e a Internet efetivamente promoveram uma convergência de todas estas diferentes mídias para um mesmo ambiente. O que a Comunicação Contemporânea apresenta atualmente é um ecossistema onde a mídia se manifesta e se movimenta conforme as oportunidades se apresentam, não faz mais diferença que tipo de mídia ela é, na verdade não existem mais várias “mídias”, e sim um “meio” definido pela tecnologia digital. A mídia não mais determina nossa situação porém a abordagem tecnológica ainda é válida com o cuidado de evitar as ciladas do chamado “determinismo tecnológico”, ou, nos termos de McLuhan (1967), dizer que a tecnologia define nossa situação não significa dizer que ela a determina completamente. Ainda nos valendo da metáfora da ecologia, podemos dizer que o clima e o terreno definem um meio-ambiente onde várias espécies vão viver e evoluir, assim, também podemos entender um sistema tecnológico como provedor de um “meio-ambiente” no qual podem “habitar” várias mídias, tipos de dados, formatos e conteúdos.

Neste sentido, o que temos na Ecologia da Comunicação é o presente, e da mesma forma que partimos da nossa condição no presente pra entender e interpretar o passado, devemos também partir da nossa condição presente para vislumbrar possibilidades futuras.

Em outras palavras, ao invés de colocar o presente em contexto do passado, podemos observá-lo no contexto de um futuro lógico possível. Esta abordagem de uma “visão a partir do futuro” pode iluminar o presente de uma maneira que não seria possível olhando apenas a partir do passado (MANOVICH, 2005).



Nesta fase inicial do vídeo online, comparações com o começo da história do cinema são inevitáveis, porém, devemos estar atentos ao fato de que as condições históricas não são repetidas exatamente da mesma forma e, portanto, os rumos que o cinema tomou não necessariamente serão os mesmos que o vídeo online irá tomar. Entretanto, a comparação, desde que cautelosa, é válida.

Um estudo interessante do início da história do cinema pode ser encontrado no livro “The Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production to 1960” (BORDWELL, STAIGER, THOMPSON, 1988). Neste, Janet Staiger identifica três elementos principais que chamou de “Modo de Produção de Hollywood”, são eles: a força de trabalho; os meios de produção; e o financiamento da produção. Nas primeiras décadas da história do cinema (até os anos 30), muitos modos de produção foram se alternando até que a base da indústria estivesse estabelecida, assim, passamos dos filmes descritivos, em um primeiro momento, para o cinema de atrações, deste para as ações encenadas presas a uma linguagem teatral, destas para as perseguições do início do cinema de montagem, até o amadurecimento da linguagem personificado nos grandes filmes de Griffith e no estabelecimento do longa-metragem narrativo como o formato consagrado pelo cinema canônico. O modelo de Staiger deixa claro que as mudanças técnicas sempre estiveram relacionadas com soluções ligadas à estética e à forma do filme que estava sendo desenvolvida. Mais recentemente, podemos dizer inclusive que a produção contemporânea de Hollywood também está apoiada na lógica do Remix, basta vermos a quantidade de filmes que são remakes, ou sequências, ou adaptados de alguma outra mídia como HQs, videogames, livros, dentre outros.

O século XX nos mostrou dois grandes caminhos que o cinema tomou: um atrelado às artes e portanto ao sentido modernista de o cinema estar inserido no seu momento histórico (entrando assim na história da arte) e outro atrelado ao sucesso comercial e, portanto, pautado na rentabilidade que poderia gerar (estando assim associado à economia e ao controle da reprodução). Estes dois caminhos acabaram produzindo estéticas no cinema completamente dissonantes e até contraditórias, porém, ambos encontraram espaço para co-existir.

O cinema nos deixa de exemplo esses dois modos de produção: o da “Estética da Arte” e o da “Estética do Comércio”. No cenário do vídeo online atual, Stefan Heidenreich, aponta que podemos estar testemunhando um terceiro modo de produção se configurando: o da “Estética do Link” no qual o que mais importa é a “linkabilidade”. O valor é criado pelo link e o modo opera pela facilitação desses

links. A única instituição que lhe mantém é a Internet e o seu valor percebido não vem de vendas ou receita mas antes, de sua performance, do número de multiplicações que consegue atingir e de quanto é compartilhado.

Porém, está longe de ser claro se esse recente desenvolvimento vai no fim das contas marcar uma transição para um diferente modo de produção ou vai ser um mero estágio de transição que irá se integrar com o modo de produção comercial mais adiante (HEIDENREICH, 2011).

Dado o presente estado do modo de produção da “Estética do Link”, o autor ainda nos aponta como este pode se desenvolver.

Em um primeiro cenário, vislumbra-se a hipótese de mantê-lo atrelado à geração direta de renda nos moldes do Modo Comercial. Para isso, no entanto, a escassez das reproduções teria de acabar e a única forma disto acontecer seria exercendo um controle quase total do tráfego na Web. Felizmente, parece muito pouco provável que este seja o caminho que o vídeo online vai seguir.

Em um segundo cenário, temos uma associação parasital da cultura de Web com a economia vigente. Isto possibilitaria o desenvolvimento de novas formas e objetos culturais, ainda que existindo sob a lógica e pressão da distribuição massificada e da expectativa de retorno, uma vez que seriam bancados por verbas publicitárias. A cultura do conteúdo gerado por usuários sofreria imensamente com este caminho e seria suplantada por uma nova forma de conteúdo comercial e publicitário em um futuro próximo. Este caminho parasital já dá sinais de estar se solidificando e, provavelmente, é o modo que tem mais chances de ser consolidado.

Há ainda um terceiro cenário, mais elevado e quase utópico, no qual o modo de produção no vídeo online será constituído e constantemente alimentado de dados e produções de participantes ativos, levando a uma real produção visual colaborativa. Essa configuração está no terreno das visualizações possíveis que podemos ter dado nosso presente cenário e podemos notar que algumas ideias pró-ativas já estão tomando força para viabilizar esse “futuro”, como os conceitos de *crowdsourcing*<sup>8</sup> e *crowdfunding*<sup>9</sup>. Este tipo de cenário também é vislumbrado por

---

8 *Crowdsourcing*: onde uma proposta de trabalho é colocada na rede e usuários que se interessam podem fazê-la, por exemplo : um editor de livros coloca o design da capa de uma obra em *crowdsourcing* e paga pela capa que escolher usar dentre as opções postadas.

9 *Crowdfunding*: onde um projeto é colocado na rede pra levantar fundos e os usuários que contribuem se tornam sócios desse projeto tendo direito a possíveis lucros ou bônus e prêmios que quem está coordenando o *crowdfunding* desse projeto oferece previamente.

autores como Clay Shirky em seu mais recente livro *Cognitive Surplus* (SHIRKY, 2010) que mostra como a cultura participativa está apoiada em valores que vão além dos comerciais e é alimentada pela tal “mais-valia cognitiva”, onde os usuários da rede dedicam parte de seu tempo para produzir bens para a comunidade pela rede, em nome de uma ética participativa emergente.

Voltando a nossa comparação com o que aconteceu no cinema, vimos que a estética comercial foi dominante, mas mesmo assim co-existiu com a estética da arte durante todo o século XX. Assim, podemos imaginar que o modo parasital, mesmo que dominante, possa coexistir com uma parcela do modo comercial e ainda com esse terceiro modo predominantemente colaborativo, nos cenários futuros que se apresentam ao vídeo online.

Felizmente, temos várias perspectivas do que pode “estar por vir” e a melhor resposta para “o que devemos fazer a respeito” deve encontrar respaldo em razões que vão além das econômicas, que visem algo além de possíveis lucros e oportunidades de negócios, e, por isso, a melhor resposta para essa questão virá quando adentrarmos o campo da ética.

Pensar nas possibilidades e no futuro do vídeo online não pode se restringir somente à exploração das tendências que vem sendo identificadas neste campo, deve-se também pensar nas soluções mais interessantes do ponto de vista da cultura visual que está se formando e nas potencialidades que ela oferece, mesmo que isso pareça utópico no momento.

Ficam porém, algumas outras questões pertinentes ao uso do Remix no audiovisual. Uma delas, é a nossa aceitação cada vez maior de uma mentalidade colonizada por essa mesma indústria cultural de massa, típica do século XX, mesmo quando temos a impressão de estarmos vivendo uma revolução com a “explosão” de conteúdo gerado por usuários na rede e com as potencialidades que esse cenário representa. Isso vem da constatação de que a grande maioria do conteúdo gerado por usuários hoje em dia, ou é baseado nos modelos clássicos da indústria de consumo de massa do século XX, ou diretamente faz uso deste conteúdo (Remix) o que nos faz questionar sobre o real valor progressista e inovador de toda esta comoção e interesse sobre esta esfera maior: a do conteúdo gerado por usuários como um todo. Será que esse conteúdo vai realmente trazer uma mudança de paradigma no audiovisual ou ele vai se conformar em ser um pastiche amadorístico dos formatos e narrativas tradicionais?

Lev Manovich (2008) ressalta que a rede abriga hoje grande parte da produção cultural mais original e inovadora e que é nesta onde jovens artistas e criadores encontram uma audiência e expõem seus trabalhos para o mundo, espaço antes reservado somente aos profissionais e representantes da indústria dominante da Cultura de Massa.

Acima de tudo isso, talvez a discussão mais importante seja mesmo a inovação conceitual pela qual a própria Web 2.0 passa. Nesta, a Cultura Remix se apresenta na forma de ferramentas de *software-web mashups*, aplicativos do Twitter e do Facebook, *plug-ins* de *browsers* e toda essa abertura a uma "hackeabilidade" institucionalizada por estas grandes corporações.

*A Remixibilidade* se torna praticamente uma característica embutida ao universo das mídias digitais em rede. Em suma, o que pode ser mais importante do que a introdução de um novo iPod vídeo, ou uma nova câmera HD ou ainda qualquer novo aparelho ou serviço digital, é o quão fácil é para os objetos midiáticos viajarem entre todos estes aparelhos e serviços... (MANOVICH, 2005).

Também é impossível prever se essa "Era do Remix" tem fôlego para perdurar por muito tempo ou se pode rapidamente ser esquecida e suplantada por outra tendência como a história insiste em nos fornecer exemplos (o que aconteceu com o *Second Life*, por exemplo?). Atento a esta possibilidade - e até mesmo à tendência preocupante de formações de jardins nacionais, controles e muros que barram o acesso à *web* (como na China) ou a energia e investimento que grandes corporações como redes de TV despendem com a liberação apenas local de conteúdo (como programas da ABC nos EUA ou da BBC na GB) - Manovich nos deixa um recado:

Eu não sei o que vem depois do Remix. Mas se nós agora tentarmos desenvolver um entendimento histórico e teórico da era do Remix, nós estaremos numa posição melhor de reconhecer e entender qualquer que seja a era que venha a lhe suceder (MANOVICH, 2007).

De qualquer forma, o Remix no audiovisual é uma característica importante e inerente da comunicação pós-massiva e, por isso, seu estudo e compreensão é imprescindível para avançarmos com mais clareza para o futuro próximo. Nesta realidade onde a percepção de mundo acontece primeiro em um plano midiático, o Remix não é um modismo, é uma decorrência da percepção de mundo. A tecnologia

digital pressupõe e possibilita o sampleamento e por isso o Remix vai sempre ser parte importante das táticas de comunicação mediadas por ele.

### 1.3 Modo de produção da Cultura Remix

No seu livro *Remix* (2008), Lawrence Lessig traça um panorama de como a cultura humana vem se desenvolvendo e se configurando nos últimos séculos. Ele concebe dois modos de acesso cultural: RW (*Read/Write*, do inglês Ler/Escriver) e RO (*Read-Only*, do inglês Ler-Apenas)<sup>10</sup>.

Em uma cultura baseada no modo RW, os objetos culturais em circulação podem ser utilizados e reconfigurados por todos. É essa a base de culturas mais antigas na qual a tradição oral prevalecia. As pessoas entravam em contato com os objetos culturais em circulação e os repassavam para outros membros da sociedade e para as próximas gerações. Ao fazê-lo, um indivíduo acabava modificando um pouco a história que ouvira, a música que escutara, enfim, para repassar um objeto cultural para outro indivíduo, ele tinha que necessariamente se apropriar dele primeiro, processá-lo enquanto indivíduo e só depois reproduzi-lo. Essa reprodução acabava sempre introduzindo uma alteração, mesmo que pequena, no objeto original. De alguma forma, esse modo de produzir e repassar cultura é o modo mais natural de fazê-lo, implicando que os participantes de uma cultura atuam sobre ela e a modificam pelo simples ato de produzir cultura.

Já em uma cultura do tipo RO, existe uma separação nítida entre emissor e receptor, onde os objetos culturais são apenas consumidos e, portanto, os participantes receptores desta cultura não tem acesso à parte de produção dos objetos culturais em circulação. Produção e consumo são esferas totalmente separadas da cultura RO, tipo de cultura que é um fenômeno relativamente novo na história da humanidade e tem suas origens na ideia de autoralidade e propriedade intelectual. Na verdade não só a cultura, mas todo o conhecimento científico moderno é baseado na cisão entre produção e consumo. Esta divisão entre o “ler” e

---

10 Termos apropriados da computação, onde as permissões de acesso a diretórios e arquivos digitais são divididas entre RW (read/write), onde o usuário pode tanto ler quanto modificar um arquivo e RO (read-only), onde só é permitido ao usuário ler e não modificar ou editar um documento.

o “escrever” é tida como uma conquista das reformas acadêmicas ocorridas a partir do século XVIII, o início da Modernidade.

Na tradição modernista, a investigação e estudo de uma cultura é centrado na ideia de “interpretação” como meio de entender algo e para “entender” algo é necessário ter algo pra entender, por isso, os estudos culturais naturalmente tenderam a se voltar para o passado como forma de encontrar este algo a ser entendido e neste processo, a abordagem puramente historicista se tornou soberana no terreno das Humanidades.

Antes deste período, as disciplinas que hoje estão no campo das Humanidades, ensinavam retórica, dialética e gramática, ou seja, ensinavam o “ler” e o “escrever” ao mesmo tempo, instrumentalizando os indivíduos a serem participantes ativos de sua cultura. A modernidade separou definitivamente esses dois lados do sujeito e o “sujeito” no senso moderno da palavra vem sempre separado do “objeto” que estuda. Entre outros fatores, essa separação de “sujeito e objeto” e o apego à abordagem histórica nos estudos de aspectos culturais, foram cruciais no estabelecimento e fortificação das identidades nacionais que então estavam se formando e foram, por isso mesmo, endossadas e apoiadas por elas (as Nações) em uma configuração que prevalece até hoje na nossa sociedade, fortemente arraigada nas instituições e sobretudo no modelo de ensino.

Com a decadência do ideal Modernista vem também um questionamento de seus métodos, sobretudo dos métodos que visavam fortalecer e dar forma ao Estado Nacional. Se as identidades nacionais estão enfraquecidas e a ideia de globalização toma cada vez mais força, não existe mais sentido em continuar privilegiando um modo de produzir conhecimento embasado nos termos modernistas de separação entre prática e teoria, onde estamos presos a modelos restritivos de “entender apenas”. Como nos coloca Stefan Heidenreich (2011, p.15) “na realidade, nossa situação presente praticamente obriga as humanidades a superar essa separação entre interpretação e produção”.

Este tipo de cultura RO é, portanto, uma invenção da modernidade e com a decadência desta e o aparecimento da ideia de Pós-modernismo, é natural que a cultura RO passe a ser questionada e que valores ligados a uma cultura RW voltem a ser reivindicados. É neste contexto que entra o que chamamos aqui de Cultura Remix.

Como nos aponta Lev Manovich : “Se o pós-modernismo definiu a década de 1980, o Remix definitivamente vem dominando a primeira década dos anos 2000 e

proavelmente vai continuar reinando na próxima década também” (MANOVICH, 2007).

O Remix está fortemente associado às possibilidades tecnológicas do nosso tempo, sobretudo as tecnologias digitais que facilitam o sampleamento e a edição e, por isso mesmo, é um termo que é geralmente associado a uma noção de novidade e modernidade (no sentido de ser atual), porém, em termos culturais, o Remix é um retorno e não uma revolução.

Pensar e usar o Remix na comunicação contemporânea implica entender e admitir a volta a um modelo cultural do tipo RW que, como vimos, é a forma predominante de cultura na história da humanidade apenas abandonada recentemente no período Moderno e suas noções de sujeito, de autorialidade e de propriedade intelectual.

Em um nível mais amplo, o que está acontecendo é uma volta à nossa forma mais natural de produzir cultura, nos moldes de uma Cultura RW e o Remix é mais um sintoma do que uma causa, possibilitado por uma nova realidade tecnológica (digital) e configurado em um ambiente no qual a representação midiática ultrapassou a experiência natural como forma de conhecimento do mundo.

#### **1.4 Fluxo do Remix no Vídeo Online**

O conceito de Remix permeia a comunicação contemporânea e é uma de suas características mais intrínsecas. A arquitetura da Web 2.0 e o modo como os indivíduos organizam, expressam ideias e interagem por meio da chamada Mídia Social possibilitam e incentivam o uso do Remix em diversas fases do processo comunicacional. Especificamente no caso do vídeo online, passamos das mídias de filme e vídeo, como na tradição do século XX, para um novo tipo de mídia nesse início do século XXI, o vídeo social (MANOVICH, 2008).

O Remix pode ser visto no vídeo online por meio do uso reestruturado de partes de diferentes obras pré-existentes na sua construção (imagens, sons, filmes, vídeos, etc) e esta é sua forma mais evidente e clara de manifestação, através da edição, da reciclagem de objetos culturais pré-existentes. Este é o tipo de Remix que a maioria das pessoas pensa quando se fala no assunto, o que chamamos aqui de Remix de reciclagem. Porém, uma distinção importante que devemos fazer é que

uma obra que não é deste tipo evidente de Remix (de reciclagem) também pode ser considerada uma obra de Remix nesta cultura.

A reciclagem é a forma mais evidente de manifestação do Remix e este tipo de Remix tem sido estudado e documentado por vários autores e pesquisadores com destaque para duas das obras mais famosas de Henry Jenkins (2006): “Cultura de Convergência” e “Fãs, Bloggers e Gamers: Explorando a Cultura Participatória”.

Pensando no Remix como um fluxo, podemos ver sua manifestação em outros níveis da cultura e da comunicação. Muitos não vêem Remix, por exemplo, quando uma obra tem cenas inéditas e produzidas especificamente para um projeto ou não vêem Remix quando falamos de vídeos postados no YouTube sem nenhum trabalho de reconfiguração, quer sejam do tipo gerado pelo usuário (portanto vídeos originais) ou partes de produtos da mídia tradicional (cenas de novelas, filmes, programas de televisão, dentre outros).

Mas se aceitarmos a ideia de que vivemos numa Cultura Remix (premissa desta pesquisa), como podemos dizer que só existe Remix em obras que fazem uso direto de objetos culturais pré-existentes? O Remix não deveria estar presente também em outras arenas da cultura, da comunicação e dos processos sociais do mundo contemporâneo em geral e do vídeo online especificamente?

A percepção do Remix está associada com a ideia de reconfiguração e reestruturação de objetos da culturais. A reciclagem dá conta de perceber o Remix na obra em si, mas esta reestruturação de objetos culturais também acontece em outros níveis na comunicação pós-massiva. Quando liberamos o polo de emissão (no modelo “todos-todos”), a conversação é mais importante do que a informação. É na conversação que o Remix se manifesta e não só na materialidade das obras audiovisuais contemporâneas de reciclagem.

Esta forma menos aparente de manifestação (na conversação) sugere que o Remix esteja, na realidade, internalizado em uma fase mais profunda e basal do processo comunicacional.

O Remix de conversação - fora da obra em si - acontece de maneiras muito sutis como, por exemplo, na postagem *online* de pequenos cliques com *homevideos*, trechos de programas de televisão, cenas de filmes, *music videos* e outros materiais que não passam pelo processo de edição e reconfiguração. Podem se tratar tanto de conteúdo gerado por usuário ou simplesmente conteúdo tradicional apropriado (TV, cinema, games, concertos ao vivo, etc), usando a rede como um híbrido de repositório de mídias tradicionais com compartilhamento de conteúdo gerado por



usuários. Postar um vídeo deste tipo *online* significa participar da cultura Remix no nível de provedor de conteúdo. O consumo destes vídeos por outros usuários vai completar o processo do Remix na própria conversação resultante do processo.

O Remix de conversação acontece pela própria dinâmica dos usuários nos sites de compartilhamento de vídeos ou outras redes sociais, que buscam esse conteúdo, comentam, repassam para outros usuários, assistem outros vídeos relacionados a partir da busca deste primeiro, criando assim, o Remix no uso da própria plataforma. Quando passamos links de vídeos para um amigo por meio de um *chat*, por exemplo, e recebemos outro como resposta, estamos praticando uma modalidade de Remix nestes termos. O próprio YouTube já disponibilizou em 2007 uma ferramenta (hoje não mais disponível) que era o YouTube Re-mixer, onde o usuário podia Remixar vídeos (seus) e fazer um novo. A Web 2.0 é toda permeada por este conceito, por isso, o Remix é tão arraigado na comunicação contemporânea e não deve ser visto apenas nas obras de reciclagem e reconfiguração de material pré-existente como comumente é descrito.

A tendência do Remix é se infiltrar cada vez mais em nossa cultura e processos sociais. Dada a natureza de database das mídias digitais e a tendência de convergência das mídias na internet, em algum momento vai ser praticamente impossível reconhecer a origem das partes. Este processo de liquidez da linguagem digital está apoiado na constatação de que o código binário unifica e por fim transforma todas as linguagens (e todas as mídias) em uma só linguagem.

Uma metáfora útil para discutir a diferença entre o Remix e práticas que exploram a liquidez da linguagem digital é a da salada de frutas e da vitamina mista. Para fazer uma salada de frutas é preciso cortar e misturar pedaços de (por exemplo) maçã, banana e mamão. As frutas são *recontextualizadas*, mas ainda é possível reconhecer o sabor de cada uma delas e mesmo comer cada um dos pedaços separadamente. Para fazer a vitamina também são usados pedaços de frutas, que também se misturam. A diferença é que, batidas no liquidificador, não é mais possível reconhecer cada uma delas (BASTOS, 2007).

Embora Bastos tente separar o Remix de outras práticas, diferentemente da visão que abraçamos nesta pesquisa de reconhecer o Remix no fluxo da cultura em geral, a metáfora também nos serve: ao nível de sua manifestação material, ou seja, a obra audiovisual em si, o Remix de reciclagem seria uma “salada de frutas”, onde ainda é evidente e fácil identificar os pedaços individuais que compõem a obra. Porém, o Remix está tão arraigado na cultura e modo de produção contemporâneos

que rumamos definitivamente para a produção de obras audiovisuais que estariam na categoria “vitamina mista”.

O Remix de conversação é imaterial, está fora do produto audiovisual, está no nível dos processos sociais e comunicacionais midiáticos da Cultura Remix.

Admitindo a existência do Remix na cultura como um todo, e não apenas nos exemplos que fazem uso da reciclagem, estamos nos permitindo ver o fluxo do Remix em obras que, nos termos desta inspirada metáfora, estariam entre a salada de frutas e a vitamina mista, onde talvez ainda vejamos claramente as maçãs, mas alguém já amassou a banana e o mamão com um garfo.

### **1.5 Alternâncias Dicotômicas da Era Digital**

Para uma compreensão mais ampla dos mecanismos que regem o funcionamento dos processos sociais dentro da Cultura Remix é importante estarmos atentos às alternâncias de valores e dicotomias que são percebidas na Era Digital. Nem sempre são as quebras radicais que caracterizam mudanças significativas no terreno cultural, muitas vezes a chave para a compreensão de novas configurações sócio-culturais está na percepção de como conceitos já estabelecidos na sociedade sofrem inversão de valores ou importância na cultura. Lev Manovich cita Frederick Jameson para demonstrar a importância do papel das alternâncias dicotômicas falando, neste exemplo, da passagem da modernidade para a pós-modernidade:

Quebras radicais entre períodos geralmente não envolvem mudanças completas, mas antes a reestruturação de certos elementos já presentes: características que num período anterior eram subordinadas passam a ser dominantes e características que tinham sido dominantes, novamente, tornam-se secundárias (JAMESON, 1991 apud MANOVICH, 2007).

Paul D. Miller A.K.A. DJ Spooky, diz que "qualquer alternância no tráfego da informação pode criar não somente pensamentos novos mas também novos modos de pensar" (MILLER, 2004, pg.86). Uma vez que o vídeo online é um espaço nativamente digital, consideramos importante discutir algumas alternâncias de conceitos que ocorrem neste espaço específico para compreender melhor o terreno

no qual o vídeo Remix online se desenvolve e termos um melhor embasamento para analisar sua manifestação e modos de uso no decorrer dos próximos capítulos.

### 1.5.1 Narrativa X Database

A primeira alternância importante que identificamos foi a da relação entre narrativa e database. O Remix se manifesta aqui como uma forma de construção de narrativas num ecossistema que privilegia a lógica da database. Como Geert Lovink nos aponta, “não mais assistimos filmes ou vemos TV; nós assistimos databases. Ao invés de programas bem definidos, nós procuramos conteúdos numa lista depois da outra” (LOVINK, 2008, pg.9).

A lógica da database representa o mundo como uma lista de itens, sem uma ordem estruturada já a lógica da narrativa estabelece uma trajetória de causa e efeito entre eventos aparentemente desordenados. Por isso mesmo, narrativa e database são as faces opostas de uma mesma moeda. Cada uma delas representa um extremo de como dar sentido ao mundo, de como ver a realidade.

A era digital é definida por sua natureza de database. Todos os objetos culturais digitais são, em última análise, itens de um banco de dados, quer se apresentem claramente como databases (como listas de resultados em sites de busca ou no YouTube), ou ordenados e formando narrativas lineares e interativas (como em CD-Rom interativos ou videogames).

Databases podem suportar narrativas, mas não há nada na lógica da própria mídia (digital) que promova seu aparecimento. Não é de surpreender, portanto, que databases ocupem um significativo, senão o maior, dos territórios no mundo das novas mídias. O que é mais surpreendente é como o outro extremo deste espectro - a narrativa - ainda existe dentro das novas mídias (MANOVICH, 1999).

Assim, não devemos esperar que as novas mídias simplesmente substituam as narrativas pela database. Os pesos dessas duas categorias que sustentam a cultura - narrativa e database - são redistribuídos, o que estava em primeiro plano passa para o segundo e vice-versa.

Da teoria Semiótica, peguemos como exemplo a linguística sob a ótica dos conceitos concebidos por Ferdinand de Saussure para a dicotomia sintagma e

paradigma. O sintagma é a expressão material de signos escolhidos, organizados, apresentados numa sequência lógica e que passaram por seleção, já o paradigma é imaterial e reúne o conjunto das possibilidades combinatórias dos signos.

