

REFERÊNCIAS

- DONNELLY, Kevin. *The spectre of sound: music in film and television*. London: British Film Institute Publishing, 2005.
- EARLMANN, Veit. *Hearing cultures. Essays on sound, listening and modernity*. New York: Berg publishers, 2005.
- EISENSTEIN, Sergei. *O sentido do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*. Tradução Susana Alexandria. – 2a ed. – São Paulo: Aleph, 2009.
- LÉVI, Pierre. *Inteligência coletiva. Por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Edições Loyola, 2007.
- SAID, Edward. *Representações do intelectual*. São Paulo: Companhia das letras, 2005.
- SELFE, Cynthia L. The Movement of Air, the Breath of Meaning: Aurality and Multimodal Composing. In: *College Composition and Communication*, Urbana, Illinois: 60(4): 611-663, 2009.
- STERNE, Jonathan. *The audible past. Cultural origins of sound reproduction*. USA: Duke University Press, 2005.

O USO DE MÚLTIPLAS PLATAFORMAS MIDIÁTICAS PARA A CONSTRUÇÃO DE PROJETOS COLABORATIVOS: uma análise do caso hitRECORD.

Natalia Coimbra de Sá

Introdução

O presente artigo busca discutir o papel que o ator, produtor e diretor americano Joseph Gordon-Levitt, criador do projeto hitRECORD, desempenha nas mídias sociais como moderador de uma comunidade que surgiu ao redor de um projeto pessoal paralelo à sua carreira na indústria do cinema. A análise aqui apresentada é baseada em entrevistas gravadas ou publicadas por diversos jornalistas e canais de mídia e coletadas através da internet¹. Nestas, ele pesso-

1. As entrevistas consultadas, no decorrer do texto, aparecem citadas pelo nome da publicação e jornalista responsável. Todas foram acessadas *online* entre agosto e dezembro de 2011. Elas incluem: USA Today - "Shorts: Joseph Gordon-Levitt's Sparks" por Anthony Breznican em 24/01/2009. Disponível em: <<http://content.usatoday.com/communities/livefrom/post/2009/01/61858844/1>>. Wired - "Joseph Gordon-Levitt Feels Like a Natural Woman" por Scott Thill em 18/08/2010. Disponível em: <<http://www.wired.com/underwire/2010/08/joseph-gordon-levitt-hitrecord>>. Time Magazine - "Profiling Joseph Gordon-Levitt: The Crowd-Sourced Version" por Joel Stein em 18/09/2011. Disponível em: <<http://www.time.com/time/arts/article/0,8599,2093273,00.html#ixzz1h87XAW8j>>. BlackBook Magazine - "Introducing the Many Faces of Joseph-Gordon-Levitt" por Nick Haramis em 20/09/2011. Disponível em: <<http://www.blackbookmag.com/movies/introducing-the-many-faces-of-joseph-gordon-levitt-1.24711>>. KROQ Radio - "Joseph Gordon-Levitt's HitRECORD Comes To The Orpheum" por Casey (Equipe de Redação) em 05/10/2011. Disponível em: <<http://kroq.radio.com/2011/10/05/joseph-gordon-levitts-hitrecord-comes-to-the-orpheum>>. The New York Times Style Magazine - "The Author as Your Average Joe" por Stephen Heyman em 28/11/2011. Disponível em: <<http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2011/11/28/the-author-as-your-average-joe>>. Los Angeles Times - "Interview: Joseph Gordon-Levitt on *The Tiny Book of Tiny Stories*" por Yvonne Villarreal em 05/12/2011. Disponível em: <<http://latimesblogs.latimes.com/>>

almente discute suas opiniões sobre privacidade e imagem pública, propriedade intelectual e seu impacto nas artes de forma geral, e também sobre a própria produtora/comunidade colaborativa. Além disso, foram analisados registros de textos, áudios e vídeos divulgados pelo seu perfil virtual “Regular Joe” no *site* da hitRECORD e informações postadas nas suas páginas do YouTube, Facebook, Twitter e Tumblr. A pesquisa consistiu em acompanhamento desses canais de mídia, redes sociais e comunidades *online* no período de agosto de 2011 a janeiro de 2012.