O sintagma é definido por Saussure como “a combinação de formas mínimas numa unidade lingüística superior”, e surge a partir da linearidade do signo, ou seja, ele exclui a possibilidade de pronunciar dois elementos ao mesmo tempo, pois um termo só passa a ter valor a partir do momento em que ele se contrasta com outro elemento. Já o paradigma é ,como o próprio autor define, um "banco de reservas" da língua fazendo com que suas unidades se oponham pois uma exclui a outra.<sup>11</sup>

Nestes termos semióticos, poderíamos dizer que o “banco de dados de uma língua com o qual uma narrativa é construída (paradigma) é virtual, imaterial, existe somente no nível das ideias; já a própria narrativa é uma expressão material, real, explícita (sintagma)” (MANOVICH, 1999).

As novas mídias e o mundo digital invertem essa lógica e o paradigma, o banco de dados, é materializado e, portanto, ganha destaque enquanto o sintagma passa a ser virtual, existindo momentaneamente enquanto um usuário interage com os dados. Nesse contexto, podemos dizer que o mundo digital privilegia a database em detrimento da narrativa.

O mundo do vídeo online está inserido nessa lógica. O Youtube e outros sites de compartilhamento de vídeo são grandes bancos de dados, portanto, um paradigma que tem uma presença material e palpável e o sintagma é efêmero, momentâneo.

O Remix aparece no espaço do vídeo online para dar conta de produzir narrativas a partir da enorme database de mídias audiovisuais disponíveis. Uma das formas do Remix se manifestar neste ecossistema é enquanto processo, criando este tipo de narrativa virtual e efêmera, que só existe durante a conversação, só existe na dimensão do sintagma digital, essa possibilidade de sintagma imaterial que existe no mundo digital.

A outra forma de manifestação do Remix, é enquanto técnica e aí ele vai usar esse paradigma digital (materializado) para produzir uma narrativa também material, privilegiando a dimensão sintagmática em um ambiente dominado pela lógica da database.

---

11 Verbete sobre Ferdinand de Saussure disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Ferdinand\\_de\\_Saussure](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ferdinand_de_Saussure), acessado em 6 de novembro de 2001

Em suma, Remix privilegia a narrativa (quer se apresentando como técnica quer como processo comunicacional) ao passo que o ambiente do vídeo online é uma estrutura nativamente digital e, portanto, privilegia a lógica de database.

O vídeo online tenta renegociar sua relação com o cinema. Têm que estabelecer um diálogo entre os princípios cinematográficos e sua tradição narrativa com os princípios da era digital, das redes e do computador, apoiados na lógica da database. O Remix é o que possibilita este diálogo, encontrando meios de organizar as amostras colhidas do banco de dados audiovisual digital em estruturas narrativas que podem ser dispostas num fluxo que abrange desde as narrativas mais efêmeras e voláteis - o Remix na conversação em rede - passando pelas narrativas materiais - o Remix de reciclagem - e até indo além, podendo ser visto como a própria lógica do processo criativo numa realidade que se encontra irremediavelmente midiaticizada simbólica e materialmente.

### 1.5.2 Tática x Estratégia

Aqui podemos falar dos conceitos de tática e estratégia como foram formulados por Michel de Certeau (1980) em seu livro *The Practice of Everyday Life*. Certeau distingue estratégias - que partem de instituições; norteiam os caminhos - de táticas - essas formuladas por indivíduos para usarem no dia-a-dia estes meios institucionais; os tornarem úteis em suas vidas.

Para Certeau, nas sociedades modernas<sup>12</sup>, os indivíduos constroem suas identidades a partir de produtos da cultura de massa, esses produtos, por sua vez, são resultado de *estratégias* de empresas, de designers, etc. Para que esses indivíduos consigam, a partir de um produto de massa, criar uma relação que represente sua individualidade, eles vão usar *táticas* como a customização e a bricolagem para tornarem "seus" esses produtos, para comporem suas identidades. Certeau praticamente descreve o conceito de Remix antes do seu tempo.

Interessante notar que as estratégias são dadas e formuladas por instituições e, por isso, tem um caráter permanente e podem, portanto, ser rastreadas. Já as táticas são efêmeras porque os indivíduos as utilizam conforme acham necessário e

---

12 Lembrando que Certeau realizou este trabalho em 1980 quando essa configuração de centralidade midiática estava emergindo porém antes de existirem termos como "meios pós-massivos" e outras definições mais recentes para o estado atual da comunicação contemporânea.

para cada situação escolhem uma maneira de lidar com as possibilidades, por isso, são perenes, não ficam registradas e não podem ser mapeadas muitas vezes.

Lev Manovich parte dessa conceitualização de Certeau e a expande e a atualiza para nosso tempo observando que as táticas individuais são agora muitas vezes reconhecidas e apropriadas pelas instituições, passando a ser, portanto, estratégias. Vai além e mostra como as estratégias de hoje estão muito mais parecidas com táticas uma vez que o mundo moderno exige fluidez e adaptabilidade.

Muitas empresas de hoje já fazem produtos planejados para serem customizados pelos clientes. Por exemplo, A Fiat lançou em 2010 o novo UNO e uma das estratégias de marketing foi justamente diferenciar seu modelo de carro popular dos de outras montadoras por meio de uma ampla possibilidade de customização: cores fortes e marcantes, adesivos diversos, acessórios esportivos, etc. Em empresas nativamente digitais esta customização de produtos é ainda mais comum e fácil de ser disponibilizada, uma vez que não envolve os altos custos envolvidos no setor de design de produtos. Quase qualquer software tem uma gama diversa de preferências que o usuário pode customizar a seu gosto. É comum também existirem os chamados *add-ons* que o usuário pode baixar para aumentar a funcionalidade de um software ou apenas para mudar sua aparência como por exemplo, os que existem para usar com o browser Firefox.

[...] as companhias tem desenvolvido novos tipos de estratégias. Essas estratégias mimetizam táticas de indivíduos como a bricolagem, a reestruturação e o Remix. Em outras palavras: a lógica das táticas se tornou agora a lógica das estratégias (MANOVICH, 2008).

As táticas também tiveram sua lógica alterada a partir da era digital e sobretudo dentro da dinâmica de compartilhamento que caracteriza a Web 2.0. Na análise original de Certeau em 1980, ele aponta que as táticas não necessariamente resultam em objetos estáveis ou permanentes porque “diferente das estratégias, lhes faltam a estrutura centralizada e a permanência que lhes colocariam como competidoras em relação a outra entidade” (CERTEAU, 1980 apud MANOVICH, 2008). Neste sentido, elas acabam se dissolvendo e não podendo ser mapeadas. A grande inversão na lógica das táticas vem justamente da natureza digital da Web. Quando um indivíduo nos dias de hoje, usa uma rede social ou simplesmente navega na internet, essa tática ganha um registro e pode ser rastreada, mapeada,

ou seja, assume uma materialidade que não existia no espaço das táticas quando Certeau formulou seus conceitos.

O que antes era efêmero, transitório, não-mapeável e invisível; agora torna-se permanente, mapeável e visível. As plataformas de mídia Social dão aos usuários espaço e ferramentas ilimitadas para armazenar, organizar, compartilhar e exibir seus pensamentos, opiniões, comportamento e suas mídias para os outros. [...] é só uma questão de tempo até que a exibição constante e total da vida de um indivíduo seja tão comum quanto o e-mail (MANOVICH, 2008).

Empresas como o Google por exemplo, tem nesse mapeamento das vidas cotidianas de seus usuários, o seu maior valor de mercado. É aí que reside o poder real do Google: eles possuem as informações sobre tudo que seus usuários fazem.

Para usar esses conceitos dentro do nosso universo do vídeo online, o Remix de reciclagem, por exemplo, pode ser entendido inicialmente como uma tática de usuários que foi e vem sendo amplamente apropriada pelas grandes empresas e se reconfigurando como estratégia. Na Warner Channel do Brasil, por exemplo, existem várias vinhetas institucionais que servem para promover as séries exibidas no canal que usam o Remix como técnica de edição: exibindo uma reconfiguração de cenas de séries diferentes que formam uma narrativa nova, o típico exemplo de um Remix de reciclagem. Outro exemplo, no canal VH1, dedicado à música, existe uma campanha com várias vinhetas que usam como base o trecho de uma música justaposto à vários *music videos* diferentes até terminarem mostrando o vídeo real da canção.

Saindo deste tipo de Remix estritamente de reciclagem, podemos também observar exemplos onde o Remix existe na concepção do próprio projeto como a campanha de divulgação para o *MTV Music Awards 2010*, que se chamava “*We are all fans*”. A emissora pediu que usuários lhes enviassem vídeos onde dublassem os sucessos de seus artistas favoritos (e concorrentes às categorias da premiação). Este material foi editado em pequenas vinhetas e usado para divulgar o evento. Aqui, embora a parte de reciclagem exista obviamente no uso da música original do artista, também temos o uso de material inédito - o conteúdo gerado pelos usuários.

Indo para o outro extremo do fluxo, o que chamamos Remix de conversação, podemos observar que esta tática, na qual aparentemente o Remix só existiria de forma efêmera, também encontra uma materialidade, um registro. Na percepção do usuário, a trajetória que ele escolhe quando navega no YouTube por exemplo, formaria uma narrativa volátil na sequência de vídeos que ele assiste, porém, esse

histórico fica registrado no YouTube e prova que essa tática (e toda a informação que ela revela) está sendo percebida, mensurada e utilizada pelo próprio site.

Quando entramos no YouTube, um dos elementos da interface da página do usuário é justamente uma lista de recomendações de vídeos baseados em vídeos que o usuário assistiu anteriormente. Essa tática aparentemente randômica de assistir vídeos no YouTube está sendo registrada e reconfigurada como estratégia do próprio site.

Neste fluxo contínuo em que o Remix se manifesta, podemos vê-lo em várias fases tanto nos processos sociais quanto nos objetos culturais e podemos dizer, em última estância, que o Remix rege a própria lógica do processo criativo contemporâneo marcado pela centralidade midiática, como nos sugere Lev Manovich na sua visualização de um futuro possível que rumaria para uma “modularidade/remixibilidade total” (POSCHARDT, 1998 apud MANOVICH, 2005), termo cunhado por Ulf Poschardt em seu livro de 1998, “*DJ Culture*” (Cultura DJ).



## 2. VÍDEO REMIX

No capítulo anterior procuramos estabelecer que, na Cultura Remix, o próprio ato de assistir vídeos online é também uma modalidade de Remix, mas não é dessa modalidade de Remix que vamos tratar aqui. Neste capítulo, iremos investigar outra parte deste fluxo: os produtos audiovisuais que notamos a sua presença na própria obra, ou seja, vamos tratar do vídeo Remix.

Em uma Cultura Remix, podemos dizer que “a obra de arte não é mais um ponto final, mas um simples momento numa cadeia infinita de contribuições” (BOURRIAUD, 2002). Neste fluxo do Remix que nos propomos a pesquisar, o capítulo 2 trata deste momento específico (a obra) numa cultura que rumo para o uso das formas, uma cultura que se expressa em um espaço completamente mediatizado e fortemente calcado no ideal de compartilhamento. Quando o artista, como nos explica Nicolas Bourriaud, “encontra a matéria prima do seu trabalho em objetos já em circulação no mercado, a obra de arte assume um valor de ‘roteiro’: é quando o ‘roteiro se torna a forma’ de uma certa maneira” (BOURRIAUD, 2002).

O universo do vídeo online é gigantesco. O Remix, visto como gênero, é mais uma categoria entre muitas identificáveis como: Vlogs (blogs em vídeo), Cenas Cotidianas, Web Series, Tutoriais, Críticas, Comédia, Esportes, Música, etc.

Isso só para mencionar os vídeos com conteúdo gerado ou reconfigurado por usuários, porque o vídeo online serve também como repositório de mídias tradicionais, quer sejam em canais oficiais, isto é, postadas pelos detentores dos direitos das obras, quer sejam as apropriadas e postadas por outros usuários (e que escapam dos filtros de identificação de conteúdo).

Como exemplo da dimensão desse universo, podemos citar algumas das estatísticas que o YouTube disponibiliza:<sup>13</sup>

- Mais de 13 milhões de horas de vídeo foram postadas em 2010;
- 48 horas de vídeo são postadas por minuto, resultando em quase 8 anos de conteúdo postados a cada dia;
- Mais de 3 bilhões de vídeos são assistidos por dia;
- A faixa demográfica do YouTube é ampla: de 18-54 anos de idade;
- O YouTube está presente em 25 países.

---

<sup>13</sup> Estatísticas do Youtube disponíveis em: [http://www.youtube.com/t/press\\_statistics](http://www.youtube.com/t/press_statistics), acessadas em 25 de outubro de 2011

E o YouTube, embora o maior, não é o único serviço de hospedagem de vídeo online. Como outros exemplos podemos citar Vimeo, Viddler, GoogleVideos, dentre outros.

O vídeo Remix vernacular está fora da esfera comercial. É um produto que surge na esfera da Cultura Participativa. É um trabalho amador no sentido de não ser remunerado, não necessariamente de suas qualidades intrínsecas enquanto produto audiovisual.

A natureza amadora da produção de vídeos online tem sido celebrada por autores como Henry Jenkins (2006) e a definição do autor para “cultura participativa” estabelece que “os fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e circulação do novo conteúdo” (JENKINS, 2006), um cenário que apesar de parecer agradável e otimista é descrito ainda “como potencial e não como realidade atual” (BURGES e GREEN, 2009).

Outros autores, como Lawrence Lessig (2008), sugerem uma distinção entre o que seriam produtos de *Fan Fiction* (Ficções de Fã) dos de Remix, apontando que o Remix não necessariamente parte de uma visão de fã e, por isso, se distingue da *Fan Fiction* na medida que tem uma visão mais crítica.

Nesta pesquisa, vemos o Remix como um fluxo contínuo e a *Fan Fiction* faz parte deste fluxo. O nível de crítica (ou não) de uma obra em relação às suas fontes entra na nossa categorização de subgêneros do Remix e não como fator que define e separa o Remix das práticas associadas a *Fan Fiction*.

## **2.1 *Template* como Estrutura Formal**

A ideia de *template* - ou modelo - surgiu várias vezes ao longo desta pesquisa, muitos dos vídeos que observamos partiam de um modelo ou proposta. Alguns podem ser agrupados por seguirem um mesmo conceito, outros por explorarem um formato, outros por seguirem regras e restrições específicas na sua elaboração, enfim, muitos partem de uma estrutura pré-definida que o criador vai preenchendo na realização do vídeo.

A categorização do vídeo Remix em subgêneros que propomos neste capítulo parte justamente da identificação dos diferentes *templates* utilizados na sua

construção/elaboração e não se pretende definitiva, tão pouco está baseada em alguma categorização anteriormente realizada. Ela é fruto da observação empírica do universo de vídeos levantados durante a pesquisa e busca apenas organizá-los em grupos com características semelhantes.

Para a identificação do Remix nestes *templates*, observamos as seguintes características: tipo de material usado (somente objetos culturais pré-existentes ou material original); sua proposta (se o Remix está no conteúdo, no conceito ou na própria forma); seu desenvolvimento em termos de narrativa; sua autoralidade (individual, institucional ou social); seu nível de domínio e manipulação das estratégias da linguagem audiovisual; e particularidades das suas táticas de produção.

Estas categorizações com base nos diferentes *templates* não são necessariamente excludentes entre si e muitos dos exemplos que serão citados poderiam se encaixar em mais de uma delas.

De forma geral, os próprios conceitos de gênero e formato também podem ser vistos como uma espécie de *template*, o que o configura como uma característica típica do modo de produção audiovisual vigente que inclui não só o vídeo online, mas o próprio cinema e a televisão, que há muito tempo tem sua lógica de produção atrelada aos gêneros e a formatos definidos.

Vale lembrar que a grande maioria dos vídeos online observados utilizam o formato de *music video* e isto serve como uma estrutura pré-definida, portanto é também um *template*.

Muitos dos vídeos observados se apoiam em modelos vindos das mídias tradicionais (quer no formato ou efetivamente fazendo uso de mídia pré-existente) e não podemos afirmar, até onde pudemos levantar nesta pesquisa, qual a razão de seguirem um *template* ao invés de explorarem formatos e estéticas mais inovadoras, aproveitando as possibilidades inéditas e menos restritas que o espaço do vídeo online potencialmente oferece quando comparado com os canais de mídia tradicional.

O que fica claro é que o que chamamos aqui de *template* pode ser relacionado com o conceito de Nicolas Bourriaud (2002) sobre o processo de produção artística contemporânea, a ideia de “quando o roteiro se torna a forma”<sup>14</sup> e com o pensamento desenvolvido por Lev Manovich no artigo “Database como Forma

---

14 Do original em inglês “when screenplay becomes form”.

Simbólica” (MANOVICH, 1999), que veio a ser a base para o capítulo 5 de seu conhecido livro “A Linguagem das Novas Mídias”.

Autores como Lev Manovich e o artista visual Dan Oki nos apontam que o cinema, quer no formato digital ou no analógico, é uma mídia apoiada na lógica da database mais do que na da narrativa, como é frequentemente descrito. As teorias de análise de filme em geral consideram o plano cinematográfico como um ponto de partida, uma unidade narrativa que serve para construir a sintaxe da linguagem audiovisual na qual o filme é o produto final e portanto, o objeto cultural que deve ser levado em consideração nos estudos de cinema. Manovich e Oki discordam desta abordagem e alertam que a natureza do cinema é sua base de dados, os planos individuais e enfim, toda a filmagem bruta - a *footage* - realizada. Assim o filme seria uma narrativa dentro das várias possibilidades de configuração de todo o material filmado. Por exemplo, muitos filmes são lançados numa versão original que é a versão aprovada pelo estúdio e depois de algum tempo o diretor lança sua versão pessoal (conhecidas como *director's cut*) apresentando sua visão autoral para aquele filme. Mesmo assim, as duas versões fazem parte de um mesmo produto cultural - cuja presença vai além do filme em si - e são possíveis porque a natureza do cinema é de database e portanto permite - pela existência física de *footage* extra - que mais de uma narrativa seja construída.

Expandindo esta ideia, o cinema como um todo, poderia ser visto como uma enorme coleção de *footage* como propôs Dan Oki na sua palestra durante a conferência *Video Vortex I*, em uma das sessões que discutiam Cinema e Narrativa. Esta natureza de database, se disponibilizada em sua totalidade num banco de dados digital, seria, como aponta Oki, bastante útil nas pesquisas sobre cinema e como fonte de material para futuros produtores de audiovisual.

O espaço do vídeo online é uma materialização destes conceitos e tudo que se encontra nele pode ser “sampleado” e utilizado para novas construções narrativas. Em contrapartida, a dimensão deste banco de dados é tão imensa que acaba dificultando que um criador consiga ordená-la e, portanto, produzir uma narrativa sem nenhuma estrutura pré-definida que o ajude a delimitar o território de sua obra.

O *template* aparece como uma delimitação de território para os criadores de audiovisual online, evitando que estes se percam na imensidão do material disponível.

O excesso de opções traz uma dificuldade na tomada de decisões, fica muito duro escolher um caminho, uma opção quando há possibilidades tão amplas. Em Economia, existe o conceito de “custo de oportunidade” que compreende os custos tanto de rentabilidade possível como os custos sociais causados pela escolha de um investimento em detrimento de todas as outras possibilidades renunciadas. No vídeo online, o tamanho da base de dados existente geraria, parafraseando este conceito da Economia, um enorme “custo de oportunidade” para o usuário na hora de escolher o material e formato para a elaboração de um vídeo Remix, ou seja, tendo tantas opções e tão pouca restrição do que se pode usar- já que a natureza digital e globalizada do vídeo online torna todas as opções igualmente acessíveis- a escolha de uma opção implica na renúncia de tantas outras que é muito difícil se convencer que o caminho escolhido é o melhor e mais acertado. Esta hipótese, se confirmada, poderia, pelo menos parcialmente, explicar porque o *template* aparece de forma tão constante na estrutura dos vídeo Remix. O *template* serviria para aliviar o autor do peso causado pelo “custo de oportunidade”. Aderindo a um *template*, o autor afunilaria o universo de possíveis escolhas e portanto usaria um banco de dados de dimensões mais manejáveis. Partindo de uma estrutura pré-definida, ficaria mais fácil desenvolver uma narrativa e, aderindo a um *template*, ele se livraria de ter que pessoalmente delimitar seu território: o *template* faria isto por ele.

A investigação - e conseqüente comprovação ou refutação - desta hipótese está muito além do que se propõe esta pesquisa de mestrado, mas mesmo assim, vale a pena levantá-la, pois uma pesquisa mais aprofundada poderia fazer uso dela.

### **2.1.1 Tributos de Fã**

De forma geral, quase todo vídeo de Remix pode ser classificado, pelo menos em parte, como um tributo de fã.

O Tributo de Fã talvez traga os exemplos mais simples do vídeo Remix. É fruto de uma vontade, típica de fã, de prestar uma homenagem a um ídolo. O tipo mais básico de Tributo de Fã, é o chamado *slideshow*, animações de fotos editadas com uma trilha sonora.

Do ponto de vista criativo, são vídeos geralmente bastante simples e na maioria das vezes se limitam a usar transições entre uma imagem e outra, alguns textos, uma trilha sonora e não muito mais que isso.

O objetivo destes vídeos também é bastante direto: homenagear alguém e participar de uma comunidade de fãs, uma vez que o autor deste vídeo deixa claro para a comunidade *online* sua predileção por determinado artista, banda ou diretor; ele está simbolicamente se afiliando a uma comunidade de outros usuários que dividem com ele a mesma predileção.

A narrativa geralmente não é muito complexa e não possui um teor crítico desenvolvido, são odes, homenagens. Seu *template* é mais próximo da lógica da *database*: um encadeamento de imagens, mais descritivos do que propriamente narrativos.

De qualquer forma, um usuário que faz um vídeo deste tipo está de alguma forma tentando se expressar, mesmo que de maneira rudimentar, por meio da linguagem audiovisual. Isso diferencia esse autor de um usuário que, por exemplo, posta no YouTube um registro em vídeo, uma filmagem bruta. O criador do Tributo de Fã está efetivamente manipulando estratégias de produção audiovisual e elaborando suas táticas de expressão nesta linguagem. Não conseguimos dados nesta pesquisa para afirmar que esse tipo de vídeo seja uma das primeiras produções destes criadores, mas é muito provável que seja, o que colocaria este formato como uma das portas de entrada dos realizadores para o mundo da expressão em audiovisual.

De forma geral é um tipo de Remix feito por um autor individual, com material predominantemente reciclado de outras mídias: fotos, cenas de filmes, músicas, etc.

Ainda dentro deste mesmo subgênero de Remix, encontramos outros exemplos bem mais elaborados e interessantes quer no uso das técnicas de edição, quer na elaboração do conceito, mas o perfil geral deste subgênero são estes vídeos mais simples.

### 2.1.2 Apropriação de Personagens

Neste tipo de Remix, o criador se utiliza de um universo ficcional pré-existente (utilizando personagens ou particularidades de um mundo fictício) e passa a criar suas narrativas dentro dele. O objetivo aqui não é apenas homenagear um objeto cultural (como em um Tributo de Fã), mas sim fazer parte dele. Uma *Fan Fiction* é uma obra derivada que busca se afiliar ao fenômeno cultural original do qual parte.

Este subgênero de Remix também é bastante ligado à Cultura de Fã, mas diferente de um Tributo de Fã, ele geralmente é mais elaborado no uso das estratégias cinematográficas mesmo porque costuma produzir material original especialmente para sua elaboração.

Aqui a narrativa ganha destaque e seus criadores são pessoas geralmente envolvidas com a Cultura de *Fan Fiction* e/ou indivíduos que dominam a linguagem cinematográfica. Existe uma preocupação muito clara com o enredo, o roteiro, a decupagem e a atuação.

É portanto na estrutura e concepção destes trabalhos que o Remix se faz mais evidente. O *template* que se usa aqui não parte da reciclagem de produtos audiovisuais pré-existentes mas antes da apropriação de personagens e do universo ficcional de objetos que estão no domínio da Cultura Pop, utilizando estes personagens e mundos ficcionais na elaboração de narrativas originais. Por isso mesmo, têm um caráter globalizado, independente de suas particularidades locais.

Um bom exemplo deste subgênero de Remix é a *web serie* “*Chad Vader - Day Shift Manager*” (“Chad Vader - Gerente do Turno Diurno”)<sup>15</sup>. O personagem apropriado aqui é o vilão Dart Vader da saga “Guerra nas Estrelas” do diretor George Lucas. Um dos maiores fenômenos pop de todos os tempos, a saga “Guerra nas Estrelas” conta com uma grande base de fãs produtores de *Fan Fiction*.

Na *web* série de Aaron Yonda e Matt Sloan, que estreou em 2007 e já conta com 3 temporadas, Chad Vader é o primo de Dart Vader que trabalha como gerente em um supermercado comum aqui da Terra. A série satiriza as situações cotidianas de um supermercado em contraste com a personalidade grandiloquente de Chad Vader.

---

<sup>15</sup> Vídeo disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=4wGR4-SeuJ0>, acessado em 12 de agosto de 2011



**Figura 3: Chad Vader - Day Shift Manager, 2007.**

A série foi escolhida pessoalmente por George Lucas para receber o prêmio de melhor filme no *The Official Star Wars Fan Film Awards* de 2007.

Interessante notarmos que este tipo de iniciativa de empresas como a *Lucas Films* que promovem festivais, criam *websites* e promovem eventos para a base de produtores de *Fan Fiction* de seus produtos, exemplifica de forma bastante clara a noção de táticas que são absorvidas e reformuladas como estratégias pelas corporações. Ao incentivarem que essas obras e seus criadores gravitem em torno de estruturas controladas pela própria empresa, elas reafirmam o domínio de suas propriedades intelectuais tanto num nível simbólico quanto no nível material sempre que possível. Por exemplo, ao postar uma obra no site oficial da *Atom Films*<sup>16</sup>, o criador cede os direitos de uso da obra para a *Lucas Films* e a *Atom Films* como nos alerta Lawrence Lessig (2008).

### 2.1.3 Dublagens

Os Remixes de Dublagem exploram a reconfiguração de obras pré-existentes a partir da banda sonora. Muitas vezes, a parte visual da obra utilizada não chega a sofrer nenhuma manipulação.

Em análises de obras audiovisuais não podemos esquecer o quão importante é o som. Também é interessante notarmos que na categoria de vídeo Remix, a grande parte dos subgêneros prioriza o trabalho com a banda da imagem e utilizam

<sup>16</sup> Canal de Star Wars na Atom Films: [http://www.atom.com/channel/channel\\_star\\_wars](http://www.atom.com/channel/channel_star_wars), acessado em 12 de agosto de 2011



um formato de *music video* em suas estruturas. A música é uma base contínua que serve de *template* e tem a finalidade de dar unidade, criando uma equalização entre as diversas fontes de imagem utilizadas no trabalho. Aqui no Remix de Dublagem acontece o oposto: o som assume o papel principal de agente recontextualizador da obra.

A abordagem cômica é a mais comum. É uma modalidade de Remix que muitas vezes traz traços da paródia, por ter um caráter irônico em relação à obra citada. O que a diferencia da paródia e a coloca no fluxo do Remix é o fato de seu espaço de produção ocorrer na esfera digital e, claro, o uso material do objeto cultural a que se referem.



**Figura 4: Eu Rou Rica.**



**Figura 5: Numa, Numa.**

Como exemplos deste subgênero, podemos destacar os vídeos do pseudo-coletivo brasileiro “Las Bibas from Vizcaya”. Utilizando cenas de novelas brasileiras populares como “Vale Tudo” (1988)<sup>17</sup> e “América” (2005) da TV Globo, os vídeos trazem um humor eschachado típico da subcultura gay das *Drag Queens*. “Las Bibas From Vizcaya” é composto por Dolores de Las Dores e Marisa Touch Fine, ambas o alter ego do DJ e produtor George M.

Além das dublagens para material pré-existentes como no exemplo acima, esta categoria também inclui um dos *templates* mais comuns no mundo do vídeo online: aquele onde o criador dubla uma música de sucesso. Este tipo de vídeo vai desde o modelo seminal do criador sentado a frente do computador e usando a web-

<sup>17</sup> Um exemplo é a dublagem “Vale Tudo Fial” de Las Bibas from Vizcaya: <http://www.youtube.com/watch?v=aHAcY4LEYBQ> acessado em 21 de setembro de 2010

cam para a filmagem<sup>18</sup> até produções bastante elaboradas que envolvem coreografias, figurinos especiais, filmagem original e edição decupada de vários planos (emulando geralmente os *music videos* oficiais do artista). Muitos destes criadores se tornaram celebridades da *web* e passaram a produzir séries com suas dublagens como o caso da dupla Valmir e Josy<sup>19</sup> que produzem versões amadoras para sucessos pop de Madonna, Britney Spears, Lady Gaga entre outros.

Vale citar também o caso da cantora Stefhany (grafado assim mesmo), autora do *web-hit* “Cross Fox”<sup>20</sup>, que vem construindo uma carreira justamente apoiada nos *web videos* que posta com versões (não-autorizadas) de sucessos da música pop, ou seja, não usa nem áudio nem vídeo de fontes pré-existentes, mas tem todo seu trabalho apoiado na lógica do Remix como estamos buscando estabelecer nesta pesquisa.

Ressaltamos ainda que alguns classificam estes Remixes de dublagem como *Lip Dubs*, mas nesta pesquisa iremos utilizar o termo para classificar um tipo bastante específico de Remix será descrito adiante.

#### 2.1.4 AMVs - Anime Music Video

Os AMVs, sigla para *Anime Music Video*, utilizam cenas de *Animes* (animações japonesas) editadas ao som de uma canção no formato de *music video*<sup>21</sup>. São portanto, vídeos não oficiais destas bandas e artistas que têm suas canções utilizadas na produção dos AMVs. A própria indústria da música vem incorporando esta estética e muitos *music videos* oficiais de hoje são feitos com animações e seguem o *template* dos AMVs.

Um caso interessante deste tipo é o da banda Daft Punk que em seu álbum de 2001 *Discovery*, fez parceria com o animador Leiiji Matsumoto e o estúdio *Toei*

---

18 Como o mega-hit *Numa Numa* com a dublagem um garoto gordinho, Gary W. Brolsma, para a música *Dragostea Din Tei* da banda *O-zone*. Segundo um artigo da BBC em 2006, o vídeo já fora visto por mais de 700 milhões de pessoas, o que o tornaria o segundo vídeo online mais visto no mundo na época. Um dos endereços onde o vídeo está disponível é: <http://www.youtube.com/watch?v=KmtzQCSh6xk>

19 Versão de Valmir e Josy para *Me Against the Music* (*Madonna e Britney Spears*) em <http://www.youtube.com/watch?v=z0IUfSjM54>

20 Disponível, dentre outros, em <http://www.youtube.com/watch?v=oW0NMETuVOI>

21 Embora a maioria use cenas de *Animes*, também podemos considerar como AMV os vídeos que usam cenas de videogame e seguem o mesmo formato de *music video*. Também podemos ver uma conexão com o fenômeno *machinima* que são filmes com personagens de videogame gerados em computador.

*Animation*. O álbum todo foi concebido para ser utilizado como trilha sonora para o desenvolvimento do *Anime* “*Interstella 5555: The 5tory of the 5ecret 5tar 5ystem*”. Os *music videos* que a banda lançou deste álbum são cenas do *Anime*, ou seja, este projeto inteiro pode ser considerado um grande AMV oficial, marcando a ponte entre a proposta da comunidade AMV e a indústria; claramente exemplificando uma assimilação de táticas nas estratégias recentes da indústria musical.



**Figura 6: Interstella 5555.**

Dentre os subgêneros do Remix, os AMVs são um dos mais populares e reconhecíveis justamente por seus criadores se organizarem em torno de comunidades. Isto lhes confere força e visibilidade cultural. Existem vários sites e festivais específicos para produtores de AMVs como o *AMV.org* e o *Anime Nation*<sup>22</sup>.

A organização em torno de comunidades contribuiu para o avanço estilístico deste subgênero. As estratégias cinematográficas adotadas são bastante avançadas em termos de edição e de manipulação dos conceitos de linguagem audiovisual. As narrativas são elaboradas e fortemente relacionadas com o universo dos *Animes* dos quais partem, na mesma tradição das *Fan Fictions*.

Quanto aos benefícios desta organização em torno de uma comunidade, Lawrence Lessig (2008) nos lembra que a participação numa comunidade de AMVs

<sup>22</sup> Disponível em: <http://www.animemusicvideos.org> e <http://www.animation.com> acessados em 12 de abril de 2010

pode muitas vezes ser a porta de entrada de um indivíduo na esfera de mercado da produção audiovisual. A qualidade técnica e criativa destes vídeos confere projeção a seus criadores dentro da comunidade e, para o mercado, a comunidade serve como um agente de pré-seleção de novos talentos na área de edição e pós-produção.



**Figura 7: Dragon Ball Z**



**Figura 8: Final Fantasy.**

Nestes termos, é interessante pensarmos no poder que estas táticas trazem consigo. Em uma comunidade, estas táticas não se dispersam tão facilmente e podem se desenvolver. Experiências passadas se somam a novas e os participantes se beneficiam deste conhecimento compartilhado. A indústria, por ser organizada, tem conseguido se aproveitar da criatividade tática dos indivíduos na elaboração de suas estratégias e, quando se organizam em comunidade, os indivíduos também passam a assegurar esse conhecimento tático dentro do seu domínio e podem, nos termos que Certeau (1980) descrevia, formar uma estrutura mais sólida e se posicionarem como competidores. Talvez um próximo passo neste cenário vislumbrado “a partir do futuro” (MANOVICH, 2005) que se configura, seria acharmos maneiras dessas táticas trazerem algum tipo de retorno material aos seus criadores.

Quanto a sofisticação no uso e manipulação de estratégias cinematográficas encontradas em AMVs, podemos citar, por exemplo, o uso de *time remapping* ou *ramping*, técnica que manipula a duração e velocidade de um vídeo de forma variável. Originalmente, esse recurso é usado para acelerar uma parte e fazer câmera lenta em outra parte de um mesmo vídeo (em um mesmo plano, sem cortes). Este recurso é muito usado para causar um efeito dramático na edição de esportes radicais como surfe e *motocross*. Nos AMVs (e também em outros subgêneros de vídeo Remix) percebemos que os criadores subverteram o uso

original desta técnica e a usam para forçar uma sincronia labial na edição: manipulando a duração de partes independentes de uma mesma cena de um *Anime*, os criadores conseguem o efeito de fazer os personagens abrirem e fecharem a boca em sincronia com a música que usam.<sup>23</sup>

O primeiro AMV reconhecido no meio é de 1982, muito anterior a explosão do vídeo online, e é creditado a Jim Kaposztas, na época um jovem de 21 anos que editou (com dois vídeo-cassetes) cenas violentas de *Star Blazers* ao som de “All You Need is Love” dos Beatles.

Outro fato interessante apontado por John Oppliger do *Anime Nation* é que o AMV, apesar de utilizar objetos culturais típicos do Japão, é na verdade um fenômeno ocidental<sup>24</sup> o que aponta para mais um indicativo da realidade midiaticizada e globalizada em que a Comunicação Pós-Massiva se encontra.

### 2.1.5 Mashups

O termo *mashup* - que significa “fusão do inglês - é muito usado em computação para descrever o uso de códigos de programação ou acesso a banco de dados de um software por outro. Por exemplo, é um *mashup* incluir a ferramenta de busca do Google em um website.

Mais recentemente o termo assumiu uma conotação bastante específica no mundo da música onde um *mashup* mistura e funde duas ou mais canções. O subgênero Mashup de vídeo Remix é uma transposição deste mesmo conceito utilizado na música para o mundo do audiovisual. Um vídeo Mashup sempre trabalha misturando e fundindo duas ou mais fontes de audiovisual: filmes, animações, novelas, dentre outros.

O *mashup* sempre confronta mais de uma obra e os exemplos mais simples exploram a ideia de uma coletânea temática, outros trazem uma estrutura de “batalha” entre as obras, se valendo dos efeitos de justaposição para criarem o confronto, alterando assim o sentido das obras que utilizam, alguns usam formato de trailer para pseudo-filmes, híbridos hipotéticos de grandes sucessos do cinema.

---

23 Um exemplo de AMV que trabalha sincronia labial é *Mahna Mahna*, do usuário *raininess* do Youtube, disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=sV5JauBik00>, acessado em 7 de novembro 2011.

24 Fonte: wikipedia disponível em [http://en.wikipedia.org/wiki/Anime\\_music\\_video](http://en.wikipedia.org/wiki/Anime_music_video) acessado em 7 de novembro de 2011

Os exemplos mais interessantes de *mashup* conseguem não apenas criar uma narrativa original mas, muitas vezes manipular e alterar o contexto das obras de referência.

De forma geral, o *mashup* se afasta da *Fan Fiction*. Como sua estrutura pressupõe a colisão de mais de uma obra, ele naturalmente estabelece uma postura mais crítica do que muitos produtos tipicamente vindos da *Fan Fiction*. Mais do que buscar fazer parte de um fenômeno cultural em circulação, o *mashup* afirma sua originalidade enquanto obra audiovisual.

Justamente por ter essa natureza transformadora tão clara das obras que utiliza, o *mashup* consegue achar respaldo legal na ideia de *fair use*<sup>25</sup> e ter um argumento para críticas de violação de direitos autorais, mesmo assim, como a maioria das obras de Remix, estes vídeos são constantemente filtrados por softwares de identificação de conteúdo e acabam excluídos dos sites de compartilhamento de vídeos.

É comum que o criador de *mashup* compreenda e manipule de forma sofisticada as estratégias de produção e a linguagem audiovisual. Conceitos como: eixo, montagem alternada, ação/reação e continuidade são facilmente identificáveis em várias obras deste subgênero. São usadas também várias técnicas avançadas de edição tanto de áudio quanto de vídeo e é comum que o criador também utilize elementos de *motion graphics*<sup>26</sup> e até 3D. Enfim, vemos claramente estratégias tipicamente cinematográficas sendo transformadas em táticas customizadas na produção de *mashup*.

O *mashup* é um exemplo tão típico de vídeo Remix que muitas vezes o termo é utilizado como sinônimo do próprio Remix no audiovisual.

O *mashup* pressupõe que o criador veja toda a produção audiovisual existente como um grande banco de dados de imagens em movimento, ou seja, esteja ciente da materialidade que o paradigma da sintaxe audiovisual assume no ambiente digital.

No capítulo 3, abordaremos um estudo de caso que parte justamente de um *mashup*, por isso iremos descrever melhor suas características a partir da análise daquele exemplo.

---

25 Conceito legal usado para diferenciar usos lícitos de material com direitos autorais de usos ilícitos. Em resumo, considera-se *fair use* o uso de partes de outras obras num trabalho novo se ele não tem fins comerciais e se seu sentido foi retrabalhado na obra nova.

26 Nome dado a criação de gráficos e títulos usados geralmente em vinhetas, aberturas, créditos e outras partes do audiovisual

### 2.1.6 Trailer Recut

O chamado Trailer Recut é um Remix em formato de *trailer*. Os criadores partem desta proposta e trabalham vários aspectos possíveis da linguagem audiovisual com o propósito de criar este *trailer* alternativo.

É um tipo de vídeo Remix que é baseado em uma proposta clara. Neste caso, o *template* é o próprio formato: o *trailer*. Por isso, essa categorização engloba vários dos outros subgêneros que estamos sugerindo de Remix.

O Trailer Recut pode ser uma dublagem, como no caso do vídeo “Peter Pó”<sup>27</sup>. Utilizando cenas originais da animação da Disney “Peter Pan”, o usuário do YouTube *caioloki*, cria uma narração para seu trailer onde sugere que o pó que a fada Sininho expelle - e que no filme original possibilita que as crianças voem com Peter Pan - seja na verdade cocaína.



Figura 9: Peter Pó.



Figura 10: Brokeback to the Future.

O Trailer Recut pode ser um *mashup*. Existem muitos exemplos deste tipo e podemos citar “Matrix/Fight Club”<sup>28</sup> que usa cenas de “Matrix” (dir: Larry & Andy Wachowsky, 1999) e do “Clube da Luta” (dir: David Fincher, 1999 ) utilizando o discurso de “Clube da Luta” para revelar o mundo de “Matrix”, ou “Brokeback to The Future”<sup>29</sup>, que usa cenas de “De Volta para o Futuro 3” (dir: Robert Zemeckis, 1990) recontextualizadas pra reproduzir o enredo principal de “Brokeback Mountain” (dir:

27 “Peter Pó” disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=VxKqh23hKpM>, acessado em 7 de novembro de 2011

28 “Matrix/Fight Club Mashup”, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=2ctZAysb8Ms>, acessado em 7 de novembro de 2011

29 “Brokeback to the Future”, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=8uwuLxrv8jY> acessado em 7 de novembro de 2011

Ang Lee, 2005), sugerindo, através da narração, da trilha sonora e de uma cuidadosa seleção de cenas, uma relação homoerótica entre os personagens principais.

Outros ainda subvertem o gênero do filme que usam e criam um *trailer* alternativo só com cenas do filme original imprimindo um estilo, ritmo de edição e diversas estratégias da linguagem audiovisual com o propósito de subverter o gênero original do filme e associá-lo a outro. Um exemplo muito interessante deste tipo é o Trailer Recut “Shining”<sup>30</sup> para “The Shinning” (“O Iluminado”, dir: Stanley Kubrick, 1980) onde o gênero passa a ser uma comédia. Neste vídeo, cenas originais do filme, um clássico do terror psicológico, são editadas ao som de uma trilha sonora otimista (“Solsbury Hill” da dupla Simon & Garfunkel) e uma narração empolgada. O enredo do pseudo-filme fala de um pai, escritor em crise criativa e sua relação com o filho adotivo pequeno. Tudo em um tom de comédia leve, emotiva e familiar. O terror de Kubrick é transmutado em comédia familiar para crianças, no estilo de filmes da Disney ou de comédias com “moral da estória”, como a franquia “Esqueceram de Mim”.

Este subgênero de vídeo Remix é um dos mais criativos e interessantes que pudemos observar ao longo da pesquisa, sugerindo que o uso de *templates* na organização das narrativas audiovisuais contemporâneas, ao invés de limitar as formas possíveis, abre espaço para a originalidade, como nos explica Manovich:

Quando pensamos em modularidade, assumimos que o número de objetos que podem ser criados dentro de um sistema modular é limitado [...] No entanto, na minha concepção de cenário, a modularidade não envolve qualquer redução no número de formas possíveis que podem ser criadas. [...] Em outras palavras, se a modularidade pré-computador leva à repetição e redução, a modularidade pós-computador pode produzir diversidade ilimitada (MANOVICH, 2005).

A grande diversidade, originalidade e criatividade encontrada nos Trailer Recuts - e em outros *templates* de vídeo Remix - exemplifica a noção de “Remixibilidade Total” descrita por Manovich como uma tendência para a qual rumamos em termos culturais e tecnológicos.

---

<sup>30</sup> “Shining- trailer recut” disponível em [http://www.youtube.com/watch?v=KmkVWuP\\_s00](http://www.youtube.com/watch?v=KmkVWuP_s00) , acessado em 7 de novembro de 2011)



### 2.1.7 Remix Político

O homem vive em sociedade e atua sobre a sociedade em que vive, em outras palavras, faz política. Segundo a filosofia grega, o homem é um animal político que busca a verdade como forma de auto-conhecimento e como forma de levar melhorias aos seus próximos. O “Mito da Caverna” de Platão é uma metáfora que retrata esta busca do homem pela verdade: acorrentados de costas no fundo de uma caverna, os homens acreditavam que a realidade eram as sombras projetadas na parede. Quando um homem resolve se desacorrentar e sair da caverna, ele é confrontado e fica embasbacado pela “Verdade da Vida”. Seu primeiro ímpeto é voltar para a caverna e alertar os outros sobre o que descobrira mas os outros não acreditam nele pois a única realidade que existia, alegavam eles, era aquela projetada pelas sombras no fundo da caverna...

O ideal político implica em ser questionador, crítico, buscar melhorias para o indivíduo e para a comunidade em que este vive. Ser político é buscar e lutar por transformações e neste sentido o ser humano é um animal político na sua essência.

No universo do vídeo online, inundado por vídeos de temas banais, escapistas, egocêntricos e alienados, o Remix Político se destaca e recebe atenção especial como um exemplo nobre e útil de uso de um meio de comunicação democratizado, onde as pessoas comuns podem finalmente ter uma voz, sendo agentes de transformação por serem também emissores e não mais apenas receptores no fluxo da comunicação. Este potencial do vídeo online aparece de forma clara no Remix Político e dá esperanças aos críticos mais pessimistas das novas mídias, mostrando que o vídeo online pode também ser um instrumento de mudanças e contestações políticas e não apenas uma ode a banalidade e ao individualismo.

Brian Williams, jornalista e apresentador âncora do telejornal da rede norte-americana NBC, o *NBC Nightly News*, começou sua palestra para os alunos de jornalismo da NYU (New York University) em 2007 com o seguinte questionamento:

Se estamos todos assistindo gatos dando descarga, o que estamos deixando de ler? Que grande escritor estamos perdendo? Que grande estória estamos ignorando? Isto é social, é cultural, não posso mudar... Assim como todo mundo eu posso queimar uma hora

no YouTube ou no Perez Hilton<sup>31</sup> sem derramar uma gota de suor. E no que eu não tenho prestado atenção que há 10 anos atrás eu teria simplesmente consumido? (WILLIAMS, 2007).<sup>32</sup>

Embora possamos questionar que a visão crítica de Williams sobre as novas mídias reflète a opinião de um homem que faz parte de um grande conglomerado de mídia tradicional, não podemos deixar de reconhecer uma grande verdade que seu argumento expõe: a internet com sua promessa de acesso livre à informação e de contato fácil com qualquer tópico tem formado uma geração que, ao invés de buscar expandir seus conhecimentos sobre o mundo, cada vez mais se fecha em um círculo de iguais. Toda a arquitetura da web leva a isso: buscamos nossos iguais, pessoas e informações sobre assuntos que já são de nosso interesse e deixamos de usar a rede para buscar a pluralidade e um conhecimento mais amplo do mundo, contrariando as expectativas otimistas do início dos anos 1990 sobre a democratização e ecletismo da informação que a internet traria a todos. Queremos mais do mesmo e preferimos a repetição e a redundância em detrimento da busca por informações que nos façam conhecer o mundo de forma mais ampla e fora das nossas zonas de conforto.

Neste sentido, a comunicação de massa tradicional, apesar de toda a crítica que podemos fazer sobre o controle da informação no fluxo “um-todos” e da manipulação de opinião exercida sobre os seus receptores; forma um espectador médio com informações mais variadas sobre o mundo a sua volta. É comum ouvirmos nas escolas, por exemplo, professores reclamando sobre a falta de cultura geral dos alunos da nova geração, que cresceu com a internet a partir dos anos 1990. A geração anterior, que cresceu vendo TV, costuma ser creditada como mais eclética, articulada e detentora de um conhecimento de mundo mais amplo.

A banalidade que domina a internet - e o mundo do vídeo online consequentemente - nos deixa a constatação amarga de que o potencial democratizante e político da rede tem sido usado muito aquém do que poderia...

O Remix Político portanto, é o Remix do homem do mito da caverna contemporâneo, aquele que teve os culhões de buscar e tentar compartilhar a verdade que encontrou quando deixou de olhar só para as sombras - ou só para gatos dando descarga. Por isso mesmo, este tipo de vídeo é sempre muito estimado

---

31 Perez Hilton é um site de fofocas e celebridades extremamente popular nos EUA, disponível em <http://perezhilton.com/>

32 Uma resenha e transcrição de partes desta palestra estão disponíveis no site da NYU em [http://journalism.nyu.edu/publishing/archives/bullpen/brian\\_williams/lecture\\_brian\\_w/](http://journalism.nyu.edu/publishing/archives/bullpen/brian_williams/lecture_brian_w/)

e citado por quem estuda o vídeo Remix. Ele é um exemplo que confere lastro, relevância e seriedade ao uso de um tipo de mídia fortemente criticado pela banalidade inconsequente e hedonista observada na grande maioria dos vídeos que compõem seu universo.

Quando perguntado sobre a sua preocupação com as novas mídias e a tecnologia, o cineasta Jean-Luc Godard respondeu ao repórter do prestigioso jornal alemão *Die Zeit*: “Eu tento me manter atualizado. Mas as pessoas fazem filmes na internet para mostrar que elas existem, não para observar as coisas” (GODARD apud LOVINK, 2008, pg 9). Observar e comentar as coisas e o mundo é a contribuição que o vídeo Remix político tem trazido ao mundo do vídeo online.

Porém, diferente do discurso militante e engajado que marcou a atitude política dos anos 1960 por exemplo, o discurso político contemporâneo do vídeo online é marcado pelo humor, pela criatividade e pela falta de ideologias dominantes. É mais um aviso que pede por ajustes no sistema do que uma proposta revolucionária.

Várias das características que destacamos em subgêneros anteriores encontram-se também no Remix político: técnicas avançadas de edição e manipulação de imagem, domínio das estratégias cinematográficas, construção segura da narrativa, até mesmo a predominância do formato *music video*.

Também não é de se espantar que a natureza deste tipo de vídeo, estimule seus criadores a se organizem em comunidades mais estruturadas e portanto, consolidem e fortifiquem suas táticas, se posicionando assim de forma mais competitiva em relação as demais instituições do sistema. Existem festivais, programas de TVs públicas e websites como o *Political Remix Video*<sup>33</sup> que se dedicam ao gênero.

Como exemplo deste tipo de Remix, iremos destacar o caso da candidata ao governo do Distrito Federal, Weslian Roriz, nas eleições de 2010. Esposa do ex-governador Joaquim Roriz - grande força política entre as classes mais baixas do DF e constantemente associado a denúncias de corrupção - Weslian era vista como uma candidata “laranja”<sup>34</sup> já que o próprio marido estava impedido de concorrer ao cargo. Toda a campanha foi marcada por controvérsias, culminando em uma participação abraçada de Weslian no debate promovido e televisionado pelo Rede

---

33 No endereço <http://www.politicalremixvideo.com/>

34 “Laranja” é um jargão político usado para definir pessoas que se deixam usar juricamente por outras, geralmente porque o interessado no uso de seu nome tem problemas com a lei ou quer evitar aparecer.

Globo dos candidatos ao segundo turno das eleições. No debate, a candidata se mostrou claramente despreparada, titubeando e buscando anotações para responder perguntas e chegando mesmo a cometer gafes graves como afirmar “eu quero defender toda aquela corrupção” e outros absurdos. O episódio só fez aumentar as suspeitas sobre sua candidatura “laranja” e, com as imagens do debate postadas na rede, não tardaram a aparecer diversos vídeos usando o material. Desde edições que resumiam os “melhores momentos do debate” até os mais elaborados, como o vídeo do DJ Dino Mars, também conhecido como FAROFF, “O Funk de Weslian Roriz”<sup>35</sup>



**Figura 11: Weslian Roriz.**

No vídeo, Mars parte do áudio extraído do debate e cria uma música com as declarações de Roriz. Utilizando softwares para edição e manipulação de áudio, ele cria um *funk* com vocal da candidata sobre bases eletrônicas. Filtros de afinação, como o *autotune* e o *voicecoder*<sup>36</sup>, foram usados para mudar o tom e a cadência do

<sup>35</sup> Na verdade o vídeo não apresenta este título mas é conhecido assim nas redes sociais, o vídeo está disponível em: [http://www.youtube.com/watch?v=B1ricsQJ\\_DY](http://www.youtube.com/watch?v=B1ricsQJ_DY)

<sup>36</sup> São filtros para programas de edição de áudio como o *Pro Tools*. O *autotune* serve para ajustar o tom do áudio e é usado para deixar os vocais dos cantores no tom exato da música evitando imperfeições da performance original; utilizado ao extremo, ele distorce a voz e deixa o som metalizado. O *voicecoder* é outro filtro, usado para dar um efeito sintético, tirando a naturalidade do som da voz humana, fazendo o som parecer ser gerado por uma máquina ou robô.

áudio original, criando uma estrutura musical e rítmica para as falas de Roriz. O resultado é hilário. Ele edita o *funk* com imagens do debate e imagens da campanha eleitoral de Weslian Roriz. Também usa legendas no vídeo acompanhando o áudio da música, para reforçar o conteúdo da letra da canção.

Este vídeo particularmente exemplifica algumas táticas específicas que observamos repetidas vezes em muitos dos vídeos pesquisados. Uma delas é o uso do *funk*, conhecido como *funk carioca*, em muitos dos vídeos feitos por brasileiros. Tanto o próprio *funk carioca* quanto seu uso nestes vídeos podem ser vistos como exemplos do caráter globalizado da cultura contemporânea, demonstrando como os elementos de cultura popular e local, são expressados em termos globais. Se tivéssemos que escolher uma particularidade estilística que distingue o Remix brasileiro, seria o *funk carioca*. Outra característica interessante observada foi quanto ao propósito do uso de legendas. No audiovisual tradicional, legendas são utilizadas para traduzirem o conteúdo de uma língua para outra ou para auxiliarem deficientes auditivos quando utilizam a mesma língua do áudio. Nas novas mídias, a legenda (também) aparece como uma ferramenta de redundância, utilizada para reforçar a mensagem do conteúdo, como no caso do vídeo com Roriz ou até para chamar atenção para as particularidades da pronúncia de alguém ou de algum animal<sup>37</sup>. Outra característica observada foi dentro das táticas de edição de vídeo que incorporaram conceitos do Remix na música e o reinterpretaram na manipulação de imagens, como a técnica de *scratch* onde os DJs giram o disco pra frente e pra traz que é constantemente vista e aplicada nas edição de vídeos, que avançam e retrocedem ao ritmo da música.