O texto está dividido em três seções principais que buscam demonstrar a importância da estratégia de Joseph Gordon-Levitt como a razão principal pela aglutinação de tantas pessoas ao redor de um projeto bastante público, mas, simultaneamente, muito pessoal. Na primeira parte, é apresentado um breve contexto sobre a hitRECORD e como esse híbrido de *website*, comunidade e produtora tem funcionado *online* desde a sua criação, em 2005, até janeiro de 2012. Na segunda parte, são discutidos os eventos e espetáculos ao vivo promovidos pela hitRECORD e como essas performances foram fundamentais para criar um novo *momentum* que possibilitou levar o empreendimento a maior nível de reconhecimento público. Também são analisadas as principais produções lançadas pela hitRECORD nesse período e como suas estratégias inicialmente independentes e alternativas estão sendo negociadas com agentes tradicionais do mercado do entretenimento, sem perder de vista os benefícios coletivos para a manutenção da ideia de comunidade. Por fim, é discutido que, apesar de que nem todas as experiências que as pessoas buscam ao se unirem à hitRECORD são exclusivamente motivadas pela figura carismática e socialmente mediada de “Regular Joe”, a construção do seu perfil midiático e dedicação pessoal ao projeto contribui de forma decisiva para o seu sucesso.

A construção da hitRECORD: ou como desenvolver uma produtora cultural a partir de uma comunidade *online* colaborativa?

O projeto hitRECORD começou como uma ideia dos irmãos Joseph e Dan Gordon-Levitt. Desde 2004, Joseph adotou como lema a frase “*to hit the record button*” (apertar o botão de gravação) como inspiração pessoal para

jacketcopy/2011/12/interview-joseph-gordon-levitt-on-the-tiny-book-of-tiny-stories.html.

criar de forma despreziosa vídeos, músicas e textos. Ao mesmo tempo, essas criações se tornavam registros (*records*) que ele decidiu começar a divulgar para o mundo em 2005. Naquela época, Dan (1974-2010), o irmão mais velho de Joseph, o ajudou a desenvolver a primeira versão do *website* hitrecord.org. Alguns anos mais tarde, em 2007, eles adicionaram um fórum ao *site*, de forma que outras pessoas também pudessem enviar comentários e postar seus próprios registros e criações *online*. De acordo com Joseph, aquele foi o momento em que ele percebeu que possuía ali uma plataforma colaborativa positiva. Conforme conta na história em quadrinhos “An Illustrated History of HITRECORD” disponível em seu produto multimídia *RECollection Vol. 1*: “Para a minha surpresa, as pessoas eram legais! Em pouco tempo, nosso quadro de mensagens estava abrigando centenas de humildes colaborações” (HITRECORD.ORG, 2011, não paginado, tradução nossa).

Uma comunidade colaborativa crescente de artistas amadores e semi-profissionais começou a se formar ao redor do seu projeto pessoal. Como observador externo, é possível detectar diversas razões para que isso acontecesse. A ideia por trás da hitRECORD consistia principalmente em compartilhar variadas criações artísticas de pessoas de todo o mundo que não eram necessariamente artistas profissionais – e que incluíam trabalhos em desenvolvimento – e a crença de que, a partir da combinação desses “registros”, seria possível criar coletivamente algo que fosse mais belo, significativo e mais profissional do que as partes originais separadamente.

Essa não é uma ideia nova. Muitos autores têm discutido a questão através de várias perspectivas e como ela tem mudado a forma como a sociedade contemporânea produz conhecimento, informação, arte, entretenimento e cultura dentro de um novo contexto sociocultural, tecnológico e econômico. Pierre Lévy e seus estudos sobre inteligência coletiva (1999); Jeff Howe (2008) e suas explicações sobre o fenômeno do desenvolvimento coletivo de projetos, popularmente conhecido como *crowdsourcing*; as discussões de Lawrence Lessig (2008) sobre a cultura *remix*; os escritos de Henry Jenkins (2006a) sobre cultura participatória na era da convergência; e, mais recentemente, a análise de Aram Sinnreich (2010) sobre cultura configurável são apenas alguns exemplos da crescente produção acadêmica que tem se dedicado a esses temas.