### 2.1.8 Meme Remix

A expressão "Meme de Internet" é utilizada para descrever um conceito que se espalha de forma viral<sup>38</sup> através da Internet, se popularizando e sendo amplamente reproduzido e utilizado por vários indivíduos. Geralmente tem vida útil bem curta, desaparecendo e caindo em desuso tão rapidamente como apareceram.

---

37 Gato falando legendado, disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=t3XzRTDSWdc>

38 termo usado para identificar mídias de sucesso espontâneo em redes sociais, decorrente de indicações dos próprios usuários.; típicos exemplos de sucessos surgidos no fluxo "bottom-up", ou seja, da base do sistema emissor/receptor da comunicação.

O termo é uma referência ao conceito de memes, criado em 1976 por Richard Dawkins no seu bestseller *O Gene Egoísta*, é para a memória o análogo do gene na genética, a sua unidade mínima. É considerado como uma unidade de informação que se multiplica de cérebro em cérebro, ou entre locais onde a informação é armazenada (como livros) e outros locais de armazenamento ou cérebros. No que diz respeito à sua funcionalidade, o meme é considerado uma unidade de evolução cultural que pode de alguma forma auto propagar-se. Os memes podem ser ideias ou partes de ideias, línguas, sons, desenhos, capacidades, valores estéticos e morais, ou qualquer outra coisa que possa ser aprendida facilmente e transmitida enquanto unidade autônoma. O estudo dos modelos evolutivos da transferência de informação é conhecido como memética. Quando usado num contexto coloquial e não especializado, o termo meme pode significar apenas a transmissão de informação de uma mente para outra. Este uso aproxima o termo da analogia da "linguagem como vírus", afastando-o do propósito original de Dawkins, que procurava definir os memes como replicadores de comportamentos.

Nesta categorização, chamamos de Meme Remix os vídeos que na maioria das vezes utilizam e retrabalham outros vídeos online de sucesso (em oposição aos que usam objetos culturais do audiovisual comercial e tradicional). Quando alguns vídeos de conteúdo gerado por usuário ou expressões e conceitos popularizados em redes sociais ganham fama e viram fenômenos de audiência na rede, rapidamente aparecem remixes destes vídeos ou termos que muitas vezes são versões musicais dos originais ou versões com legendas redundantes, ou emulam técnicas do Remix de áudio na edição- tendências estilísticas que destacamos no tópico anterior - entre outros diversos usos que estes vídeos acham no universo do Remix.

Como exemplos destes Remixes podemos lembrar dos diversos remixes do vídeo brasileiro conhecidos na rede como “Pedro, cadê meu chip?”<sup>39</sup> (onde uma ex-namorada furiosa berra no meio da madrugada em frente a um prédio pedindo pro Pedro aparecer e devolver o chip que ela o havia emprestado de seu celular); o caso “Luisa que está no Canadá” (de um comercial tradicional popularizado na rede, de uma imobiliária da Paraíba, apresentado pelo pai da garota Luisa, o apresentador de coluna social eletrônica, Geraldo Rabello) ou ainda os derivados do fenômeno

---

39 Disponível em: [http://www.youtube.com/watch?v=EWC\\_B1u0hBE](http://www.youtube.com/watch?v=EWC_B1u0hBE), interessante notar que este vídeo alerta o espectador que as imagens têm direito autoral, o que mostra uma certa inversão de valores onde alguns criadores de vídeo online estão usando dos mesmos dispositivos legais que grandes empresas para assegurar seus direitos autorais sobre sobre as imagens de objetos culturais populares. Muitas vezes, estes usuários que registram o conteúdo não são sequer os autores originais das filmagens.

mundial do vídeo do garoto americano David, que volta do dentista ainda sob efeito de anestésico e tem uma conversa hilária e alucinada com seu pai que filmou e postou o vídeo na rede. Um Meta Remix derivado deste fenômeno, “*David After Dentist After REMIX*”<sup>40</sup> foi tão bem sucedido que a música foi lançada comercialmente para venda na loja de música virtual da Apple, a *iTunes Music Store*.

The screenshot shows the iTunes Music Store interface. At the top, there are navigation tabs for Music, Movies, TV Shows, App Store, Books, Podcasts, iTunes U, and Ping. The user's account information, including the name 'eddearest@gmail.com' and a balance of '\$90.16', is visible in the top right. The main content area is titled 'David After Dentist After Remix' and features a large 'Buy' button for \$0.99. Below the button, the genre is listed as 'Comedy' and the release date as 'Jul 04, 2009'. A 'Like' button and a 'Post' button are also present. The 'Listeners Also Bought' section displays several recommended items, including 'Bo Burnham', 'The Key of Awesome, Vol. 1', 'Lady Pasta (Presented by The...)', 'These Are My Sozy Shades', 'Taekwondo (Alejandro Paredy)...', 'Cute Furry Kittens', and 'Man (feat. Cha)'. The 'Customer Ratings' section shows an average rating of 4.5 stars based on 22 ratings. The 'Customer Reviews' section is currently empty, with a 'Write a Review' button. The page is sorted by 'Most Popular'.

Figura 12: David After Dentist After Remix na iTunes Music Store.

Outro vídeo que encontrou seu sucesso na rede, embora vindo da mídia tradicional, foi o vídeo da nutricionista Ruth Lemos que era (originalmente) uma entrevista para uma TV local do Recife, PE. A nutricionista gaguejou repetidamente ao falar sobre as qualidades nutricionais do sanduíche na alimentação. Lemos depois alegou que a cagueira ocorreu porque usava um ponto eletrônico para monitoramento do áudio, o ponto dava retorno ao vivo porém com atraso na transmissão. Este *delay* confundiu Ruth que não conseguia pronunciar corretamente as palavras. De qualquer forma, a entrevista caiu na rede e logo se transformou em um viral<sup>41</sup> de sucesso estrondoso<sup>42</sup>. Muitos vídeos Remix utilizaram o material e

40 Do usuário *Tobuscus*, disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=N618fLxQP6w>

41 Termo usado para identificar mídias de sucesso espontâneo em redes sociais, decorrente de indicações dos próprios usuários.; típicos exemplos de sucessos surgidos no fluxo “*bottom-up*”, ou seja, da base do sistema emissor/receptor da comunicação.

temos também neste caso, versões com o *funk* do sanduíche<sup>43</sup>, versões com legendas por extenso da gagueira da nutricionista<sup>44</sup> e muitas outras versões derivadas da entrevista original. Interessante lembrar que este caso aconteceu em 2004, antes do aparecimento do YouTube.



**Figura 13: Ruth Lemos**

### **2.1.9 Meta Remix**

Chamamos de Meta Remix, os vídeos online que efetivamente trabalham o conceito de metalinguagem, ou seja, que falam da própria linguagem do audiovisual dentro do ambiente online. Um dos exemplos mais interessantes, é o vídeo do Prof. Michael Wesch (2007), professor assistente do departamento de antropologia da

---

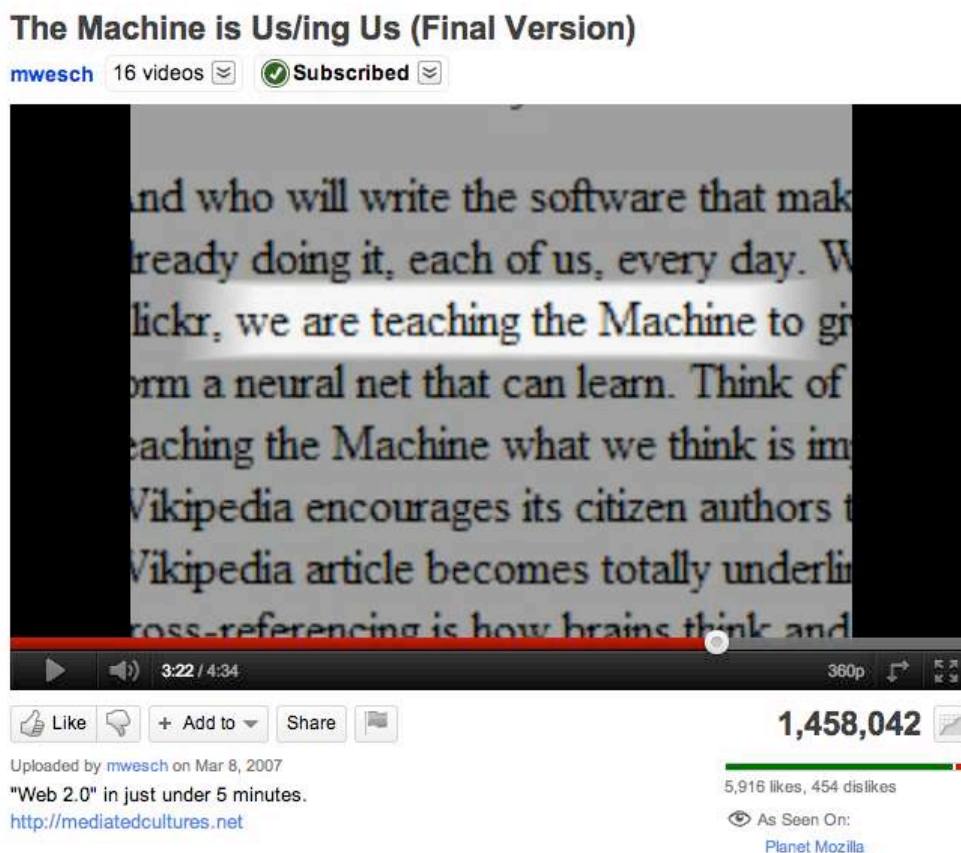
42 Uma das versões disponíveis da entrevista original de Ruth Lemos em <http://www.youtube.com/watch?v=f4ACWmmz29Q>

43 Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=WvAYdnMhjsU>

44 Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=pmn-dbBpgIU>



Kansas University, o “*The Machine is Us/ing Us*”<sup>45</sup> (algo como “A máquina somos nós/está nos usando”).



**Figura 14: The Machine is Us/ing Us.**

Para ilustrar suas ideias sobre como o texto se modificou a partir do seu uso em computador e na rede, Wesch começa o vídeo com um texto escrito a mão e depois passa para um texto digitado em computador. O vídeo, como explica o próprio Wesch, é a “web 2.0 em menos de 5 minutos” e segue a linha metalinguística na sua elaboração, usando captura de tela do próprio computador para escrever sobre algo enquanto utiliza, para esta escrita, as mesmas técnicas e tecnologias sobre as quais está escrevendo. Por exemplo, usando *cópia/cola* enquanto digita que o texto digital não é fixo, pode se movimentar ou escrevendo a palavra *link* e a transformando em um *link* mesmo em que clica para continuar a navegação enquanto discorre sobre o que é hipertexto, ou ainda mostrando como forma e conteúdo se separam na mudança do padrão HTML para o XML na web

<sup>45</sup> Disponível no canal de Wesch no YouTube em [http://www.youtube.com/watch?v=NLIgopyXT\\_g](http://www.youtube.com/watch?v=NLIgopyXT_g)

enquanto digita estas explicações editando exemplos de códigos HTML e XML respectivamente.

O vídeo, como muitos dos vídeos online, também usa o formato *music video*, tendo como trilha sonora uma música eletrônica, é editado de maneira fluida e veloz, exigindo concentração do espectador para acompanhar o ritmo da explicação de Wesch sobre as evoluções tecnológicas pelas quais o texto eletrônico passou, como a web 2.0 funciona em geral e sobre o papel e responsabilidades dos consumidores de informação digital na Cultura Participativa. Também levanta a questão sobre a autoralidade nos dias de hoje e nos alerta sobre como estamos aprendendo com a “máquina” ao mesmo tempo que a “máquina” está aprendendo e guardando toda informação que colocamos nela sobre nossas vidas. Além de um Meta Remix, o vídeo pode (e deve) ser visto também como um exemplo de Remix Político. O próprio vídeo passou de um Remix a fonte para diversos outros Remixes, que usam tanto seu material quanto a questão que ele levanta (em vídeo - respostas), evidenciando o padrão de uso de *templates* que comentamos nesta pesquisa e também o fluxo que estamos tentando evidenciar do Remix permeando a cultura do vídeo online desde a produção até o consumo.

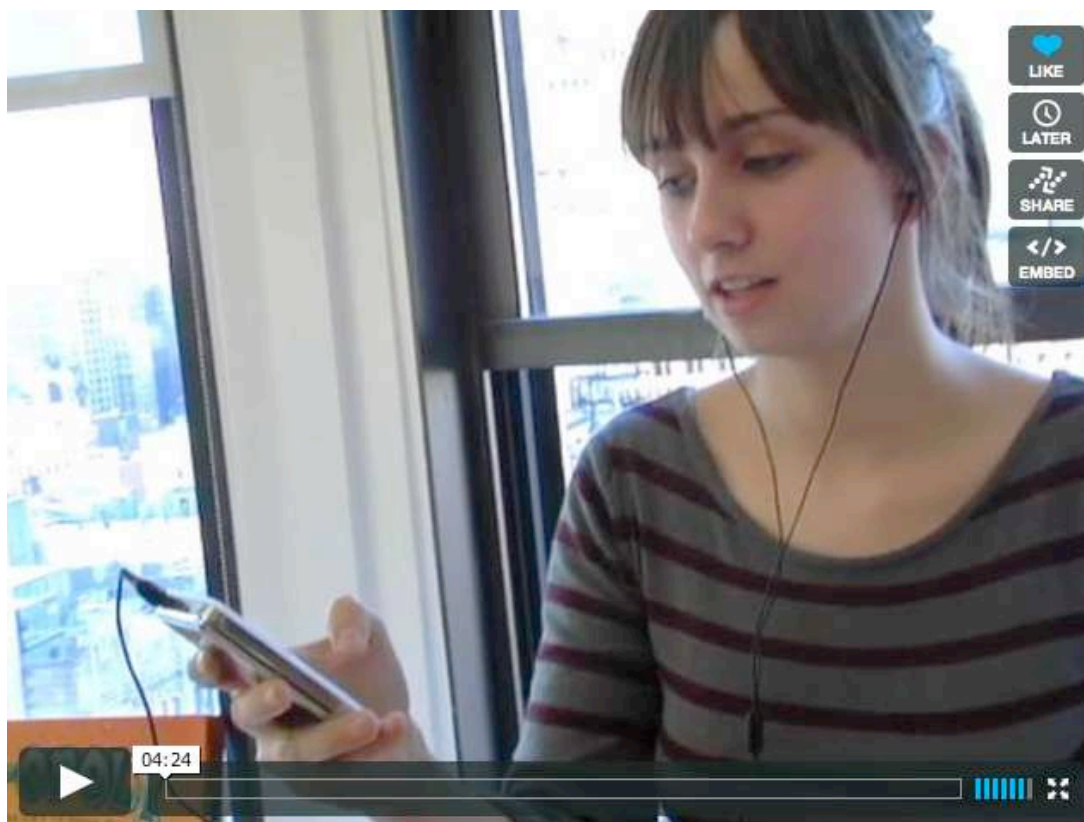
### 2.1.10 Lip Dub

Nesta pesquisa vamos usar o termo *Lip Dub* para um tipo bastante específico de vídeo online que, por sorte, conseguimos identificar e rastrear a origem, ou seja, conseguimos achar um exemplo de como os *templates* aparecem e como os usuários passam a utilizá-lo.

Em 20 de abril de 2007 (em New York, as 11:55 AM para ser mais preciso), Amanda Lyn Ferri postou no Vimeo o vídeo intitulado “*Lip Dub- Flagpole Sitta by Harvey Danger*”<sup>46</sup>. O vídeo estabeleceu um *template* tão claro e inspirador para a produção de vídeo online que o termo *Lip Dub* deixou de ser sinônimo de dublagem em geral e passou a ser um subgênero a parte no mundo do vídeo online.

---

<sup>46</sup> Disponível no canal de Amanda no Vimeo em <http://vimeo.com/173714>. Os participantes do vídeo chegaram a responder um processo por violação de direitos autorais mas conseguiram eventualmene assegurar seu direito de postar o vídeo apoiados no conceito legal de *fair-use*.



**Figura 15: Lip Dub “Flagpole Sitta”.**

O vídeo se tratava da dublagem da música do título, o rock “*Flagpole Sitta*” da banda de Seattle, Harvey Danger. O vídeo é o que se chama em termos cinematográficos de um plano-sequência, ou seja não existe corte do começo ao fim da cena e toda a ação acontece preparada no *mise-en-scène*. O vídeo começa com a própria Amanda no escritório onde trabalha, a *Connected Ventures*, ligando seu iPod e dando início ao *playback* da canção. Ela começa a dublar a canção e a câmera a segue, até aí tudo parece muito casual e espontâneo. A surpresa vem no refrão da canção quando dois de seus colegas de escritório, que estão aparentemente absortos em suas mesas de trabalho atrás de Amanda, se viram para a câmera e juntam-se a ela dublando a segunda voz do refrão em sincronia com o *playback* e assim nos revelando o que vem a seguir: todo o escritório estava ensaiado e preparado para uma dublagem coletiva onde cada um tinha um papel pré-definido e ensaiado, inclusive o operador da câmera. A dublagem segue a partir daí como uma sequência onde os colegas de escritório se alternam dublando a canção que fala das neuroses de um jovem, culminando com todos jogados no chão do escritório ao final da canção quando o volume do *playback* se esvai e entra o som direto gravado na filmagem, revelando todos cantando os últimos versos da canção e dando muitas risadas e sorrisos, em um júbilo, um autêntico momento de

socialização capturado em vídeo. Nascia aí o moderno *Lip Dub*, um tipo de Remix social.

De forma geral, todas as categorizações de vídeo Remix que destacamos até aqui têm em comum a autoralidade individual. São obras realizadas por um autor que pode ter feito tudo sozinho ou conduzido uma equipe, mas tem uma estrutura autoral ou pelo menos onde o foco principal e razão de existir é própria obra originada. É neste sentido que distinguimos o que chamamos de Remix social que aparece no *Lip Dub* e em outros tipos de Remix mais recentes. Neles, além da obra que se realiza e suas qualidades artísticas enquanto audiovisual, a representação do grupo social, da tribo, é um fator fundamental na razão de existir da obra, no seu componente de presença. São socializações genuínas, organizadas em função de sua representação midiática.

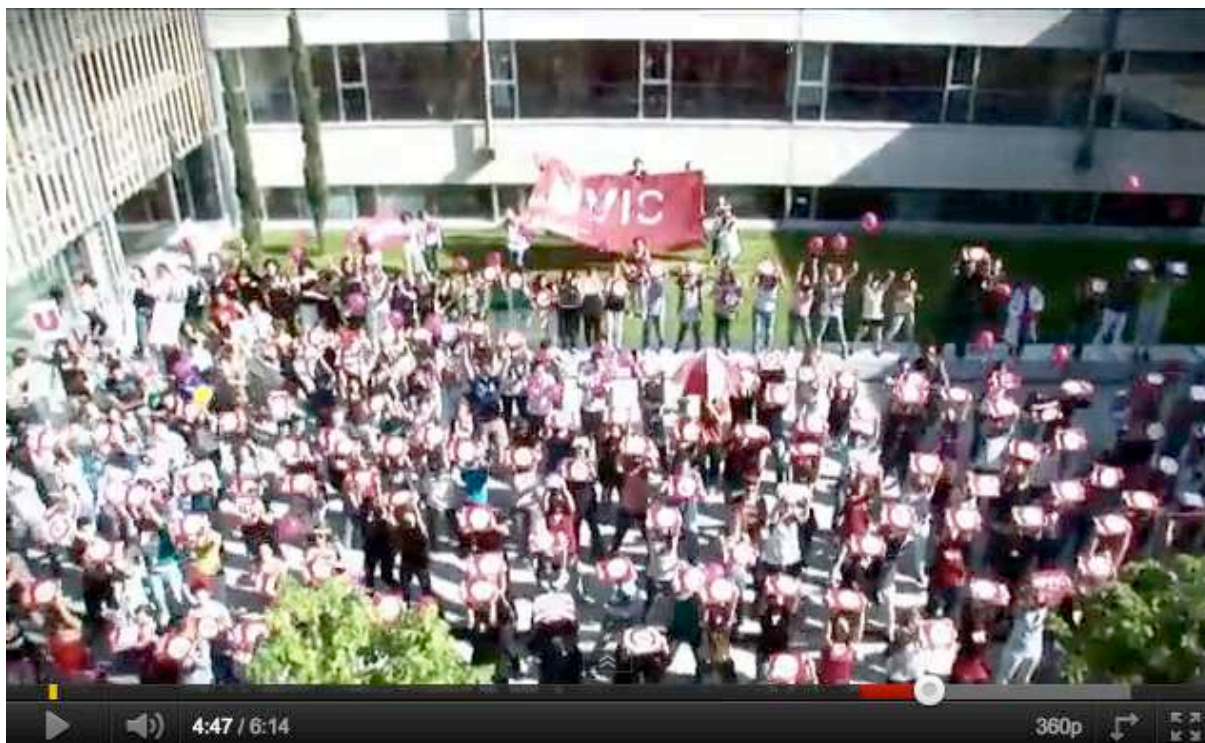
A força e energia que o vídeo passa é empolgante e inspiradora. Os comentários postados na página do vídeo revelam isso e revelam também o que veio a seguir: inspirados pelo vídeo de Amanda, alguns dos usuários comentam que também fizeram (ou irão fazer) seus vídeos com seus colegas de escritório ou escola ou qualquer que seja sua tribo. O *template* fora estabelecido e outros criadores passaram a usá-lo para a criação de seus próprios vídeos, exatamente como temos sugerido acontecer no vídeo online e aqui achamos evidência deste processo.

O que ficou evidente para os espectadores sobre o *template* que o vídeo de Amanda formatou foi:

1. O *Lip Dub* tem que ser feito por um grupo de pessoas - não um indivíduo - dublando uma canção específica.
2. O *Lip Dub* tem que ser feito (ou parecer ter sido feito) em um plano-sequência, sem cortes.
3. Diferente das dublagens individuais com uma webcam fixa, o movimento de câmera e o percurso que esta traça no ambiente é essencial na estrutura do *Lip Dub* social. A localidade é também um dos personagens principais dentro do formato.

O formato *Lip Dub* gerou um fenômeno genuinamente nativo de audiovisual feito para a web. Muitos outros *Lip Dubs* têm sido produzidos desde então e a escala dos vídeos (em número de participantes) aumentou consideravelmente, como

podemos ver, por exemplo, no *Lip Dub* da Universidade de Quebec<sup>47</sup> de 2009 que contou com a participação de 172 estudantes ou em um dos maiores que conseguimos localizar, o da Universidade de Vic<sup>48</sup>, na Espanha, realizado em maio de 2010 e que contou com mais de 1000 participantes.



**Figura 16: Lip Dub “Hey Soul Sister” (University of Vic).**

Tecnicamente, os *Lip Dubs* também se sofisticaram. É comum vemos exemplos que fazem uso de maquinário profissional de cinema, como por exemplo o *steady-cam*, usado para manter a estabilidade da câmera durante tomadas de câmera na mão e em movimento. O próprio *template* original também se sofisticou: se nos primeiros exemplos vemos literalmente uma única tomada e a dublagem em sincronia com a música; com o tempo passamos a ver trucagens, como o uso de *chromakey* ou cortes planejados para juntar duas ou mais sessões de filmagem em locais que não permitiam um único trajeto contínuo e ininterrupto, como no caso do próprio *Lip Dub* de Vic ou até mesmo outros exemplos onde a filmagem foi toda realizada com o *playback* da música e toda a ação encenada e planejada em reverso, no vídeo final, a edição reverte novamente o sentido da filmagem e da

47 Lip Dub de “I Gotta a Feeling” disponível em [http://www.youtube.com/watch?v=-zcOFN\\_VBVo](http://www.youtube.com/watch?v=-zcOFN_VBVo)

48 Lip Dub “Hey Soul Sister” disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=EeGDRSWB46w>

música original, o que coloca tudo na ordem linear lógica mas causando uma estranheza e originalidade ao vídeo como o caso do *Lip Dub* da escola de segundo grau de Sharewood<sup>49</sup> (em Shoreline, Washington, EUA). Técnicas como estas procuram forçar os limites estabelecidos na proposta do *template* mas não descartá-los, pelo contrário, parecem exemplificar a ideia defendida por Lev Manovich sobre a modularidade digital que não pressupõe redução de números possíveis de combinação.

Além do caráter social que identificamos em propostas como a do *Lip Dub*, também começamos a ver um caráter mais institucional aparecendo nestes vídeos. Quanto maior o *Lip Dub*, mais ele precisa estar atrelado à instituição que o suporta. No caso do *Lip Dub*, o tipo de instituição que incorpora esta tática a sua estratégia é geralmente uma instituição de ensino: muitas Universidades (sobretudo nas áreas de Comunicação e Artes) e escolas em geral. Também vemos bastantes vídeos vindos de clubes ou academias de ginástica, diversas empresas e escritórios e tantos outros exemplos mas, eles geralmente, mantêm sua característica de serem obras fora da esfera comercial, frutos de ações típicas da Cultura Participativa.

### 2.1.11 Smartmob Remix

O *smartmob* é uma versão institucionalizada do *flashmob*. O termo *flashmob* apareceu em 2003, depois que o editor da Harper's Magazine, Bill Wasic, tentou organizar o primeiro deles em Manhattan, New York. Um *flashmob* é um encontro de pessoas em um local público, organizado geralmente através de mídias sociais ou algum meio de comunicação eletrônico. As pessoas combinam um local e hora, se juntam por um breve momento e depois se dispersam. Muitas vezes não fazem nada além de se posicionarem parados no local constituindo um tipo de performance artística, se distanciando assim de manifestações políticas.

Baseados neste mesmo *template* de atividade coletiva organizada através das mídias sociais, surge o *smartmob* que tem razões além de artísticas ou de puro entretenimento para sua existência, podendo ser usados como ações de marketing ou relações públicas de empresas, ações publicitárias, divulgação de produtos, etc.

---

<sup>49</sup> Lip Dub da Sharewood High School de "You Make My Dreams Come True" disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=T7TI-AJi2O8>

Aqui constantemente vemos a tática identificada na Cultura Participativa sendo apropriada pelas instituições e reformulada para uso na esfera comercial.

O que chamamos aqui de *Smartmob Remix*, é a versão pensada para virar vídeo destas ações de *smartmob*. Um exemplo interessante foi a promoção institucional que a principal rede de televisão comercial belga, a VTM (*Vlaamse Televisie Maatschappij*) realizou na estação central de trem da Antuérpia, as 8:00hs da manhã de 23 de março de 2009, durante o movimentado horário de pico matutino<sup>50</sup>.



**Figura 17: Smartmob - Comercial da VTM “Do, Re, Mi”.**

A ação aconteceu da seguinte maneira: na hora combinada, começa a tocar uma versão remixada para o clássico “Do, Re, Mi...” da trilha sonora do musical “A Noviça Rebelde”, interpretado por Julie Andrews, no sistema de som principal da estação. Alguns dos passageiros estranham a música mas continuam seus trajetos. De repente, um homem, aparentemente comum, começa a dançar bem no meio do salão principal no que é acompanhado por uma menina e depois por mais alguns

<sup>50</sup> Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=7EYAUazLI9k>

passantes e outros mais até que se torna evidente que estava acontecendo uma ação de *smartmob*.

A empresa contratou na realidade vários atores e dançarinos que fingiram ser passageiros normais passando pela estação e depois iam tomando seus lugares na elaborada coreografia que se seguiu. No vídeo podemos ver a reação emotiva de algumas pessoas que se encontravam na estação. Eles ficam maravilhados, tocados com a ação e muitos se sentem compelidos ou a cantar a música junto, ou a ligar para algum familiar para dividir o momento e até tem uma senhora que arrisca dar uns passos de dança acompanhando a performance da trupe. O comercial da VTM mostra como as ações publicitárias diferenciadas causam impacto e tem uma repercursão extremamente positiva para as empresas que as realizam. Também pode ser considerado como um exemplo da configuração parasital (HEIDENREICH, 2011) da cultura de vídeo online com a esfera publicitária convencional.

### 2.1.12 Projetos Concebidos para Remix

Aqui, a indústria da música nos aponta novamente uma tendência que vem se estabelecendo quanto ao uso do Remix no audiovisual. Na música, o Remix se tornou tão incorporado ao processo criativo que hoje em dia, toda a criação da música é feita tendo em vista que os elementos devem ser planejados de forma modular, para possibilitar diferentes remixes e versões da canção, ou seja, a música é concebida em função da sua remixibilidade.

No audiovisual começamos a ver esta mesma lógica tomando forma. Vários projetos hoje em dia são concebidos tendo em vista o Remix aplicado em uma ou mais fases de sua elaboração.

O caráter participativo pode ser visto, por exemplo, no próprio financiamento do projeto. A plataforma de financiamento Kickstarter, apoiada no conceito de *crowdfunding*, se define como “uma nova maneira de financiar e acompanhar a criatividade”<sup>51</sup>. Nela, as pessoas podem montar um projeto e pleitear um financiamento. Durante um período, em geral de um mês, eles divulgam o projeto através da plataforma. Os interessados em financiar o projeto, se comprometem em

---

<sup>51</sup> No site da Kiskstarter em <http://www.kickstarter.com/>



contribuir com a quantia que possam ajudar e durante a campanha, o projeto tem que conseguir comprometimento de apoio financeiro que iguale ou ultrapasse o valor pleiteado. Somente se o projeto conseguir bater o valor que pleiteou é que os investidores efetivamente tem suas contribuições debitadas de suas contas, caso não bata o valor, ninguém é cobrado e o projeto não recebe nenhuma verba. O sistema da Kickstarter tem tido um enorme sucesso e outras iniciativas semelhantes tem aparecido ao redor do mundo. A Kickstarter financia não só projetos de audiovisual mas também projetos criativos em diversas outras áreas como: música, design, arte, tecnologia, publicação, etc.

Obviamente o Remix também se manifesta no conteúdo das obras audiovisuais, onde ele é previsto desde a concepção do projeto. Podemos citar vários projetos que partem de uma proposta onde se pede do público o próprio material que será usado. Uma das mais ambiciosas propostas deste tipo, é o projeto dirigido por Kevin MacDonald e que se tornou o longa-metragem “Life in a Day”, lançado em 2011.



**Figura 18: Life in a Day, 2011.**

Apoiada no conceito de *crowdsourcing*, a proposta para a realização do longa metragem foi divulgada no YouTube e consistia em comprimir num filme, fatos que aconteceram em qualquer parte do mundo num mesmo dia: 24 de julho de 2010, formando uma espécie de retrato instantâneo, um *snapshot* da humanidade durante um único dia. Os participantes foram convidados a filmar e enviar para os produtores do projeto, alguma situação de suas vidas que se passasse na data

combinada. O material seria compilado, organizado e editado para formar o filme “Life in a Day”.

O filme foi lançado em 2011 no festival de *Sundance* e está disponível na íntegra no próprio Youtube<sup>52</sup>. As críticas foram irregulares mas de maneira geral, o filme é reconhecido como uma tentativa louvável e pioneira de construir uma obra só com material gerado por usuários dentro de uma produção *mainstream* com nomes de peso na indústria do cinema, sobretudo o do diretor Ridley Scott como produtor executivo do projeto e de patrocinadores que financiaram o projeto como a empresa de eletrônicos LG e o próprio YouTube.

Pela natureza do projeto, o filme não traz uma narrativa tradicional, com apresentação, desenvolvimento e conclusão - e esta é uma de suas características mais severamente criticadas. A narrativa é mais solta, se limitando muitas vezes a criar uma conexão temática entre as diferentes fontes e se parece mais com uma colagem o que evidencia a natureza de database do projeto. Talvez o filme seja uma comprovação do que alguns chamam de decadência da narrativa ou talvez seja uma pista de que o cinema - e todo o audiovisual - venha cada vez mais a se colocar no meio do diálogo no processo comunicacional e não mais na condição de emissor. Assim, a obra audiovisual do futuro possível, ao invés de trazer uma visão completa sobre um assunto vai cada vez mais se limitar a propor o assunto. Neste cenário, a obra audiovisual é a apresentação e parte do desenvolvimento dentro da estrutura clássica da narrativa e a conclusão (e talvez até o climax) vai ocorrer na esfera conversacional.

---

<sup>52</sup> “Life in a Day” disponível na íntegra em [http://www.youtube.com/movie?v=JaFVr\\_cJJIY](http://www.youtube.com/movie?v=JaFVr_cJJIY)

### 3. FLUXO DO REMIX NO CASO BRAT PACK/LISZTOMANIA

No capítulo anterior, categorizamos o vídeo Remix com base na identificação de *templates* diversos. Neste capítulo realizamos um estudo de caso onde buscamos evidenciar e seguir o fluxo do Remix no vídeo online.

Para tanto, iremos estudar o caso que chamamos aqui de Brat Pack/Lisztomania, onde um *mashup* feito com filmes dos anos 1980 - conhecidos como filmes do *Brat Pack* - e a música *Lisztomania* da banda Phoenix, deu origem a um *template* que por sua vez foi seguido por vários outros produtores de vídeo online, criando um fluxo de manifestação do Remix.

Este caso ilustra vários pontos que foram levantados nesta pesquisa como a ideia de uma centralidade midiática substituindo a experiência natural no mundo contemporâneo pós-massivo e a noção da tecnologia mediando este processo em múltiplos níveis: viabilizando a técnica de Remix com as ferramentas digitais; possibilitando a distribuição destas obras via internet ou até mesmo definindo o comportamento social que leva ao uso do Remix.

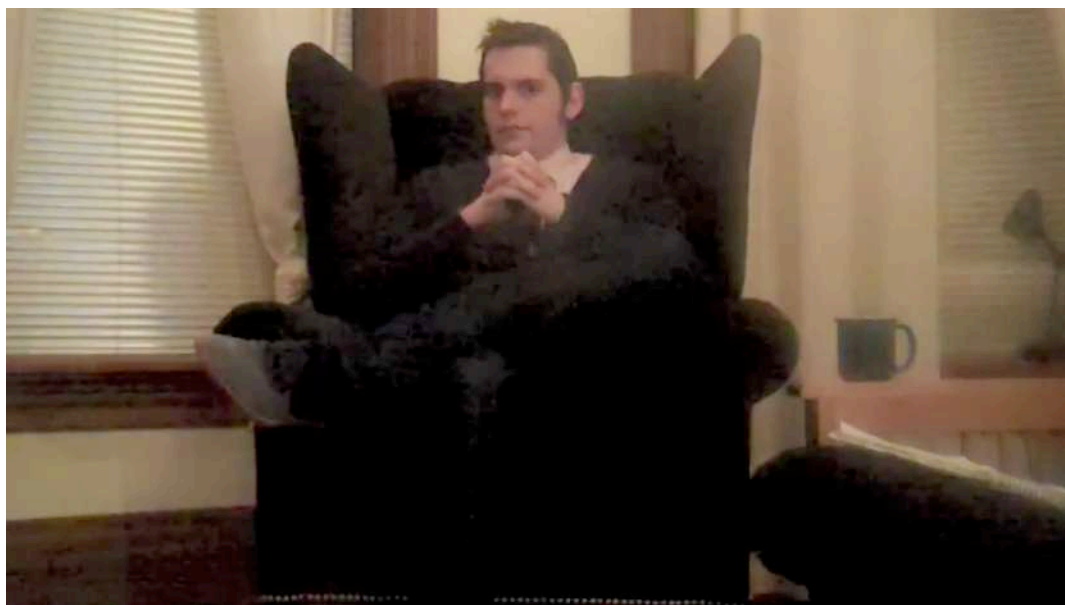
O componente social deste processo é o que chama a atenção para este caso. Diferentes pessoas, em diferentes cidades e países do mundo vem contribuindo com suas versões, suas releituras deste vídeo seminal.

Acompanhando o fluxo do Remix ao longo do caso, conseguimos visualizar dois estágios distintos de sua manifestação. Em um primeiro momento, o Remix funciona como uma linguagem, onde podemos usar objetos da nossa cultura compartilhada para comunicar algo a uma audiência. Em um segundo momento, ele se manifesta como Remix social, usado como plataforma de expressão coletiva para mediar os próprios relacionamentos dos indivíduos em suas comunidades locais, transmutados em sociabilidades midiáticas e expressadas em termos globais.

Este fenômeno tem se desenvolvido de forma espontânea e viral e, até onde esta pesquisa aponta, não foi incentivado ou estimulado por nenhuma instituição ou organizado por qualquer grupo. É um típico fenômeno *bottom-up* de Cultura Participativa.

O caso Brat Pack/Lisztomania vem tomando certa notoriedade sobretudo depois que um vídeo intitulado *The Evolution of Remix Culture* (A Evolução da

Cultura Remix)<sup>53</sup>, de Julian Sanchez apontou as peculiaridades no uso do Remix nestes vídeos. O caso como um todo e o próprio vídeo de Sanchez também vem sendo usados por Lawrence Lessig - autor do livro *Remix* (2008) e co-fundador do projeto de licenças *Creative Commons*<sup>54</sup> - em suas palestras mais recentes sobre o Remix, como na renomada série de palestras TED TALKS<sup>55</sup>, entre outras.



**Figura 19: Julian Sanchez.**

### 3.1 A música *Lisztomania*

Em maio de 2009, a banda de pop/rock francesa Phoenix<sup>56</sup> lançou seu quarto álbum de estúdio “Wolfgang Amadeus Phoenix”. O single de trabalho foi a faixa

---

53 “The Evolution of Remix Culture” de Julian Sanchez (ou “normative” seu nome de usuário no YouTube) está disponível no site YouTube em <http://www.youtube.com/watch?v=4BZ06Kwbi5s> e no site do próprio Julian em <http://www.juliansanchez.com/2010/02/06/the-evolution-of-Remix-culture/>

54 Ver <http://www.creativecommons.org>

55 A palestra em questão foi intitulada “Re-examining the Remix” realizada em abril de 2010 e está disponível no site do TED em [http://www.ted.com/talks/lang/eng/lessig\\_nyed.html](http://www.ted.com/talks/lang/eng/lessig_nyed.html) e também no canal do TED no Youtube em [http://www.youtube.com/watch?v=xyf\\_0SMAsFA](http://www.youtube.com/watch?v=xyf_0SMAsFA). Versões mais extensas dessa palestra também podem ser encontradas na rede como o vídeo “Webside Chat” promovido pela Open Video Alliance em fevereiro de 2010 em <http://www.youtube.com/watch?v=9Jlp3yStpmg&playnext=1&list=PL07FC7067FA57A8C9&index=34>

56 Site oficial da banda Phoenix disponível em <http://www.wearephoenix.com/>

“Lisztomania”, lançada algumas semanas antes do álbum e estrategicamente apresentada ao vivo no popular programa da TV americana SNL - *Saturday Night Live*.

O termo “Lisztomania”<sup>57</sup> faz referência ao compositor e pianista húngaro Franz Liszt (1811-1886) e foi cunhado pelo romancista francês Heinrich Heine para descrever a reação fervorosa do público diante dos seus concertos. Uma espécie de pré-popstar no século XIX, as performances virtuosas de Liszt provocavam histeria na plateia feminina e muitas vezes a popularidade e conseqüente lotação dessas apresentações, fazia com que o público tivesse apenas a opção de assistí-las em pé, na formatação de “show de pista” muito pouco comum para o público predominantemente burguês da época. É um caso precoce de um tipo de fanatismo típico da Cultura Pop do século XX.



**Figura 20: Banda Phoenix**



**Figura 21: Álbum Wolfgang Amadeus Phoenix.**

A música *Lisztomania* foi sucesso de público e crítica, atingindo, em seu pico, o 5º lugar na parada da *Billboard*.<sup>58</sup> Muitos críticos concordam que a canção é uma das melhores e de maior apelo pop da banda, como defende Stephen M. Deusner em sua elogiosa crítica da faixa para o site Pitchfork:

Apesar do compositor húngaro que inspira o trocadilho do título não estar realmente presente na música, “Lisztomania” é, não obstante, cuidadosa e lindamente composta, separando ritmos, flows, breakdowns, build-ups e com uma introdução frenética de apenas

<sup>57</sup> Ver o verbete “Lisztomania” na Wikipedia em <http://en.wikipedia.org/wiki/Lisztomania> . Existe também um filme biográfico sobre Franz Liszt também intitulado “Lisztomania”, dirigido por Ken Russell e lançado em 1975. O papel de Liszt é interpretado por Roger Daltrey, da banda de rock progressivo The Who.

<sup>58</sup> Chart da Billboard <http://www.billboard.com/song/phoenix/lisztomania/13304910?tag=irailart#/song/phoenix/lisztomania/13304910?tag=irailart>

duas notas que vai provocar um efeito Pavloviano nos fãs. Isto é Phoenix no seu melhor, bem resolvido e urbano e, ao invés de soar exagerada ou trabalhada além do ponto, cada parte da música faz cada outra parte parecer ainda mais espirituosa e ainda mais sofisticada; o todo é muito mais que a soma de suas consideráveis partes. Poucas bandas conseguem comunicar de maneira tão fácil essa inabalável confiança no poder de uma canção bem construída, o que pode fazer de “Lisztomania” o hit alto-astral desse começo de verão<sup>59</sup>

Na letra da canção, o vocalista Thomas Mars diz: “Lisztomania/ Pense menos mas veja isto crescer/ Como num motim, como num motim/ Não sou facilmente ofendido/ Não é difícil se desapegar/ Da confusão para as massas”<sup>60</sup>

Sendo esta música a espinha dorsal de todos os vídeos do caso, é importante estabelecermos que trata-se de uma canção pop poderosa. Sugere júbilo, festa celebração.

A música inspirara de alguma forma os realizadores dos Remixes. O trabalho envolvido na produção de um Remix é fruto de uma forte motivação no realizador, uma motivação que não está atrelada a lógica de mercado, uma vez que não visa lucro mas outros tipos de compensação mais ligadas a esfera social do que econômica.

O perfil globalizado da canção é outra característica à qual devemos prestar atenção: produzida por uma banda francesa, cantada em inglês e inserida dentro de um imaginário Pop global que a torna completamente palatável e atinge pessoas de diferentes nacionalidades e bagagens culturais com grande impacto e expressividade. Essa universalidade Pop da música vai se mostrar importante na elaboração dos diferentes Remixes. Uma das intenções mais claras dos realizadores desses Remixes derivados é identificar a localidade, o ambiente urbano específico onde aquela releitura foi feita. Mesmo partindo de uma formatação comum, é na especificidade de cada cidade e de cada membro de cada grupo que esses Remixes irão justificar sua razão de ser.

Em tempo, é curioso que uma música que faz referência a um caso de “histeria de fã”, fenômeno típico da Cultura Pop de Massa do século XX (principalmente a partir dos Beatles nos anos 1960) porém tomando como exemplo um caso precoce deste tipo de histeria no século XIX (a Lisztomania); seja também a base para esta

59 Ver crítica no site da Pitchfork em <http://pitchfork.com/reviews/tracks/11198-lizstomania/>

60 Tradução livre do autor. Nos versos originais em inglês: “Lisztomania/Think less but see it grows/ like a riot, like a riot oh/ I'm not easily offended/ It's not hard to let it go/ From a mess to the masses

série de Remixes, fenômeno Pop típico da Cultura Participativa neste início do século XXI.

### 3.2 Os filmes do *Brat Pack*

*Brat Pack*<sup>61</sup> é como ficaram conhecidos na mídia um grupo de atores jovens e bem sucedidos de Hollywood da década de 1980. A revista *New York Magazine* publicou, em 1985, uma matéria de capa do jornalista David Blum com o título *Hollywood's Brat Pack*, citando vários atores que despontavam para o sucesso em filmes de temática adolescente.



Figura 22: *New York Magazine*, julho de 1985.

O nome *Brat Pack* é uma alusão ao chamado *Rat Pack*, o grupo de astros boêmios dos anos 1950 e 1960 em Hollywood formado por Frank Sinatra, Dean Martin e Sammy Davis Jr. O termo é predominantemente pejorativo (a palavra “brat” em inglês significa pestinha, criança mimada) e a matéria, além de destacar o sucesso dos atores também falava sobre seus excessos em Hollywood frequentando festas e clubes noturnos e seus problemas com o abuso de álcool e drogas. Ao contrário dos *Rat Packers* que se definiam como tal, os *Brat Packers*

61 Poderíamos traduzir o termo *Brat Pack*, uma expressão idiomática da língua inglesa, como *Grupo de Mimados* ou algo que o valha.

foram apelidados assim pela mídia e não se viam como um grupo nesses termos. Porém o rótulo se popularizou e a mídia passou a se referir a eles assim.

Não existe uma lista “oficial” de quem eram os *Brat Packers*. Atores que estiveram ligados aos projetos de John Hughes, principalmente “O Clube dos Cinco” (*The Breakfast Club*, 1985) ou no elenco de “O Primeiro Ano do Resto de Nossas Vidas” de Joel Schumaker (*St. Elmo’s Fire*, 1985), geralmente são citados. São apontados como “membros” centrais do *Brat Pack* os atores: Emilio Estevez, Anthony Michael Hall, Rob Lowe, Andrew McCarthy, Demi Moore, Judd Nelson, Molly Ringwald e Ally Sheedy. Outras listagens incluem ainda atores como: Tom Cruise, James Spader, Kevin Bacon, John Cusack, Matt Dillon, Jon Cryer, Sean Penn, Robert Downey Jr., Matthew Broderick, Kiefer Sutherland e outros. Mais do que colaborarem em filmes específicos, o sentido de ser um *Brat Packer* está ligado a ser um ator jovem, rico e que vivia os excessos da fama na Hollywood dos anos 1980, por isso a “lista” é um tanto fluida.

Os filmes associados ao grupo geralmente fazem uso de estereótipos e temáticas adolescentes e são descritos como representativos da “geração socialmente apática, cínica, obcecada por dinheiro e desprovida de ideologias dos anos 1980”.<sup>62</sup>

O tema do amadurecimento e a passagem para vida adulta são questões centrais nos filmes principais do *Brat Pack* e uma estética pop e principalmente muito próxima da dos *music vídeos* pode ser facilmente observada neles, de certa forma eles são um retrato cinematográfico da geração MTV e a própria música pop tem papel fundamental nesses filmes.

Os filmes do *Brat Pack* marcaram muito não só a geração contemporânea aos atores (então nos seus 20 e poucos anos) mas também as gerações posteriores. Em particular, vale a pena prestarmos atenção à geração imediatamente posterior, dos que eram crianças em meados dos anos 80. É importante que estabeleçamos esta relação porque os produtores e atores desses Remixes que iremos tratar, não coincidentemente, encaixam-se em sua maioria nesta faixa etária e o elemento de “nostalgia” não deve ser ignorado como um forte fator motivador na produção destes vídeos Remix.

Um dos filmes icônicos do *Brat Pack*, “O Clube dos Cinco”<sup>63</sup> (*The Breakfast Club*, de John Hughes, 1985), tem uma premissa interessante: cinco estudantes que

---

62 Fonte: wikipedia disponível em [http://en.wikipedia.org/wiki/Brat\\_Pack\\_%28actors%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Brat_Pack_%28actors%29)

63 Em 2008, o filme foi selecionado pela revista Empire como um dos “500 melhores filmes de todos os tempos”. Similarmente, entrou na lista



aparentemente não tem nada em comum, têm de passar o sábado inteiro na detenção (espécie de punição comum no sistema de High School americano). Ao longo do dia eles vão se conhecendo e criando laços que os unem em detrimento das diferenças superficiais. Vão se dando conta das similaridades de seus problemas e aflições enquanto jovens, dos problemas familiares, das inseguranças e dificuldades típicas de qualquer adolescente. No filme, eles são incumbidos pelo diretor da escola a escreverem uma dissertação de 1000 palavras explicando quem pensam serem. O filme abre e termina com a leitura do texto escrito por um dos personagens, Brian, o nerd estudioso do grupo (interpretado por Anthony Michael Hall). A pedido do resto do grupo, Brian fica responsável por escrever o texto e acaba, na verdade, escrevendo uma carta ao diretor que diz:

Sábado, 24 de março de 1984  
Shermer High School, Shermer, Illinois, 60062

Estimado Sr. Vernon,

Aceitamos o fato de passarmos nosso sábado inteiro na detenção pelo que quer que tenhamos feito de errado. O que fizemos foi errado.

Porém, achamos que o sr. é louco por nos pedir pra escrever um texto lhe dizendo quem pensamos ser. O que lhe importa? Você nos vê como quer ver, nos termos mais simplistas e convenientes. Você nos vê como um cérebro, um atleta, uma louca, uma princesa e um criminoso. Não é isso?

Era assim também que nós nos víamos as 7 horas desta manhã. Nós havíamos sofrido uma lavagem cerebral...

Mas o que descobrimos foi que cada um de nós é um cérebro, um atleta, um louco, uma princesa e um criminoso... Será que isso responde a sua pergunta?

Atenciosamente  
The Breakfast Club<sup>64</sup>

Essa carta é o eixo central do *plot* do filme e sua própria conclusão. As dúvidas, angústias e dores da adolescência não são problemas a serem tratados de forma simplista. A identidade que os adolescentes estão buscando firmar não pode ser reduzida a um estereótipo. Eles descobrem que têm de aceitar as incertezas e complexidades que são inerentes ao ser humano, eles não podem e não vão aceitar serem rotulados e engessados dentro de um estereótipo pré-estabelecido pela

---

"os 1000 melhores filmes de todos os tempos" do "The New York Times". O filme também foi escolhido em primeiro lugar na lista de "melhores Filmes de Colegial" da revista "Entertainment Weekly". fonte: Wikipedia

64 Tradução da transcrição do filme feita pelo autor. Na verdade, no filme a carta aparece lida metade no começo e metade no final. Aqui, foi tomada a liberdade de juntar e as duas versões nesta transcrição apresentada.

sociedade. A aceitação dessas *personas* multifacetadas que co-existem em cada um é a mensagem do filme e é também o desafio que a geração dos anos 1980 enfrentou. Acusada de apatia, falta de ideologias, materialismo excessivo, a chamada geração X desafiava a criação de um rótulo que a classificasse e pagou caro por isso. A percepção geral é que a geração da década de 1980 foi uma geração vazia e esta visão foi e vem sendo difundida.

A mensagem central de “O Clube dos Cinco” nos aponta para outra possibilidade de interpretação. O fato da geração X não ter um rótulo sólido e definido que a identifique não necessariamente deve ser interpretado como prova de uma geração vazia, pode ser interpretada, por outro viés, como a geração que teve a coragem de não se esconder atrás de um rótulo reducionista e enfrentou as incertezas de buscar e encarar a complexidade da natureza humana; a insegurança de não ter um modelo claro e seguro com o qual se identificar.

Historicamente, a década de 1980 foi a época em que se configurou definitivamente, em uma escala global, uma realidade irremediavelmente atrelada a um imaginário midiático. A experiência de viver o mundo através de socialidades, da relação direta com a Natureza já não era mais possível. É também aí que se configura uma estrutura social - midiática por excelência - que embasa as relações sociais possíveis na Era da Informação e que vêm se estabelecendo até o presente momento.

Passamos de uma mentalidade Moderna com suas convicções, certezas e crença no progresso para uma realidade Pós-Moderna destemporalizada, desreferencializada, destotalizada. Múltiplas verdades são possíveis de coexistir, encarnamos diferentes *personas* em diferentes momentos, a contigência passa a ser a palavra de ordem.

Identificar pistas dessa postura pós-moderna nos filmes do *Brat Pack* é um ponto importante pra entender a função social do Remix nesta série de vídeos do caso *Brat Pack/Lisztomania*.

Com o aparecimento e crescente ubiquidade da Internet, a relação com a cultura massiva sofre uma profunda alteração a partir da liberação do polo de emissão, a relação emissor-receptor não segue mais o sentido *up-down*, onde poucos emissores dominam a emissão da mensagem para muitos receptores, como é entendida em linhas gerais a comunicação de massa tradicional. As práticas sócio-comunicacionais da internet possibilitam uma nova configuração onde este antigo “receptor” é potencialmente também um produtor e emissor da informação em

circulação. Segundo André Lemos, nesta cultura digital pós-massiva, a informação circula de forma livre, multimodal (em vários formatos midiáticos) e planetária (LEMOS, 2007). É neste cenário que se torna possível a prática de um projeto de Remix como o que estamos tratando.

O processo de “re-mixagem” começa com o pós-modernismo, ganha contornos planetários com a globalização e atinge seu apogeu com as novas mídias. As novas tecnologias de informação e comunicação alteram os processos de comunicação, de produção, de criação e de circulação de bens e serviços nesse início de século XXI trazendo uma nova configuração cultural. (LEMOS, 2005)

Os objetos culturais usados no Remix que inicia este processo (os filmes do *Brat Pack*), típicos de uma cultura R/O (*read-only*) - são reivindicados pela cultura participativa emergente e propõe uma volta ao modelo cultural R/W (*read-write*) para usar os conceitos de Lawrence Lessig (LESSIG, 2008). O material que antes era apenas consumido num fluxo *up-down* de comunicação de massa agora passa a ser usado como matéria-prima num fluxo *bottom-up* de cultura participativa.

O Remix aqui serve como uma ferramenta inerente a uma geração - a primeira - que já foi formada num espaço social completamente mediatizado. Para quem já cresceu neste ambiente midiático, o Remix é um caminho não apenas lógico de expressão; é “a técnica política e artística de nosso tempo” (MANOVICH, 2007, pag. 4). A tecnologia serve como facilitador desta maneira de se expressar reciclando objetos culturais reconhecíveis e reduzindo os custos de produção a um nível irrelevante e, portanto, possibilitando que estes Remixes sejam feitos.