Levando em consideração as discussões atuais sobre difusão na era digital (JENKINS; LI; KRAUSKOPT; GREEN, 2009), os próximos passos para a hitRECORD seriam entender como a comunidade vinha trabalhando e melho-

rar alguns dos seus aspectos tecnológicos para que os processos continuassem fluindo. “Nós queríamos codificar nossa crescente comunidade e facilitar formalmente o processo de criação coletiva da hitRECORD. Então [...] lançamos um novo *website* que Dan e eu criamos do zero” (HITRECORD.ORG, 2011, não paginado, tradução nossa). Isso aconteceu em janeiro de 2009 durante o Festival de Cinema de Sundance, nos Estados Unidos, quando Joseph, Dan e alguns colaboradores estavam realizando a estreia de “Sparks” (*Sparks*, 2009), um curta-metragem de 23 minutos adaptado do conto homônimo de Elmore Leonard, dirigido e produzido por Joseph Gordon-Levitt e estrelado por Carla Gugino e Eric Stoltz. Nesse mesmo ano, seu projeto paralelo hitRECORD recebeu a primeira cobertura da mídia tradicional² (<http://hitrecord.org/records/10640>).

A estratégia de utilizar sua carreira de ator e conexões em Hollywood como uma plataforma para, simultaneamente, promover a hitRECORD tem sido utilizada por Gordon-Levitt desde então, mesmo enquanto o projeto não se tratava ainda de uma produtora formalmente constituída. Como citado, ele usou sua estreia como diretor para lançar um novo *website*, o que foi uma ferramenta fundamental para que a comunidade pudesse continuar se desenvolvendo. Como a maioria das atividades da hitRECORD acontecem *online* – e a comunicação dos colaboradores, entre eles e com “Regular Joe”, é elemento chave para que os trabalhos sejam produzidos – a qualidade do *site* deve ser uma das prioridades.

No entanto, apesar de ser quase impossível pensar em *crowdsourcing* atualmente sem a mediação da internet, essas experiências só podem ser apenas parcialmente analisadas por essa perspectiva. Sua essência – se é que existe uma – não é apenas tecnológica (HOWE, 2008). Para além da democratização da tecnologia e dos novos canais de mídia alternativos, incluindo a popularização das redes sociais – que obviamente não ocorrem de maneira simultânea em todo o planeta – comunidades que incentivam criações coletivas são baseadas em outras importantes tendências que atualmente são consideradas valiosas em nossa sociedade: o crescimento do protagonismo amador; o interesse da opinião pública em questões como *software* livre e iniciativas em código aberto (*open source*); o desejo de obter resultados de forma mais rápida, barata e sustentável.

2. Filmmaker Magazine. “Collaborators required” por Jason Guerrasio em abril de 2009. <<http://www.filmmakermagazine.com/issues/spring2009/hitrecord.php>>

Além disso, algumas características pessoais são observadas em ambientes onde se desenvolvem projetos colaborativos, principalmente *online*: desejo de resolver tarefas e problemas em pouco tempo; sentir-se confortável com processos decisórios descentralizados; o desejo de fazer parte de algo maior que é tido como mais significativo, mas não necessariamente valorizado em termos monetários; ser considerado e valorizado pelos pares que compartilham os mesmos interesses.

Durante uma entrevista gravada com o jornalista Joel Stein da Time Magazine e postada no *site* hitRECORD como fonte para um projeto colaborativo (The Regularity #45, 31/08/2011, <http://www.hitrecord.org/records/489592>), Joseph tentou responder à pergunta sobre o perfil da comunidade hitRECORD.

Eles tendem a ser pessoas criativas. Eles normalmente possuem câmeras. Eles não querem apenas ficar lá, sentados. Eles querem vir e ser parte de algo. [...] Há pessoas de todas as idades, com certeza. Mas eu definitivamente diria que [...] as pessoas mais jovens estão mais acostumadas a usar seus computadores para coisas desse tipo (tradução nossa).

Durante quatro meses, foram consultados arquivos postados no *site* hitRECORD, vídeos e textos sobre tudo o que foi possível obter de informações oficiais e divulgadas pela mídia sobre o projeto. Também foram analisados dois de seus lançamentos mais recentes: *The Tiny Book of Tiny Stories* (2010) e *RECollection Volume 1, 2010-2011* (2011). Após realização da pesquisa, se tornou notável que a iniciativa não se trata apenas de um modismo *online* de adolescentes, como alguns poderiam apressadamente julgar. O nível de organização do banco de dados e o número de registros postados, utilizados como fontes para outros trabalhos e remixados, é impressionante. Por exemplo: quando o *RECollection Vol. 1* foi lançado (entre agosto e setembro de 2011), o projeto multimídia contava com 1.201 contribuições dos 202.836 registros armazenados no *site* hitrecord.org. Em 21 de dezembro de 2011, eles já somavam 582.971 registros (entre áudios, vídeos, imagens e textos) disponíveis *online*, o que mostra um crescimento exponencial em poucos meses.