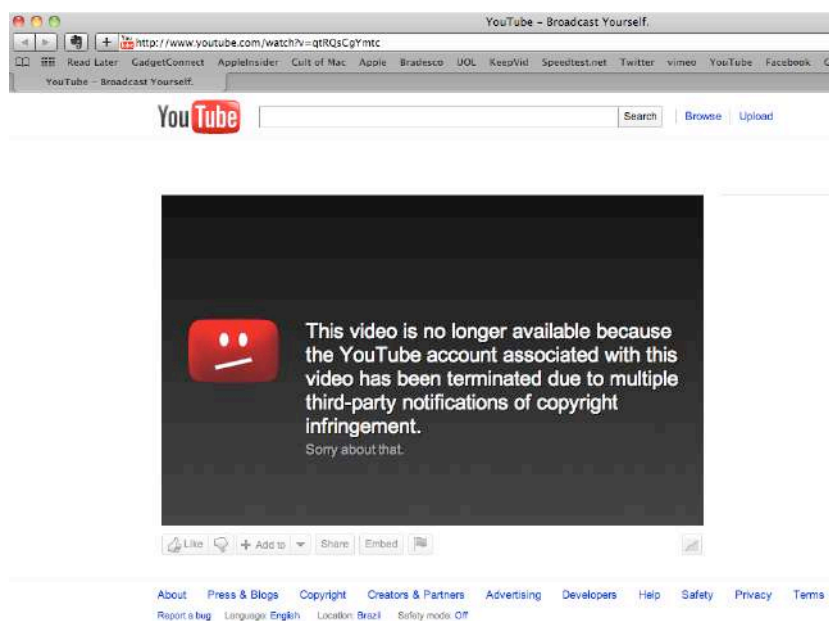
O reconhecimento de que tais objetos (cenas dos filmes do *Brat Pack*) fizeram parte da infância desta geração de criadores e atores dos vídeos também não deve ser negligenciada uma vez que estes objetos fizeram parte da época de formação destes indivíduos e portanto agregam um valor simbólico relevante para eles. Não se trata do uso de objetos culturais randômicos e sim de objetos carregados de valor simbólico. A identificação com esses objetos se fortalece através da nostalgia. Esta primeira identificação com o material é indispensável pra que os indivíduos se disponham a entrar nesta comunidade e contribuam com suas colaborações na produção dos Remixes derivados.

O conceito de *Brat Pack* em si é um fenômeno exclusivamente midiático, ele nunca existiu de forma institucionalizada. Só o fato de estarmos trabalhando com ele como uma das camadas de elementos usados nos Remixes, como um objeto de

estudo portanto, já nos posiciona num universo tipicamente pop. O “objeto” *Brat Pack* é algo impalpável e virtual, só existe dentro de uma rede de associações que exigem o reconhecimento e aceitação de conceitos elaborados exclusivamente dentro do espaço midiático.

### 3.3 O primeiro *mashup*

O *mashup* original foi postado no YouTube em algum momento entre abril e maio de 2009. A data mais específica fica difícil de ser definida porque o usuário original que postou o *mashup*, conhecido como *avoidantconsumer*, teve sua conta cancelada por “denúncias de violação dos termos de uso do site”, em outras palavras, por ter usado sem prévia autorização material que infringia direitos de *copyright*.



**Figura 23: Página do Mashup do usuário *avoidantconsumer* no YouTube.**

Por sorte - e talvez por uma ética e empatia de comunidade participativa - pelo menos dois outros usuários (*towtansua* e *jaimedeleguilayrei*) postaram cópias do *mashup* que podem ainda ser vistas no YouTube procurando-se por “Brat Pack/Lisztomania Mashup”<sup>65</sup>.

<sup>65</sup> Brat Pack/Lisztomania Mashup (criado por *avoidantconsumer*) disponível no canal do usuário *towtansua* em <http://www.youtube.com/watch?v=HFOEkwk4LyU>, e no canal de *jaimedeleguilayrei* em <http://www.youtube.com/watch?v=XtE-xnPKj28> acessado em 19/01/2011

Retomando o que já foi examinado no Capítulo 2, o subgênero de *mashup* no Remix é caracterizado pelo confronto direto de diferentes objetos culturais identificáveis. Ele necessariamente força esse confronto na sua estruturação e, com isto, busca estabelecer uma nova narrativa decorrente da tensão criada.

Neste *mashup*, vemos um exemplo típico do que se considera um Remix: um vídeo novo que usa outros trechos de filmes e músicas na sua composição, num processo de recombinação e reciclagem de objetos culturais tradicionais em circulação (BASTOS, 2008). Os elementos usados no trabalho são a música *Lisztomania* e cenas de filmes atribuídos ao *Brat Pack*.

Vale a pena lembrar que este *mashup* não foi motivado pela morte de John Hughes que faleceu em 6 de agosto de 2009, o *mashup* foi feito e postado antes disto.<sup>66</sup> Mas alguns dos Remixes derivados que veremos mais frente muito provavelmente foram e alguns até se denominam homenagens a John Hughes.

Como já dissemos, os filmes do *Brat Pack* não são uma lista fechada e oficial. Neste *mashup* específico o criador original *avoidantconsumer*, selecionou 4 filmes que considerou como representantes do “seu” *Brat Pack*:

### 3.3.1 O Clube dos Cinco

**Figura 24: The Breakfast Club, direção: John Hughes, 1985**



Storyline: grupo de cinco estudantes com perfis diversos passa um sábado na detenção de sua escola.

Associação com o Brat Pack: o filme é essencial ao Brat Pack e aparece em qualquer lista que se refira ao grupo.

Personagens e Relações Exploradas: o filme não tem um personagem principal, o “grupo” é o protagonista do filme e todos os cinco personagens adolescentes são utilizados no *mashup*. A relação principal explorada não é entre nenhum personagem específico mas sim o coletivo daqueles jovens, com a noção de grupo, de turma.

Os personagens utilizados são:

Claire Standish, a princesa - Molly Ringwald

<sup>66</sup> O primeiro remix derivado, o do Brooklyn, foi postado em 31 de maio de 2009 como pudemos verificar no YouTube e, por isto, este *mashup* tem que ter sido postado antes disto.

John Bender, o rebelde - Judd Nelson

Andrew “Andy” Clark, o atleta - Emilio Estevez

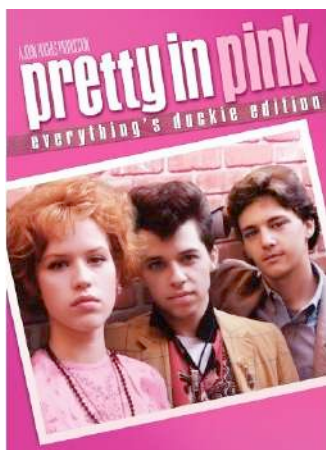
Allison Reynolds, a problemática - Ally Sheedy

Brian Johnson, o nerd estudioso - Antony Michael Hall

Cenas utilizadas: O filme se passa quase que inteiro na biblioteca e é esse o cenário que temos aqui também. As cenas mais usadas são as de dança que acontecem ao longo do filme. Principalmente as cenas de dança que acontecem depois que o grupo fuma maconha e depois de uma longa conversa já mais próximo ao fim do filme, quando o grupo sela suas relações. Também são bastante usados planos fechados nos pés e cenas de coreografia executadas em fila, ambas quase que uma marca registrada de vários dos filmes dirigidos ou produzidos por John Hughes.

### 3.3.2 A Garota de Rosa Shocking

**Figura 25: Pretty in Pink, direção: Howard Deutch, 1986**



Storyline: Andie, garota pobre e *outsider*, quer ir ao baile de formatura com o garoto mais popular da escola.

Associação com o Brat Pack: o filme também é essencial ao grupo e aparece em qualquer lista que se refira ao *Brat Pack*, John Hughes é o produtor executivo e por isso o filme é geralmente associado ao seu nome apesar da direção ser de Howard Deutch.

Personagens e Relações Exploradas: o *mashup* foca especificamente nos personagens Andie Walsh, a protagonista interpretada mais uma vez por Molly Ringwald, e na sua relação com seu melhor amigo Phil “Duckie” Dale interpretado por Jon Cryer (mais conhecido atualmente por seu papel como Allen no seriado *Two and a Half Men*). No filme, Andie (Molly Ringwald) é amiga de Duckie (que tem uma queda por ela) mas é apaixonada por Blane McDonough, papel de Andrew McCarthy (outro ator também central do grupo *Brat Pack*). Eventualmente Andie termina o filme com Blane (McCarthy) e não com Duckie (Cryer). O interessante na seleção de

cenas é que o criador do *mashup*, *avoidantconsumer*, usa apenas cenas de Andie com Duckie e nenhuma delas com Blane. Blane é o par romântico de Andie no filme no entanto Duckie é um personagem mais carismático e muitos fãs do filme o preferem em detrimento de Blane. A mensagem aqui é clara, o criador do Remix satisfaz um desejo seu enquanto fã: ele preferiria que Andie e Duckie ficassem juntos e, em seu *mashup*, esse é o desfecho que escolhe viabilizar.

Cenas utilizadas: também faz uso das cenas de dança, sobretudo da famosa cena onde Phil “Duckie” Dale dubla *Try a Little Tenderness* (de Otis Redding) na loja de discos onde Andie trabalha. Também usa planos dos pés de Duckie como ligação temática com os planos de pé de “O Clube dos Cinco”. A cena onde Duckie acompanha Andie ao baile de formatura também é usada no vídeo e inclusive serve de desfecho para o *mashup*.

### 3.3.3 Manequim

**Figura 26: Manequim, direção: Michael Gottlieb, 1987**



Storyline: trabalhando como balconista numa loja de departamentos, Jonathan Switcher se apaixona por uma manequim de vitrine que magicamente ganha vida toda vez que estão sozinhos.

Associação com o Brat Pack: o filme é vagamente associado com o Brat Pack e seguramente não é um de seus filmes mais característicos. A presença dos atores Andrew McCarthy e James Spader no elenco é o que liga o filme mais fortemente ao grupo.

Personagens e Relações Exploradas: As cenas utilizadas deste filme são sempre as danças do casal central, os personagens Jonathan Switcher, interpretado por Andrew McCarthy e a manequim que ganha vida Emma “Emmy” Hasure, interpretada por Kim Cattrall (mais conhecida como a fogosa Samantha do seriado *Sex and the City*). A inclusão de material desse filme no *mashup* serve a dois propósitos principais. Em primeiro lugar é quase uma “compensação” que o criador

do *mashup* se impõe uma vez que o ator Andrew McCarthy é uma das figuras centrais do Brat Pack e foi sistematicamente eliminado das cenas utilizadas do filme “A Garota de Rosa Shocking” neste trabalho. Com as cenas de “Manequim”, o autor se reconcilia com sua proposta original de Remixar o *Brat Pack*, já que eliminar uma figura importante como a de Andrew desviaria o trabalho de um dos propósitos centrais desse *mashup* que é justamente Remixar o *Brat Pack*... Em segundo lugar, a entrada de Andrew McCarthy nesse *mashup* com outro par romântico que não Molly Ringwald, serve pra criar um segundo par romântico dentro do enredo original do *mashup* e um par que não atrapalha a relação do casal Andie/Duckie de “A Garota de Rosa Shocking”- o criador substitui a garota que “tirou” de Andrew McCarthy. Interessante notar que na trama de “A Garota de Rosa Shocking” acontece o oposto: Duckie não fica com Andie (Molly Ringwald) mas também ganha um par romântico de consolação no enredo...

Cenas utilizadas: mais uma vez, o foco é nas cenas de dança. Grande parte do filme se passa dentro de uma loja de departamentos e aqui vemos cenas de dança que acontecem em diferentes sessões dessa loja. A principal função de incluir cenas desse filme é colocar Andrew McCarthy (de volta) no *mashup*.

### 3.3.4 Footloose

Figura 27: Footloose, direção: Herbert Ross, 1984



Storyline: vindo de Chicago, Ren se muda com a mãe para uma pequena cidade do interior onde foi proibida qualquer tipo de dança ou baile.

Associação com o Brat Pack: o filme raramente é mencionado como parte do *Brat Pack*. O que liga o uso desse material ao grupo é uma decisão deliberada do autor do *mashup* de incluir o ator Kevin Bacon como um *Brat Packer*. O ator é ligado ao grupo pelas amizades reais que mantinha na época com membros “originais” do *Brat Pack* e por uma questão de afinidades de geração.

Se Bacon não é em geral citado como membro do *Brat Pack*, ele poderia bem ser já que preenche vários dos requisitos que são usados pra



designar os atores que são considerados membros do grupo, como o sucesso ainda jovem e a vida social agitada, frequentando os mesmos círculos sociais e profissionais que os outros. O autor do Remix parece estar querendo finalmente dar o título de *Brat Packer* a Bacon e também deixa claro que o admira enquanto ator e gostaria de tê-lo no seu “elenco” e versão do *Brat Pack*.

Cenas Utilizadas, Personagens e Relações Exploradas: tem apenas 3 planos de *Footloose* usados no *mashup*. O primeiro e segundo planos usados seguem a linha dos que também foram usados de “O Clube dos Cinco”, são cenas do tipo “coreografia em fila” de Ren McCormack (personagem de Kevin Bacon no filme) e seu amigo Willard (interpretado por Christopher Penn, irmão, na vida real, de Sean Penn). Estes dois planos tem predominantemente uma função estética dentro do *mashup*. Eles compõem e harmonizam com as outras cenas de dança em fila e marcam uma proposta de estilo no *mashup*. As cenas servem pra criar ligação e suscitar o confronto entre os filmes remixados, função principal de um *mashup*. O terceiro plano usado é um close de Kevin Bacon e sua função no *mashup* tem pouco peso no enredo, serve primordialmente para incluir o ator como um *Brat Packer*... Vale lembrar que o filme também tem vários closes nos pés de Kevin Bacon dançando mas eles não entraram no *mashup*, talvez porque o criador não achou onde usá-los mas pelos critérios que percebemos para a seleção de cenas, eles poderiam certamente entrar. As cenas de pés que são usadas no *mashup* vêm só de “O Clube dos Cinco” e “A Garota de Rosa Shocking”.

### **3.4 Os componentes de Presença e de Sentido do *mashup***

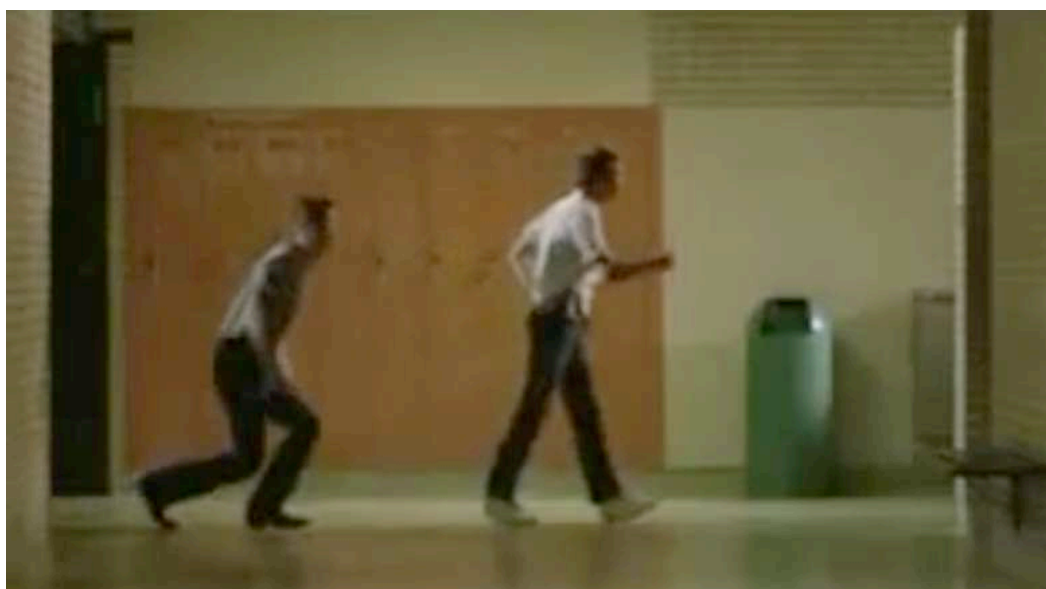
O *mashup* *Brat Pack/Lisztomania* consegue criar uma obra original a partir da reciclagem de objetos culturais pré-existentes. Ele incorpora tanto o material desses filmes e da música quanto valores simbólicos que estes já trouxeram embutidos mas vai além, criando uma narrativa nova.

Como pudemos observar com uma análise mais atenta dos filmes utilizados, o autor parece ter objetivos bem específicos em como quer retratar sua versão do *Brat Pack*: Priorizar a relação de Andie e Duckie (Molly Ringwald e Jon Cryer) e incluir Andrew McCarthy no projeto sem que este seja um impecílio ao romance dos

dois, alterando assim o enredo original do filme “A Garota de Rosa Shocking”. Também existe a vontade de incluir Kevin Bacon como um *Brat Packer*. O tom do vídeo e as cenas escolhidas também marcam uma proposta de estilo bem definida em termos de imagem como nas cenas de dança em fila e os closes no pés. A forma como os atores dançam também vai marcar bastante o estilo deste *mashup* e nos Remixes derivados vai ser a referência que as pessoas usam em suas próprias atuações muito mais do que essas preocupações em alterar os enredos dos filmes que identificamos no vídeo original do *avoidantconsumer*.



**Figura 28: Cena do baile de Pretty in Pink.**



**Figura 29: Dança em fila de Footloose.**

Em termos gerais o *mashup* é um tributo ao *Brat Pack* e ao diretor John Hughes. Interessante notar que a figura de John Hughes é vista quase como um sinônimo para os filmes do *Brat Pack*, mesmo quando alguns dos filmes usados não tem nenhuma relação com ele. Nos Remixes derivados, essa equivalência vai ficar ainda mais sólida e vamos notar que muitos destes vídeos vão se declarar como tributos a este *mashup* e ao universo imagético dos filmes de John Hughes.

Este *mashup* exemplifica bem as tensões e oscilações entre os chamados componentes de presença e componentes de sentido que a teoria da materialidade da comunicação propõe. Como nos explica Hans Ulrich Gumbrecht, a experiência estética diante das coisas do mundo sempre vai confrontar esses dois componentes: o sentido e a presença.

[...] Não pretendo sugerir que o peso relativo dos dois componentes é sempre igual. [...] A dimensão de sentido será sempre predominante quando lemos um texto [...]. Inversamente, acredito que a dimensão da presença predominará sempre que ouvirmos música[...] (GUMBRECHT, 2004)

O que começamos a distinguir aqui é como as referências são utilizadas nestes dois estágios de trabalhos de Remix: o primeiro *mashup* que referencia diretamente os filmes do *Brat Pack* e os Remixes que referenciam o *mashup* original. No primeiro caso, existe um contato direto com os filmes (mediação de primeira ordem) e o componente de sentido é priorizado, a leitura destes “textos” resulta em interpretações que acabam incorporadas ao discurso de *avoidantconsumer* no seu *mashup*. Já nos Remixes derivados, o contato direto é com o *mashup* (uma mediação de segunda ordem) e não mais com os filmes. Esse trabalho já mediado, o *mashup*, é o que impacta e inspira esses realizadores no segundo estágio do fenômeno (o Remix do Remix) e aqui o que vai ser privilegiado é o componente de presença. Enquanto no primeiro trabalho existe um discurso mais intelectual e interpretativo, nos Remixes derivados o impacto é mais instintivo, mais direto e mais ligado a “produção de presença” que o *mashup* cria.

É justamente na materialidade desse *mashup* que começamos a entender o modelo estrutural, o *template* que vai servir de guia para os Remixes derivados. Eles vão ser “tributos” ao *mashup* e seu contato não é com os filmes do *Brat Pack* mas antes com o *Brat Pack* criado no *mashup* de *avoidantconsumer*. A música sofre muito menos distorção neste processo por ser usada na íntegra e ser a parte mais consistente e reconhecível que une estes trabalhos. E música, segundo o próprio

Gumbrecht, sempre privilegia o componente de presença em detrimento do sentido. Apesar das camadas de interpretação (o sentido) que identificamos também na canção, desde o *mashup* original até os Remixes derivados, sua maior influência enquanto referência vem da sua materialidade e presença.

Sem conhecer nenhum dos filmes que analisamos, um espectador que veja o *mashup* vai conseguir entender uma estória original (leia-se absorver o componente de sentido). O enredo específico do *mashup* poderia ser relatado por um espectador hipotético nos seguintes termos:

Ao som de Lisztomania da banda Phoenix, uma bela garota ruiva (essa “Molly Ringwald Remixada” que apesar de aparecer em cenas de dois filmes diferentes, aqui cumpre o papel de um único e definido personagem) flerta com seu interesse romântico, um treloucado garoto *rock-a-billy*. Seus amigos se divertem dançando e fazendo passinhos coreografados, até mesmo a amiga mais amalucada está completamente integrada e inserida ao grupo que a aceita apesar do seu jeito “diferentão”. Enquanto isso, um outro casal dança, completamente inebriados um com o outro. A turma toda se diverte, dança e brinca numa celebração das delícias do convívio entre amigos que se gostam. A garota ruiva finalmente cede ao flerte do treloucado e acaba o vídeo indo a seu encontro com um sorriso de quem se rendeu no rosto.

Esta independência dos enredos dos filmes utilizados torna o *mashup* uma obra original que cria até mesmo seu próprio enredo e estereótipos. Eles podem, mas não necessariamente precisam, ser interpretados a partir de seus enredos nos filmes originais. Aqui entra o outro componente deste *mashup*, a sua produção de presença que vai além das lógicas encontradas no novo enredo. Ele existe no impacto que a combinação da música e das cenas desperta, em um nível mais primal, em quem assiste a esse vídeo.



**Figura 30 e 31: Cenas de pés e dança em fila de O Clube dos Cinco.**

As danças individuais utilizadas e sua atuação são bem definidas. A forma como Duckie (Jon Cryer em “A Garora de Rosa Shocking”) se joga na parede da loja de discos, a dança meio tribal ajoelhada no chão da “desajustada” Allison (Ally Sheedy em “O Clube dos Cinco”), a bateria tocada no ar de Andy (Emilio Estevez em “O Clube dos Cinco”), a dança montado numa estátua de John Bender (Judd Nelson em “O Clube dos Cinco”), a dança de salão do casal Jonathan e a manequim Emmy (Andrew McCarthy e Kim Cattrall em “Manequim”), etc. Estas ações específicas mais as tais cenas estilizadas de closes nos pés e coreografias em fila são o conteúdo que efetivamente vai ser emulado e re-encenado nos diversos Remixes derivados.

A música é determinante na edição do *mashup*. Seu ritmo, suas pausas, sua intenção é o que define a cadência da montagem. Em termos Eisensteinianos, (EISENSTEIN, 1929) podemos reconhecer momentos de montagem métrica, de montagem rítmica e até de montagem dialética na medida que o *mashup* cria uma ideia abstrata de celebração, defende uma ideologia que remete ao conceito de *carpe diem* (aproveitar o dia), como uma ode a viver a vida entre amigos.

Quanto a técnica de montagem, podemos observar o uso de montagem predominantemente paralela, em que algumas sequências bem definidas (como a da biblioteca e da loja de departamentos) vão sendo editadas em segmentos alternados, ora mostrando uma, ora mostrando outra o que também ajuda a criar a ideia de que essas cenas, embora de filmes diferentes, estejam relacionadas no novo enredo.

Roteirizando as sequências principais que observamos no *mashup*, podemos estruturar um resumo das ações principais representadas em um esquema como o que segue:

- 1) Abertura

Turma de amigos que começa a dançar ao som contagiante da música Lisztomania

- 2) Casal Paquerando

Um garoto extrovertido que dança, se jogando na parede pra impressionar uma bela garota mais tímida. O casal está flertando e só ficam juntos no final

- 3) Dança em Par

Um segundo casal dança alegremente demonstrando sua conexão e seu carinho um pelo outro (mais do que a relação desse casal, o que mais marca essa sequência é a dança em par)

- 4) Pés

Closes fechados em diferentes pés dançando

- 5) Coreografia em Fila

Em pequenos grupos, os amigos fazem passos coreografados sempre em fila

- 6) Solos de Dança

Solos de dança livre (sem coreografia marcada) de diferentes amigos.

Esta desconstrução das sequências observadas no *mashup* nos deixam vislumbrar o *template*, o roteiro estrutural que os próximos Remixes derivados que discutiremos utilizam de maneira mais ou menos sistemática.

No *mashup* original, vemos um típico exemplo de Remix de reciclagem. Ele usa literalmente as cenas de filmes do *Brat Pack* e cria em torno dos universos ficcionais pré-existentes.

Os próximos Remixes não irão utilizar as cenas dos filmes do *Brat Pack*, eles irão referenciar primeiro a estrutura deste *mashup* e filmar as cenas que utilizam. O *Brat Pack* passa a ser “usado” como uma referência mediada em segunda ordem, são tributos em *live-action* (algo como ação ao vivo) ao *mashup* do *Brat Pack*”, o *template* que vai ser usado é o que vai ser formatado no próximo Remix deste fluxo: o Remix do Brooklyn.

### 3.5 O Remix do Brooklyn

#### *Brooklyn Brat Pack Mashup*<sup>67</sup>

Postado no YouTube pelo usuário *thepinkbismuth* em 31 de maio de 2009



**Figura 32: Brooklyn Brat Pack Mashup.**

Produtores: Ian Parker e Justin Bland

Diretor e Editor: Ian Parker

Produtor Executivo: Luke Miller

Diretor de Fotografia: Eric Phillips-Horst

Elenco: Heidi, Sarah, Ashley, Marie, Charley, Tyler, Cara, Jackie, Luke, Theresa, Mitchell, Sarlin, Megan e Justin

Dedicatória: Um tributo ao tributo do *Brat Pack Mashup* de *avoidantconsumer*

Este é o primeiro Remix derivado do *mashup* de *avoidantconsumer* e extremamente importante neste fluxo uma vez que é ele que realmente estabelece o *template* seguido pelos Remixes derivados que vão aparecer a partir daqui. O que

---

<sup>67</sup> Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=U1ywFh2AZLg>

vemos no vídeo é uma re-interpretação do *mashup* seguindo o roteiro estrutural que identificamos.

Influenciados pelo vídeo, esta turma de amigos do Brooklyn, decidiu fazer um “tributo ao tributo do *Brat Pack mashup* de *avoidantconsumer*”, como o vídeo é descrito pelo próprio usuário *thepinkbismuth* no YouTube.

Já de início, vemos um diferencial que vai ser fundamental para a fomentação do projeto que se desenvolve depois: o primeiro plano que aparece no vídeo é um plano geral do Brooklyn (aparentemente em Williamsburg) feito de cima de um prédio. É, portanto, um tributo feito pela turma do Brooklyn, não de qualquer lugar. Pela localização geográfica do plano (e também a partir de outros ângulos que observamos da locação ao longo do vídeo) seria possível filmar o outro lado, cruzando o Rio East, e enquadrar as históricas pontes do Brooklyn e Williamsburg ou o skyline muito mais identificável de Manhattan mas a opção aqui é clara: é um grupo do Brooklyn e é essa a localidade que querem retratar mais do que associar o trabalho a cidade de Nova York como um todo. Essa camada nova, a da localização geográfica e da “tribo”, é a novidade introduzida neste primeiro Remix derivado e define a proposta aceita pela comunidade que participa do projeto: fazer uma versão do *Brat Pack Mashup* com a sua “turma” e no seu “pedaço”.

Depois de estabelecida a localização, o que vemos é uma re-interpretação das ações e relações encontradas no mashup original. Durante quase todo o vídeo, principalmente na primeira metade, a ordem dos planos desta versão segue a mesma ordem do *mashup* original com exceção de um ou outro plano que o autor desta versão inclui da paisagem, ora mostrando a ponte de Williamsburg, ora mostrando a ponte do Brooklyn, ora o Rio East ou já introduzindo algumas cenas de pés dançando (que já definimos exercer uma função mais estética que narrativa). A primeira parte do vídeo é mais rigorosa em manter exatamente a mesma ordem de planos do *mashup*, mais para o final é que entram algumas cenas com ações mais originais que vêm da improvisação que a turma fez durante a filmagem.



As imagens abaixo mostram algumas das equivalências nas duas versões:



Figura 33: Composite de cenas de “Brat Pack Mashup” e “Brooklyn Mashup”.

Este vídeo começa a delimitar o que e como os outros tributos serão feitos. Já identificamos a necessidade de estabelecer a localização e retratar sua própria turma se divertindo dentro do *template* criado a partir do *mashup* original.

Os membros da turma escolhem um dos personagens do *mashup* pra representar porém essa escalação não é rígida. Como o objetivo é mostrar a turma se divertindo, vemos, a partir deste tributo, que muitas vezes mais de uma pessoa representa um dos personagens do *mashup* e vice-versa, uma mesma pessoa do grupo pode representar mais de um personagem. É a partir daqui que começamos a realmente entender em que nível o *Brat Pack* entra nesses trabalhos. Mais uma vez, aqui se referencia o *Brat Pack* do *mashup*, não necessariamente o dos filmes. Podemos citar como exemplo a garota loira que é o segundo personagem a aparecer. Ela está representando a dança de Allison (Ally Sheedy em “O Clube dos Cinco”, como podemos ver na tabela de comparação anterior) porém mais para frente no vídeo quem representa outra dança de Allison, onde ela está ajoelhada no chão, é uma outra garota de vestido roxo e óculos.



**Figura 34: Comparativo “O Clube dos Cinco” e “Brooklyn Mashup”.**



**Figura 35: Comparativo “Pretty in Pink” e “Brooklyn Mashup”.**

Em outro momento vemos o rapaz de camisa azul que re-encena o personagem Duckie (Jon Cryer em “A Garota de Rosa Shocking”) dançando com

essa menina de vestido roxo. Essa cena seria referência à cena de dança de Andrew McCarthy em “Manequim”. No caso do mashup original, pudemos observar como o autor interferiu nos enredos, juntando um casal que não fica junto em “A Garota de Rosa Shocking” (Andie e Duckie) e dando outro par romântico pra Andrew McCarthy. Já neste vídeo do Brooklyn, o mesmo rapaz de camisa azul interpreta o romance mas também dança com outra garota e isso não pode ser visto como um comentário sobre os enredos originais. O autor aqui não está tentando criar um novo rumo para o destino dos personagens do filme “A Garota de Rosa Shocking” como *avoidantconsumer* fez em seu trabalho. Este é o efeito que podemos notar na mudança de referencial: o *mashup* original comenta os filmes do *Brat Pack*, a partir deste vídeo o comentário é sobre o *mashup* e não diretamente ligado aos filmes e seus enredos. No *bridge* da canção, o *mashup* original usa cenas de “Manequim” com o casal Jonathan e Emmy (Andrew McCarthy e Kim Cattrall) dançando juntos. No Remix do Brooklyn, essa parte é reencenada com vários “casais” formados randomicamente pelos membros do grupo, aqui o que se referencia é a presença da “dança em par” vista no *mashup*, esvaziando o sentido de comentar e interferir nos enredos dos filmes do Brat Pack.



**Figura 36: Comparativo “Manequim” e “Brooklyn Mashup”.**

A referência ao *Brat Pack* está ficando mais distante, menos direta. Dentro da teoria da materialidade da comunicação, poderíamos dizer que o componente de

sentido das imagens do *Brat Pack* (apreendido dos enredos do filme) está diminuindo em detrimento do componente de presença (a partir do *mashup*) que, a cada nova re-interpretação, ganha mais peso.

O que vale retratar nesses Remixes derivados é a relação social dentro do grupo. Apesar do Remix do Brooklyn ser “encenado”, existe ali uma veracidade: são realmente amigos se divertindo. O cenário no qual o vídeo é filmado, além de imagetivamente rico e interessante (o topo de um prédio), representa também um tipo de sociabilidade cultural. Na cidade de Nova York é muito comum, principalmente no verão, que as pessoas usem o topo dos prédios para realizarem festas e churrascos entre amigos. A encenação do Remix do Brooklyn representa esse tipo de reunião social e em um dos momentos mais reveladores do vídeo, é usado um rápido flagra de uma festa que acontecia no topo de um prédio vizinho onde vemos um rapaz preparando churrasco e algumas meninas correndo e dançando, imagem muito parecida com a que o autor do Remix do Brooklyn estava tentando representar.



**Figura 37: Festa no telhado vizinho à locação do Brooklyn Mashup.**

Ainda na estrutura desse Remix, chegamos ao final com uma tela de créditos (fonte para os créditos citados neste texto) o que garante a identificação dos participantes, registra a autoralidade e reforça a ideia de comunidade que começamos a ver se formar.

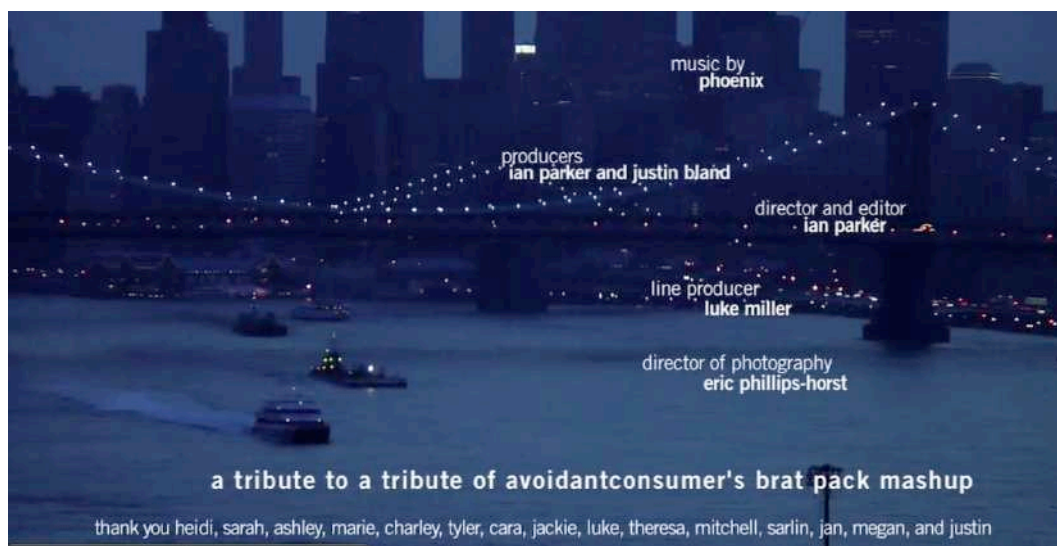
Em tempo, além da música *Lisztomania*, existem dois momentos em que se usa outro elemento sonoro, neste caso, o som direto: no primeiro plano editado no vídeo, com o som ambiente da cidade e no depois ao final, onde ouvimos a voz dos participantes comemorando o que parece ter sido o último plano a ser filmado.

O vídeo do Brooklyn, além de estabelecer as diretrizes para os próximos Remixes, também é um dos que tem melhor produção em termos cinematográficos. Obviamente que os realizadores tem certa experiência em audiovisual e as qualidades do vídeo em termos de fotografia e edição são evidentes. Esta visão clara de estilo que é impressa ao vídeo também vai deixar sua marca na cadeia de referências que o fluxo dos Remixes derivados usa. Um dos elementos de direção de fotografia mais marcantes no Remix do Brooklyn é quanto ao uso do foco. Em vários momentos, as cenas entram e saem de foco em um recurso estético bastante interessante e muito típico do aparecimento de uma nova tecnologia que vem marcando a produção audiovisual desde 2008, com o lançamento da câmera *Canon 5D Mark II* e posteriormente de várias outras câmeras de lentes intercambiáveis do tipo DSLR (*Digital Single-Lens Reflex*) que gravam vídeo. Esta estética DSLR de fotografia também vai ser emulada em vários outros vídeos que vieram na sequência. A cadeia de referências aumenta a medida que mais um Remix entra nesta comunidade. Cada novo trabalho usa uma série de referências encontradas no fluxo mas também acrescenta sua contribuição a este processo. É repetição com diferença (DELEUZE, 1968).

A interface do YouTube, que hospeda o vídeo, também tem um papel relevante neste fenômeno. Além da plataforma possibilitar a veiculação e difusão do vídeo, a interface do YouTube vai ajudar a formatar o próprio projeto.

Em primeiro lugar, os comentários postados no vídeo já iniciam a participação da audiência e servem também como contato com o usuário que o postou (*thepinkbismuth*). É nos comentários que se inicia a “conversa” sobre o próprio vídeo, sobre as impressões do *mashup* original, sobre a música, sobre o *Brat Pack*, sobre a “nostalgia” que esses filmes trazem, sobre o diretor John Hughes, etc. Nos comentários também encontramos a gênese de vários dos Remixes derivados: usuários que se comprometem a fazer suas próprias versões do vídeo e efetivamente a fazem, como pudemos constatar durante a pesquisa.

Todo vídeo no YouTube tem também marcação de *tags*<sup>68</sup> que ajudam na sua “procurabilidade” (*searchability* em inglês é também uma das características das novas mídias apontadas por Lev Manovich) e irão indexar o vídeo a qualquer procura que seja feita sobre as *tags* que lhe foram atribuídas. Além das *tags*, todo vídeo também conta com um campo para sua “descrição”. Na descrição deste vídeo encontramos vários dados interessantes a começar pela explicação de que o vídeo é um “tributo ao tributo do *Brat Pack mashup* de *avoidantconsumer*” e também deixa o link para este vídeo (que não está mais disponível como já foi dito). A descrição também traz algumas atualizações onde ficamos sabendo que a gravadora da música gostou do vídeo e a banda também; que o vídeo foi usado por Julian Sanchez em seu trabalho *The Evolution of Remix Culture* e por fim que Lawrence Lessig (que vem acompanhado do predicativo “nosso herói”) também usou o vídeo em sua palestra no TED. Isso nos mostra que o usuário *thepinkbismuth* tem acompanhado o fluxo do projeto, sua repercussão e, mais que isso, continua a colaborar com a comunidade que ajudou a formar, o que fica claro principalmente quando vemos que ele lista e deixa links para todos os vídeos que ele tem conhecimento que contribuíram para o projeto.



**Figura 38: Créditos do vídeo do Brooklyn Mashup sobre a ponte do Brooklyn.**

Os “vídeos relacionados” ou “sugestões”, outra característica da interface do YouTube, também ajudam a relacionar esses vídeos e por serem imagens

<sup>68</sup> As tags registradas no trabalho são: goddamn cobras, rooftop, brooklyn, williamsburg, mashup, copyleft, social production, lessig

(*thumbnails*) tem um impacto imediato em quem está na página, servindo de estímulo aos usuários do site para ver os diversos vídeos relacionados<sup>69</sup>.

Com este vídeo, se completa a estrutura, o *template*, que o projeto vai seguir. O próximo vídeo deste fluxo, o de San Francisco, vai definir as “regras” do processo e estabelecer a idéia de comunidade à qual outros usuários e suas “turmas” podem se afiliar produzindo suas próprias versões.

### 3.6 O Remix de San Francisco

*Phoenix - Lisztomania (SF BRAT PACK Mashup)*<sup>70</sup>

Publicado no YouTube em 18 de novembro de 2009 pelo usuário *chinorockwell*



**Figura 39: Fotos do Mashup de São Francisco.**

69 Os vídeos relacionados não são só os que podem ser considerados parte deste projeto mas também incluem alguns que são outros *mashups* do Brat Pack com outras músicas, clipes de filmes do *Brat Pack*, Remixes desses Remixes *live-action*, versões da música *Lisztomania*, etc

70 Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=GCzr7P5gqSI>

Direção e Edição: Eugene Cheung

Produção: Eugene Cheung & Shelley Beaumont

Coreografia: Shelley Beaumont

Músicas: Phoenix "Lisztomania" / Boy in Static "Young San Francisco"

Elenco: Shelley, Will, Eugene, Roseanne, Jeni, Bethany, Serge, Janine, Elvie, Tom, Steve, Loan, Alex, Tricia, Evan, Rob, Suzanne & Melissa

#### Carta do Diretor Eugene Cheung

Após uma viagem recente a Nova York e de ter ficado num hostel no Brooklyn, uma coisa é certa: eu passei a apreciar ainda mais o Lisztomania (Brooklyn Brat Pack Mashup) do thepinkbismuth [...] Ele é perfeito em todos os sentidos.

No momento que voltei a San Francisco eu sabia que teria de fazer um tributo a um tributo a um tributo. Felizmente com a ajuda de Shelley [...], do SF Music Group e de nossos ótimos amigos, nós conseguimos fazer nosso próprio Lisztomania- a versão 'SF Brat Pack', se preferirem.

Eu não acho que já tenha me divertido tanto numa filmagem antes. Meu único arrependimento é por não ter feito o vídeo antes, assim talvez ele pudesse inspirar outras cidades a fazerem suas próprias versões antes que chegue o inverno (tipo... Chicago). De qualquer maneira, espero que todos se divirtam assistindo tanto quanto nos divertimos fazendo, porque realmente... foi demais!

Eugene (na descrição do vídeo no YouTube)

Esta carta que o diretor escreve aos espectadores na descrição do seu vídeo no YouTube é quase um manifesto. É um convite a outros usuários a participarem do projeto, a realizarem suas próprias versões do tributo original ao *Brat Pack*, mais especificamente, realizarem uma versão nos moldes da versão que a turma do Brooklyn fez do tributo ao *Brat Pack* como indica a retórica "fazer um tributo a um tributo a um tributo".

É a partir deste vídeo que a proposta fica clara e que outros participantes podem facilmente considerar a ideia de aderir a essa comunidade, uma vez que tanto o *template* quanto o primeiro exemplo de aplicação já existem.

Além de todas as referências em cadeia que acompanhamos no fluxo até este ponto, a partir daqui, temos que a referência primária e mais essencial passa a ser o Remix do Brooklyn (não é mais os filmes do *Brat Pack* e nem mesmo o *mashup* de *avoidantconsumer*, embora obviamente sejam reconhecidas e citadas por esses participantes). O *template* que é seguido por este e pelos próximos vídeos



é o que foi construído no Remix do Brooklyn: fazer uma versão do *mashup* do *Brat Pack* com a sua “turma”, no seu “pedaço”, usando a música *Lisztomania*, usando closes de pés, danças em fila, danças em par, etc.



**Figura 40: Características marcantes do template do “Brooklyn Mashup”.**

Como introdução nesta versão, Eugene Cheung (*chinorockwell*), usa a música *Young San Francisco* da banda *Boy in Static*, reinterpretando a função que o uso do som direto teve no primeiro plano da versão do Brooklyn: marcar o território. Com esta trilha de fundo, ele mostra uma série de planos curtos que definem onde o vídeo foi feito: a ponte Golden Gate, o *skyline* da cidade, uma de suas ladeiras típicas, além de um aparelho de som que provavelmente serviu de *playback* para a

filmagem (composto no plano com um caranguejo e com a vista da baía de San Francisco ao fundo).

Depois desta pequena introdução, entra a música *Lisztomania* e esta versão também é bem fiel a ordem dos planos no início, porém esta equivalência de planos vai se dissipando ao longo do vídeo (mais cedo do que na versão do Brooklyn). A fidelidade a ordem dos planos vai se tornando cada vez menos rigorosa nos outros vídeos que entram neste fluxo, deixando evidente que a referência original está ficando mais e mais distante. Interessante também notar que o estilo de fotografia faz referência ao Remix do Brooklyn, com a característica opção de brincar com o foco da câmera no meio dos planos. Isto evidencia que mais uma camada de referências entrou neste processo.

É bem claro a partir desse vídeo qual é a proposta que as pessoas vão seguir pra fazer suas versões: chamar sua turma e organizar um evento social que será filmado porém que fique claro que não é apenas uma filmagem mas também um encontro, um evento social para os participantes.



**Figura 41: Foto “Mashup São Francisco” emulando Duckie de “Pretty in Pink”.**

As cenas que identificamos como estéticas - os closes nos pés, as danças em fila, a dança em pares são os elementos que mantêm maior fidelidade ao longo da série de vídeos. A parte dos enredos se perde mais facilmente em algumas das próximas versões. Mais uma vez recorrendo aos conceitos de Gumbrecht, podemos observar que, como as referências originais estão cada vez mais distantes de quem está entrando no fluxo, o que impacta mais e, portanto, o que é emulado mais

fielmente, é o componente de presença das imagens do Remix do Brooklyn, do Remix de San Francisco e dos outros que entram no fluxo; é o que mais se fixa na mente dos novos participantes e é, portanto, o que vemos mais claramente reencenado nas diferentes versões daqui pra frente.

Podemos também observar neste Remix de San Francisco mais algumas indicações de como estas filmagens se configuram num formato de evento social. Na carta de Cheung, ele diz que não lembra de ter se “divertido tanto numa filmagem antes”. O termo “divertir” sugere que a filmagem, como podemos imaginar, tenha sido mesmo um tipo de festa, de programa social para aquele grupo de amigos. Mais a frente no vídeo, vemos pessoas comendo quitutes e com copos na mão, o que reforça a idéia de festa, de evento social (não existem copos ou comida nas versões e referências anteriores).



**Figura 42: Flagra de copo no “Mashup de São Francisco”.**

Na carta, ele também lamenta que o vídeo - e o convite para que outros participem da comunidade e entrem no fluxo - tenha sido feito tão tarde (o vídeo foi postado em novembro), já tão próximo ao inverno no hemisfério norte. Isto porque a proposta do projeto é melhor realizada ao ar livre. Não é apenas um evento social mas um evento ao ar livre, bem típico do verão. Em termos práticos, a locação em externas também ajuda a registrar imagetivamente a localização geográfica do evento/filmagem (já que as pessoas optam por filmar em pontos públicos e reconhecíveis de seus espaços urbanos). O conjunto dos vídeos realmente remete ao “verão” e não podemos esquecer que a música foi lançada em maio de 2009

(início da primavera) e como o crítico Stephen M. Deusner do site Pitchfork profetizou, poderia se tornar “o hit alto-astral” daquele verão.

### 3.7 Outros Remixes do fluxo

Com o *template* e a proposta do projeto já bem estabelecidos, os outros Remixes começaram a aparecer. A comunidade passa a ganhar afiliações.

O YouTube serviu de plataforma para este processo. Nos comentários postados nos Remixes do Brooklyn e de San Francisco, encontramos mensagens de usuários que falam de sua nostalgia em relação aos filmes do *Brat Pack*, menções de quanto a música - e os vídeos - lhes dão uma sensação de alegria e bem estar, elogios a ideia de tornar a projeto uma proposta aberta e até mesmo podemos identificar o início do que viriam a ser novas versões do projeto, gente que se aproximou da comunidade primeiro através de comentários e mensagens e acabou contribuindo com mais um *remake*.

A comunidade em torno do Brat Pack/Lisztomania não ficou apenas nas presenças virtuais dos usuários do YouTube, em pelo menos duas ocasiões, que pudemos documentar nesta pesquisa, houve encontro dos membros. Uma em San Francisco (com pessoas vindas de Paris, Riga e Winnipeg) que pudemos constatar lendo os comentários no vídeo; e outra que aconteceu por acaso no show da banda Phoenix no Brasil, onde o realizador do Remix de Curitiba encontrou dois dos integrantes da versão do Rio de Janeiro.



Figura 43: Encontro dos criadores dos Mashups do Rio de Janeiro e de Curitiba.

O que começou como uma homenagem a filmes do *Brat Pack* e a música do Phoenix estava agora unindo pessoas no mundo real. Participar deste projeto significa mais do que exercitar a criatividade e produzir um vídeo, a afiliação ao projeto une participantes que compartilham modos semelhantes de encarar a vida e por isso, já garante afinidades entre membros de diferentes clãs. Isto é “comunidade”, a diferença é a peculiaridade dela ter sido formada em torno de um projeto audiovisual de Remix. Por isso, destacamos esta potencialidade no uso do Remix: criar comunidades.

Existem versões vindas de Riga, na Latvia (região dos Balcãs, entre a Estônia e a Lituânia), das Filipinas, de várias cidades dos Estados Unidos, de Paris, de Israel, de Amsterdam e a lista continua aumentando. Só do Brasil, existem três versões: do Rio de Janeiro, de Curitiba e de Belo Horizonte.



Figura 44: Família emulando seu Mashup em Curitiba.



Figura 45: Mashup dos funcionários da Lush em Paris.

Todas as versões seguem o *template* comum que identificamos mas também têm peculiaridades. Como exemplos, podemos citar uma interessante versão feita em Paris: a produção é das mais amadoras mas foi feita inteiramente dentro de

uma loja de perfumaria e sabonetes, da cadeia Lush, naquela cidade. Outras ainda são feitas e creditadas a instituições (como a da Universidade de Boston) e a versão de Boca Lago, por exemplo, só tem meninas e brinca com a referência de closes nos pés dançando, criando planos criativos onde os pés das garotas são usados para escrever o título do vídeo, por exemplo.



Figura 46: Composite de diferentes Mashups.

A qualidade em termos cinematográficos e adequação ao *template* proposto varia de versão pra versão, várias delas contam com produção caprichada, a exemplo das feitas no Brooklyn e San Francisco e outras são notoriamente mais amadoras. Um seguem a risca o roteiro estrutural, outras são apenas pessoas dançando quase sem nenhuma semelhança com o referencial. Isso nos deixa entender outra faceta da comunidade, apesar dos primeiros Remixes terem alta qualidade de produção, serem feitos por gente que domina técnicas de produção audiovisual e estarem embasados numa estrutura bem definida; não é esse o fator que credencia um trabalho a entrar na comunidade, o critério é compartilhar, em vídeo, esta visão de mundo, é ter este espírito de celebração e, claro, sempre ao som de Lisztomania... Qualquer um, ou melhor, qualquer grupo com acesso a uma câmera de vídeo, por mais simples que seja, e uma conta no YouTube pode, a princípio, participar dessa comunidade de Remixes sociais.

Existem também alguns vídeos que não seguem a proposta de participação social midiaticizada mas participam da comunidade, estão atrelados ao projeto central como no caso de *mashups* com material de Remixes já produzidos neste fluxo. Esse tipo de trabalho, embora participe da comunidade, não é um Remix social como os outros que estamos destacando, eles se encaixam melhor na ideia do Remix tradicional de reciclagem que recombina fragmentos já existentes de mídia ou como propusemos no capítulo 2, poderiam também ser classificados como Meta Remixes.

O projeto está influenciando até a criação de outras comunidades. Na rede social Facebook, o usuário Moritz Meenen de Zurick, na Suíça, criou a comunidade “Lisztomania Generation”<sup>71</sup> que traz a seguinte sinopse no perfil do grupo:

Amamos a música ‘Lisztomania’ do Phoenix e amamos dançá-la. A música e os ‘Brat Pack Mashups’ filmados ao redor do mundo nos unem. Não é apenas a música ou o Phoenix que amamos. É o amor pela nossa vida jovem e urbana. Vamos festejar juntos!

O Remix social que evidenciamos aqui é o desdobramento mais claro das idéias que permeiam a web 2.0 no campo do audiovisual. Na ecologia da Comunicação Pós-Massiva, a tecnologia e o conceito de web 2.0 possibilitaram o aparecimento desta tática de produção audiovisual coletiva dentro das chamadas Mídias Sociais e o Remix Social aparece como forma possível de sua aplicação

---

71 Ver [http://www.facebook.com/home.php?sk=group\\_151147621599282](http://www.facebook.com/home.php?sk=group_151147621599282)

através da elaboração de um *template* que delimita e estabelece as bases do projeto.

Surge aqui uma evidência clara do fenômeno de realidades locais sendo representadas dentro de uma lógica global. A mediação das experiências humanas que vêm ocorrendo nas últimas décadas causa um certo nivelamento nas formas de expressão pela própria mídia e abre possibilidades de diálogo que antes seriam muito difíceis de acontecer.

O que conseguimos documentar do fluxo é justamente o surgimento, desenvolvimento e aplicação de uma tática de sociabilidade mediada. Ela surge na esfera pública e não comercial e ao contrário do que acontecia com as táticas observadas por Certeau (1980), ela fica registrada (por acontecer na rede) e pode ser (re)encontrada e utilizada por outros membros da sociedade. Assim, além de organizações comerciais poderem observar esta tática e talvez implementá-la como uma estratégia organizacional, ela vai continuar no domínio das táticas individuais, podendo ser revista, aprendida e retrabalhada por outros grupos sociais em propostas futuras. Os indivíduos, portanto, tem o mesmo nível de acesso que as corporações no sentido de reutilizar o que foi desenvolvido nesta tática comunicacional.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos objetivos que buscamos nesta pesquisa foi descrever o Remix como um fluxo que se manifesta em diversas fases do processo comunicacional e nos processos sociais contemporâneos. Consideramos que, na tentativa de buscar uma definição para o Remix, alguns estudos deixam uma lacuna: ao mesmo tempo que sugerem que o Remix esteja realmente infiltrado na cultura contemporânea de modo profundo, citam como exemplos, predominantemente, obras que chamamos de Remix de reciclagem. Esperamos que, ao categorizar o Remix com base em *templates* e observá-lo num *fluxo*, possamos ter contribuído com alguns exemplos de vídeo e de processos sociais que evidenciem o Remix mesmo quando não podemos identificar claramente o uso e reconfiguração de material pré-existente.

Uma das virtudes que percebemos no Remix é possibilitar a criação de comunidades e isto pode gerar inúmeros benefícios como, por exemplo, a própria experiência adquirida ao fazer tais vídeos servirem de porta de entrada no mercado de trabalho. A organização em comunidades também pode servir para preservar a criatividade tática dentro do grupo social onde estas foram desenvolvidas e, como no espaço digital as táticas ficam registradas, as comunidades ganham força política e podem se posicionar de maneira mais competitiva em relação às instituições formais (que por sua vez estão nitidamente se apropriando destas táticas na elaboração de suas estratégias). Enfim, podemos imaginar vários desdobramentos interessantes do que pode ser gerado a partir de uma comunidade.

Já o fluxo de manifestações do Remix que traçamos no caso *Brat Pack/Lisztomania* em particular é um exemplo interessante da potencialidade política que o Remix pode ter. Esta modalidade de criar socialibilidades midiáticas através da produção audiovisual de Remix abre possibilidades interessantes por ser um formato relativamente novo, aplicado num ambiente de rede e mediado por tecnologias que constantemente são atualizadas. O que podemos perceber na observação deste caso é que o Remix não é apenas sobre um indivíduo sozinho no seu quarto, juntando e reconfigurando sons e imagens para produzir uma “obra de Remix” como geralmente se pensa. Aqui vimos como o Remix pode ser um ato de criatividade social e coletiva, capaz de criar “comunidade”. Não é o Remix apenas como a ferramenta recicladora de mídias que vai gerar um produto novo,

reconfigurado, no final do processo, é o Remix que potencialmente pode alterar a maneira como nos relacionamos uns com os outros em sociedade.

O caso nos deixa ver como nossas atividades sociais costumeiras, quando mediadas pelas redes sociais (postar um vídeo de uma festa por exemplo) podem servir como um tipo de convite a um ato de expressão coletiva. É a nossa vida social real transmutada em arte.

O tipo de mídia amadora e vernacular, como um vídeo caseiro, que antes só seria distribuído para um pequeno número de amigos e familiares, agora, com a tecnologia tão barata e distribuição global via internet, pode potencialmente atingir milhares de pessoas o que o coloca como objeto característico da comunicação pós-massiva e sugere seu potencial como ferramenta de transformação social.

O que fica desta análise é uma impressão de que os usuários das redes sociais estão cada vez mais se dando conta da potencialidade que o audiovisual apresenta e de certa forma, estão aprendendo a se comunicar em termos de produtos audiovisuais, efetivamente apagando os limites entre o que é a comunicação interpessoal e a comunicação na fase pós-massiva. Se por enquanto os propósitos parecem ser mais lúdicos e hedonistas, este mesmo processo social midiático pode ser usado para propósitos de caráter político e social quando estes forem almejados. O aprendizado que pode levar à realização deste potencial está sendo adquirido, por exemplo, em fluxos de Remix como os que analisamos.

Também podemos sugerir que outros estudos futuros tentem investigar mais a fundo a causa do uso tão constante de *templates* como estrutura predominante nas novas mídias e no vídeo online em particular. Levantamos ainda a hipótese desta predominância estar relacionada com o excesso de opções disponíveis no ambiente digital e talvez algum estudo possa se utilizar de tal hipótese.

Nesta pesquisa, por uma necessidade de delimitar nosso território, acabamos não trabalhando uma questão essencial na problemática do vídeo online e no uso do Remix especificamente: a questão da autoralidade e da propriedade intelectual. Em uma cultura de mídia digital em rede, como nosso mundo é hoje, repensar a política do *copyright* não se trata apenas de defender o criador de obras de Remix, não é o caso de apenas se incentivar a produção de um certo tipo de bem artístico - a obra de Remix. Trata-se, como questiona Julian Sanchez, de “saber qual nível de controle permitiremos que seja exercido sobre nossas realidades sociais”. (SANCHEZ, 2010)

O mundo de hoje é irremediavelmente permeado pela Cultura Pop e seus produtos estão em toda parte. São estes produtos culturais que estão sendo

defendidos pelas regulamentações atuais de *copyright* e é para maximizar o lucro em cima de suas vendas que as leis tentam impedir e criminalizar qualquer tipo de uso que a sociedade faça livremente deles. As grandes corporações que detêm seus direitos querem garantir exclusividade sobre o uso destes bens que, em certo nível, são parte do patrimônio cultural da sociedade como um todo.

Os produtos culturais são vistos apenas como bens de consumo e não como bens de comunidade também. É nesta tensão, entre os bens de consumo e os bens de comunidade, que o problema dos direitos autorais se encontra. Agora, o que a sociedade tem que decidir é qual destes dois tipos de bens os direitos autorais devem priorizar, devem defender.

Hoje a balança desta equação está quase que totalmente para o lado do mercado, dos bens de consumo e os direitos de uso visam maximizar o lucro deste tipo de bem. As leis atuais não incentivam o uso dos produtos culturais pela sociedade (como em trabalhos de Remix) o que implicaria em vê-los como bens de comunidade.

Maximizar e incentivar a produção de apenas um destes tipos de bem, o de consumo, pode ter um custo alto pra sociedade uma vez que estamos com isso nos arriscando a suprimir a produção do outro tipo de bem, o de comunidade que, em muito aspectos, pode ser considerado até mais rico e importante.

Toda obra de Remix censurada pode, então, estar interferindo não só no direito a liberdade de expressão artística de seu criador mas também na sua liberdade de como se socializar. Obviamente, isto não é uma conclusão desta pesquisa (afinal não tratamos da problemática dos direitos autorais) mas vale a pena incitar o leitor a pensar sobre a questão e talvez alguns pontos levantados nesta dissertação possam contribuir também em um estudo futuro que trate mais especificamente desta problemática.

Como conclusão dos resultados desta pesquisa devemos considerar apenas o “retrato instantâneo” do fluxo do Remix no video online que exploramos ao longo deste trabalho porém, até para sermos coerentes com os conceitos que expusemos aqui, iremos terminar nossas considerações finais de maneira pouco ortodoxa falando em termos de especulações sobre os rumos do video online baseadas em um cenário de “futuro possível”.

Neste futuro possível do video online podemos especular que o criador de obras audiovisuais não necessariamente vai ser o autor nos termos que estamos acostumados. Projetos audiovisuais do futuro possível vão precisar partir de uma

proposta e serem organizados posteriormente. Assim o criador do futuro vai assumir primeiro a tarefa de elaborar um *template* interessante e motivador que possa conquistar a colaboração participativa da comunidade; depois ele - ou outro - vai realizar a curadoria do material produzido e formatá-lo de maneira interessante. Com a produção sendo de autoria coletiva, abrem-se estes novos papéis na produção audiovisual: o do proponente do *template* e o do curador de material. Neste sentido, estamos presenciando o aparecimento de obras típicas do ambiente online que não pretendem substituir ou suplantam o formato do cinema mas sim abrir espaço para um novo formato que não necessariamente se apoia na ficção ou no documentário. O projeto audiovisual do futuro tende a ser um objeto cultural que possibilita vários produtos derivados dele. Criar *templates* interessantes parece ser um caminho para o realizador do futuro. Mais do que produzir a obra inteira, ele vai lançar a proposta e assim o objeto cultural estará vinculado a ele neste novo sentido de autoralidade. Os produtos audiovisuais em si vão estar fortemente vinculados a ideia de curadoria.

Na área da Educação, criar propostas projetuais - ou *templates* - também pode ser um bom modelo na elaboração de atividades acadêmicas e exercícios em sala de aula. Por exemplo, em um curso de audiovisual, o professor pode pensar em uma proposta de projeto para a classe - um *template* - e realizar uma produção coletiva que vai ser remixada individualmente pelo aluno. Para alcançar o aluno de hoje, que cresceu com o computador e a internet, parece ser lógico empregar as táticas de comunicação observadas no ambiente online e transformá-las em estratégias educacionais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BASTOS, Marcus , MARTINS, Camila Dupra (org). Remix como Polifonia e agenciamentos Coletivos. Em: *Territórios recombinantes: Arte e tecnologia*, São Paulo: Oficina do Estado, 2007.

BOISVERT, Anne-Marie. On Bricolage: assembling culture with whatever comes to hand, 2003. Em: *Revista Horizon Zero edição #8: Remix: generate/regenerate/transform*. Tradução: Timothy Barnard. Montreal: Disponível em: <http://www.horizonzero.ca/textsite/remix.php?tlang=0&is=8&file=4>, acessado em 2 de fevereiro de 2010.

BORDWELL, David, STAIGER, Janet, Thompson, Kristin. *The Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production to 1960*. London: Routledge, 1988.

BOURRIAUD, Nicolas. *Postproduction*, New York: Lukas & STernberg, 2002.

BURGESS, Jean, GREEN, Joshua. *Youtube e a revolução digital*. Tradução: Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

CERTEAU, Michael de. *The Practice of Everyday Life*. 1980.

ESEINSTEIN, Serguei. *A Forma do Filme*, Rússia, 1929.

DELEUZE, Gilles. *Diferença e Repetição*. França. 1968.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Produção de Presença: O que o sentido não consegue transmitir*, Rio de Janeiro, Contraponto, 2004.

JENKINS, Henry. *Convergence Culture: where old and new media collide*, New York: NY Press, 2006.

LESSIG, Laurence. *Remix*. Londres: Inglaterra Blumsburry Pbls, 2008.

LE MOS, André. *Cibercultura. Tecnologia e vida Social na Cultura Contemporânea*. Porto alegre: Sulina, 2002, segunda edição, 2004.

LE MOS, André. Cidade e Mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. Em: *Matrizes*. No 1, 2007.

LE MOS, André. *O Poder da Conversação*. 2010. <http://andrelemos.info/2010/01/o-poder-da-conversacao/> acessado em 25 de maio de 2011.

LE MOS, André, LEVY, Pierre. *O Futuro da Internet*. Em direção a uma ciberdemocracia planetária., São Paulo: Editora Paulus, 2010.

LOVINK, Geert e NIEDERER, Sabine (org). *Video Vortex Reader I: responses to YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Culture, 2008.

LOVINK, Geert. Introduction - *Video Vortex V*, 20-21 Novembro de 2009 (vídeo). Disponível online: <http://vimeo.com/7825170>, acessado em 20 de janeiro de 2010.

LOVINK, Geert , MILES Rachel Somers (org). *Video Vortex Reader II: moving images beyond Youtube*. Amsterdam: Institute of Network Culture, 2011.

MANOVICH, Lev. *The Language of New Media*. Nova York, 1999(a). Disponível online: <http://www.manovich.net>.

\_\_\_\_\_. *Database as a Symbolic Form*. 1999(b). Disponível em: [http://transcriptions.english.ucsb.edu/archive/courses/warner/english197/Schedule\\_files/Manovich/Database\\_as\\_symbolic\\_form.htm](http://transcriptions.english.ucsb.edu/archive/courses/warner/english197/Schedule_files/Manovich/Database_as_symbolic_form.htm), acessado em 12 de dezembro de 2009.

\_\_\_\_\_. *The Practice of Everyday (Media) Life*. 2008. Disponível online: <http://www.manovich.net/>, acessado em 10 de dezembro de 2009.

\_\_\_\_\_. *What Comes After Remix?* 2007. Disponível online: <http://www.manovich.net/>, acessado em 15 de dezembro de 2009.

MCLUHAN, Marshall. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. New York: Bantam Books., 1967.

MILLER, Paul D. *Rhythm Science*. Amsterdam/ New York: Robstolk, 2004.

REIDENREICH, Stefan. Vision possible: A Methodological Quest for Online Video. Em: *Video Vortex Reader II: moving images beyond Youtube*. Amsterdam: Institute of Network Culture, 2011.

SANTANA, Gelson. *Três estratégias para uma mesma experiência estética: em torno do “periférico” na cultura massiva*, Artigo apresentado no GT “Estéticas da Comunicação”, da XIX Compós, realizada no Rio de Janeiro em junho de 2010.

SHIRKY, Clay. *Cognitive Surplus*. London: Penguin Press, 2010.

\_\_\_\_\_. *Here Comes Everyboby: the power of organizing without organizations*, Londres: penguin Press, 2008.

## ANEXO I - Glossário

**Anime-** animação tipicamente japonesa no estilo e na arte, possui várias características peculiares sendo que a representação de olhos bastante grandes é uma das mais facilmente reconhecíveis.

**Autotune-** filtro para programas de edição de áudio como o Pro Tools. O autotune serve para ajustar o tom do áudio e é usado para deixar os vocais dos cantores no tom exato da música evitando imperfeições da performance original; utilizado ao extremo, ele distorce a voz e deixa o som metalizado.

**Blending-** do inglês “mistura”, se refere a uma mistura homogênea, onde se tende a não perceber claramente as partes individuais de sua composição.

**Browser-** software feito para navegar a internet, abre os diferentes endereços de websites e possibilita outras funcionalidades no uso e navegação da web.

**Climax-** ponto culminante antes do desfecho de uma narrativa.

**Comunicação pós-massiva-** termo usado para diferenciar da chamada Comunicação de Massa; é caracterizado pela liberação do pólo emissor em relação ao modelo clássico de emissor/receptor e é auxiliada pelos meios eletrônicos e pela Internet.

**Copyright-** termo da legislatura inglesa e americana (dentre outras) que define a propriedade e direito de uso de uma obra intelectual.

**Crowdfunding-** do inglês, define um tipo de captação de verbas onde um projeto é colocado na rede pra levantar fundos e os usuários que contribuem se tornam sócios desse projeto tendo direito a possíveis lucros ou bônus e prêmios que são oferecidos previamente pela coordenação do projeto. O proponente explica seu projeto e estabelece uma verba para realizá-lo, os interessados se comprometem a

doar o quanto queiram ou possam. Se no tempo determinado o projeto consegue levantar a verba pedida ou mais, os contribuintes são debitados e o projeto recebe a verba; caso não atinja o valor estipulado, nenhuma pessoa tem a doação debitada e o projeto é engavetado. O precursor e maior website que coordena este tipo de projeto é o Kickstarter ([www.kickstarter.com](http://www.kickstarter.com)).

**Crowdsourcing-** do inglês, caracteriza um tipo de proposta de trabalho que é colocada na rede e usuários que se interessam podem fazê-la e subter seus trabalhos ao propositor. O trabalho escolhido é então contratado e pago a quem o fez.

**Cultura R/O (Read-Only)-** do inglês “ler-apenas”, termo cunhado pelo advogado e escritor Lawrence Lessig para definir um modo de acesso cultural baseado apenas na recepção de objetos culturais, delimitando um espaço onde as pessoas não podem usar os objetos culturais em circulação em outros contextos, não podendo reproduzi-los ou modificá-los. Este tipo de acesso cultural é, segundo o autor, o modo predominante na cultura moderna e se estabeleceu a partir do desenvolvimento de noções de propriedade intelectual e autoria.

**Cultura R/W (Read/Write)-** do inglês “ler/escrever”, termo cunhado pelo advogado e escritor Lawrence Lessig para definir um modo de acesso cultural baseado no uso e reuso de objetos culturais, delimitando um espaço onde as pessoas podem não só receber, mas também usar os objetos culturais em circulação em outros contextos, podendo reproduzi-los ou até modificá-los. Este tipo de acesso cultural é, segundo o autor, o modo predominante e mais comum ao longo da história e pré-história da cultura humana e só foi superado depois de conceitos mais modernos como a propriedade intelectual.

**Cut-up-** técnica de combinação aleatória de texto que é recortado e recombinado para formar um novo. A prática remonta ao movimento Dadaísta e aos anos 1920 mas foi popularizada nos anos 1950 e 1960 pelo escritor William S. Burroughs.

**Database-** base de dados, termo vindo da informática que engloba as coleções de arquivos digitais e de dados computacionais em geral.



**Delay-** do inglês “atraso”, termo usado para definir o retorno ou o tempo que o som produzido por uma fonte leva até ser amplificado por um alto-falante ou caixa acústica.

**DJ (Disc Jockey)-** termo usado para definir o profissional que, entre outras funções mais específicas, seleciona e toca discos realizando também as passagens entre as diferentes músicas de modo a tornar mais suave esta transição.

**DSLR (Digital Single-Lens Reflex)-** versão digital de uma tecnologia de câmeras fotográficas que utiliza um jogo de espelhos retrátil que reflete a imagem que entra pela objetiva da câmera, possibilitando ao fotógrafo a pré-visualização precisa da imagem e do campo de visão enquadrados, exatamente como serão capturados pelo negativo (ou pelo sensor no caso digital).

**Facebook-** maior rede social virtual da atualidade.

**Flashmob-** encontro de pessoas em um local público, organizado geralmente através de mídias sociais ou algum meio de comunicação eletrônico. As pessoas combinam um local e hora, se juntam por um breve momento e depois se dispersam. Muitas vezes não fazem nada além de se posicionarem parados no local constituindo um tipo de performance artística, se distanciando assim de manifestações políticas. O termo flashmob apareceu em 2003, cunhado pelo editor da Harper’s Magazine, Bill Wasic, depois que este tentou organizar o primeiro deles em Manhattan, New York.

**Fluxo bottom-up-** termo usado para definir um fluxo de informação não hierárquico, portanto onde a informação corre em qualquer direção com a mesma facilidade e onde é, portanto, possível o fluxo “de baixo para cima” ao qual o termo se refere. Equivalente ao termo em português “todos-todos”, usado em alguns estudos de Comunicação.

**Fluxo up-down-** termo usado para ilustrar o fluxo de informação hierárquico que parte de uma minoria dominante para uma maioria menos privilegiada, ou seja,

que vem de “cima pra baixo”. Equivalente ao termo em português “um-todos”, usado em alguns estudos de Comunicação.

**Footage-** do inglês, “filmagem”, se refere a todo o material produzido em uma filmagem, todos os planos filmados, portanto o material bruto, antes da edição.

**Hacker-** indivíduo que quebra a encriptação da programação de softwares ou outros objetos informacionais com diversos objetivos que vão desde a sabotagem, o roubo de informações até a liberação para o uso do público sem o pagamento de licenças, muitas vezes ainda acrescentando funcionalidades adicionais que o desenvolvedor original não ofereceu.

**Hip-Hop-** estilo de música norte-americano, nascido na cultura de rua, sobretudo dos negros do Bronx e Queens, bairros da cidade de Nova Iorque.

**Homevideos-** do inglês “vídeos caseiros”, usados para definir qualquer gravação de vídeo vernacular ou amadora e que não possa ser classificada como profissional pela sua proposta, seu objetivo ou padrão de qualidade.

**Insight-** do inglês, conotando percepção ou epifania.

**Link-** abreviação popular de hyper-link, especificação técnica de linguagem de programação para web HTML e XML, onde pode-se usar texto ou imagem como atalho não-linear para outra página da internet.

**Lip dub-** do inglês, “dublagem labial”, termo usado para definir dublagens de música pré-gravadas com a intenção de parecerem ser emitidas por quem apenas as dubla.

**Live-action-** termo usado para diferenciar filmagens com atores e pessoas reais de outras técnicas de produção de audiovisual como a animação ou a computação gráfica.

**Mailing list-** do inglês, lista de endereços eletrônicos de usuários que se inscrevem para receber informações sobre um determinado assunto, discussão, projeto, etc.

**Mainstream-** se refere à faixa dominante dos produtos da cultura de Massa.

**Mashup-** do inglês “mistura”, define o uso de vários elementos combinados para formar algo novo, em termos digitais é muitas vezes usado como sinônimo de remix.

**Meme-** a expressão "Meme de Internet" é utilizada para descrever um conceito que se espalha de forma viral através da Internet, se popularizando e sendo amplamente reproduzido e utilizado por vários indivíduos. Geralmente tem vida útil bem curta, desaparecendo e caindo em desuso tão rapidamente como apareceram.

**Mixagem-** processo de equalização e pós-produção de bandas sonoras em vários canais para dar saída ao som finalizado de uma gravação musical ou audiovisual.

**Music video-** do inglês “vídeo musical”, formato de obra audiovisual tipicamente realizada para promover uma canção comercial ou, mais abrangentemente, qualquer obra audiovisual que é construída e estruturada em cima de uma música pré-gravada.

**Network-** do inglês rede.

**Online-** que está no ambiente de rede.

**Outsider-** do inglês “de fora”, termo usado para definir indivíduos que não se encaixam nos padrões pré-concebidos ou esperados dentro de determinado grupo social.

**Plano-sequência-** termo usado no meio cinematográfico para definir um tipo de plano com movimentação de câmera que acompanha e cobre uma cena ou sequência inteira, em oposição ao uso mais convencional de vários planos

decupados que são reorganizados na edição dentro do espaço e tempo diegéticos do filme.

**Playback-** do inglês “reproduzir”, termo usado para definir a reprodução de uma obra pré-gravada, geralmente fazendo pano de fundo para uma performance ao vivo.

**Pitch-** termo do meio musical que indica o tom de uma gravação e pode ser manipulado digitalmente.

**Plot-** trama central de uma narrativa.

**Plug-in-** espécie de acessório virtual que funciona para adicionar funcionalidades ou customizações extras a programas pré-existentes.

**Rap-** estilo de música de origem norte-americana onde os artistas declamam versos de forma rápida, mas falada e não cantada, assim como os repentes na cultura musical brasileira.

**Remix-** combinar ou editar material existente para produzir algo novo.

**Rock-a-billy-** estilo retrô de roqueiros que emulam o visual e reverenciam bandas e artistas das décadas de 1950 e 1960.

**Sampler-** os samplers são aparelhos musicais eletrônicos semelhantes aos sintetizadores, mas ao invés de gerarem sons, eles são carregados de gravações- ou samples, do inglês ‘amostras’- que são usadas para compor novas canções.

**Scratch-** do inglês “arranhar”, define uma prática realizada por DJs que consiste em girar com as mãos o prato onde o disco toca, indo para frente e para traz e, com isso, produzindo um efeito peculiar no som.

**Skyline-** termo usado para definir a silhueta das edificações de uma cidade na linha do horizonte.

**Smartmob-** versão institucionalizada e geralmente com intento publicitário e comercial do tipo de sociabilidade conhecida como Flashmob.

**Software-** termo da informática usado para definir os comandos de programação e ação binários que efetivamente são os programas executados nos computadores

**Storyline-** termo usado para definir “em poucas linhas” a essência de um enredo narrativo, não deve ser confundido com sinopse, esta é mais extensa e detalhada dentro das práticas de mercado de estruturação de um roteiro audiovisual.

**Template-** do inglês, modelo ou estrutura formal.

**Trailer-** formato audiovisual usado para promover e anunciar um filme.

**Twitter-** website que funciona como um mini-blog, onde os usuários podem postar blocos de texto e links em até 140 caracteres.

**Videoclipe-** o termo, do inglês *videoclip*, quer dizer literalmente “pedaço de um vídeo” e é usado para definir desde uma seleção de uma obra audiovisual até um plano bruto gravado na câmera, ou seja, qualquer amostra audiovisual. No Brasil este termo é usado especificamente para definir vídeos feitos para música (*music videos*).

**Voicecoder** - filtro para programas de edição de áudio como o Pro Tools. É usado para dar um efeito sintético, tirando a naturalidade do som da voz humana, fazendo o som parecer ser gerado por uma máquina ou robô.

## **ANEXO II - Lista de vídeos pesquisados do caso *Brat Pack/Lisztomania***

Segue uma compilação de vídeos que identificamos, até o presente momento, no fluxo que observamos do caso *Brat Pack/Lisztomania*:

### *Mashup Brat Pack/Lisztomania*

Originalmente postado por *avoidantconsumer* e atualmente disponibilizado nos seguintes endereços:

<http://www.youtube.com/watch?v=HFOEkwk4LyU>

<http://www.youtube.com/watch?v=XtE-xnPKj28>

### *Remix do Brooklyn*

Primeiro Remix derivado do *mashup*

<http://www.youtube.com/watch?v=U1ywFh2AZLg>

### *Remix de San Francisco*

Primeiro Remix que propõe expressamente a ideia de comunidade

<http://www.youtube.com/watch?v=GCzr7P5gqSI>

<http://vimeo.com/18437069>

### *Remix de Manila/Filipinas*

<http://www.youtube.com/watch?v=e5gWpYuHrog>

### *Remix de Winnipeg/Canadá*

<http://www.youtube.com/watch?v=PK6Ao8W7prA>

### *Remix de Amsterdam/Holanda*

<http://www.youtube.com/watch?v=pLMCd-udRvg>

### *Remix de Paris/França (loja Lush)*

<http://www.youtube.com/watch?v=ISs03VjvQi8>

### *Remix do Rio de Janeiro/Brasil*

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

*Remix de Belo Horizonte/Brasil*

<http://www.youtube.com/watch?v=iM2JbAszmec>

*Remix de Michigan/EUA*

<http://www.youtube.com/watch?v=2MFC0xageYo>

*Remix de Long Island/NY/EUA*

<http://www.youtube.com/watch?v=4Z-b1ZZgL6o>

*Remix de Boston University/EUA*

<http://www.youtube.com/watch?v=Qj2Xald7NYQ>

*Remix de Riga/Latvia*

<http://www.youtube.com/watch?v=kmV3wUJ3rtg>

*Remix de Israel*

<http://www.youtube.com/watch?v=7Hwe-Pt7Fe0>

*Remix de Curitiba/Brasil*

<http://www.youtube.com/watch?v=QLYyc45YI7Y>

*Remix de Versailles/France*

<http://www.youtube.com/watch?v=yYw24wClcrU>

*Remix de Londres/Inglaterra*

[http://www.youtube.com/watch?v=G1T\\_Y35IMo4](http://www.youtube.com/watch?v=G1T_Y35IMo4)

*Remix de Boca Lago/FL/EUA*

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

**ANEXO III - DVD Play it Again, Sam: um fluxo de Remix offline**

Conteúdo:

**TRIBUTOS DE FÃ**

Jennifer Aniston  
Lost  
Vamps of the 20's  
Woody Allen

**APROPRIAÇÃO DE PERSONAGENS**

Chad Vader: Day Shift Manager  
YouTube Movie Trailer

**DUBLAGEM**

Vale Tudo, Fia! parte 3  
Numa, Numa

**AMV**

One More Time (Daft Punk)  
Final Fantasy  
Superman  
Mahna, Mahna

**MASHUP**

Mommie Dearest X Evil Dead  
Jaws X Godzilla

**TRAILER RECUT**

Brokeback to the Future  
Matrix/Fight club  
Shining  
Peter Pó  
Mary Poppins  
Goonies of Caribbean

**POLÍTICO**

Weslian Roriz  
Tony Blair & George Bush  
Lula  
Maluf  
Roubolation

**MEME e META REMIX**

Ruth Lemos: sanduíche  
Ruth Lemos: sanduíche legendado  
The Machine is US/ing US  
Re-Web 2.0



## LIP DUB

Flagpole Sitta Lip Dub  
I Gotta Feeling  
Hey Soul Sister  
Descobridor dos Sete Mares

## SMART MOB

VTM- Sound of Music  
Oprah- I Gotta Feeling

## PROJETOS REMIX

Life in Day- trailer  
Hibi No Nero

## ESTUDO DE CASO: Brat Pack/Lisztomania

Mashup do avoidantconsumer  
Brooklyn  
San Francisco  
Manila (Filipinas)  
Amsterdam  
Winnipeg  
Paris (loja da Lush)  
Boca Lago