E, além disso, também há uma grande preocupação com a qualidade dos trabalhos que são divulgados. Enquanto a comunidade *online* é o local para experimentar, Gordon-Levitt usa seu conhecimento de mercado como curador para selecionar o que vale a pena dedicar seus esforços profissionais e transformar em produções lucrativas a serem lançadas comercialmente. Durante esse

processo, ele é basicamente ajudado pelos membros mais dedicados da comunidade, que tomam tempo não apenas para trabalhar nas colaborações em si, mas também para avaliar e recomendar tudo o que está sendo postado na plataforma hitRECORD. Esse processo coletivo é o que torna possível para “Regular Joe” identificar a maior parte dos trabalhos que realmente têm potencial entre os que estão sendo colocados no *site*. Isso porque, apesar de que todos são bem vindos para participar do projeto e contribuir, nem tudo está em um nível de qualidade considerado aceitável pelo mercado.

Socialmente, a comunidade *online* é organizada quase que organicamente, uma vez que é administrada por um pequeno time, além de Joseph e seu pai Dennis Levitt que é o diretor financeiro. Até o início de 2012, a equipe era formada apenas por Marke Johnson (diretor de criação), Jared Geller (produtor), Christina Gardner (gerente da loja *online*) e Gregory Abraham (editor). Isso revela porque há uma preocupação crescente em melhorar o *website* com atualizações técnicas e mecanismos para facilitar a vida do usuário. Os frequentadores podem navegar na base de dados por categorias básicas: registros (*Featured Records*) ou colaborações (*Featured Collaborations*). As buscas podem ser refinadas em tipos específicos de registros: vídeo, imagem, áudio, texto, álbum, colaborações, pessoas e todos. A plataforma também permite visualizações por postagens recentes, número de acessos, número de recomendações (que são feitas atribuindo corações) e a taxa percentual de corações recebidos. Ou ainda, alternativamente, pelos registros mais recomendados, mais utilizados como fonte ou mais recentes.

Em 2010, “após mais um ano de intenso planejamento com Jared, design detalhado com Marke e infinitas negociações com ‘a economia’ e ‘as leis’ – hitRECORD estava pronta para se tornar uma produtora profissional e de pleno direito” (HITRECORD.ORG, 2011, não paginado, tradução nossa). Para que fosse possível transformar uma comunidade *online* que tinha sido fundada em valores como colaboração, produção coletiva e remixagem em uma companhia lucrativa e que pudesse trabalhar em um mercado tradicional como é o caso da indústria cultural americana – com suas rigorosas leis de propriedade intelectual e direito de autor – a equipe da hitRECORD desenvolveu de forma cuidadosa alguns documentos básicos que estão divulgados no *website* e com os quais os usuários devem concordar ao realizar seu cadastro. Estes consistem em Termos de Serviço, Acordo de Política de Privacidade e também regras para as Produções com Fins Monetários. Este último explica que, após uma produção pagar seus próprios custos, os lucros são divididos em 50% entre a companhia

e todos os artistas que contribuíram (segundo termo constante na Planilha de Lucro para Artistas Colaboradores). Além disso, também é disponibilizada uma seção de Ajuda, onde os usuários podem encontrar a seção de Suporte e Perguntas Mais Frequentes.

Até o final de 2011, a hitRECORD havia lançado curtas-metragens, livros com bônus CD, DVD e vinil, e realizado turnês pela América do Norte e Europa. Certas iniciativas podem ser consideradas como independentes, enquanto outras contaram com parcerias de estúdios de cinema e editoras de livros. Algumas dessas questões particulares serão detalhadas nas seções seguintes, uma vez que são importantes para explicar porque as conquistas alcançadas nos últimos cinco anos estão diretamente relacionadas com os esforços pessoais de Joseph Gordon-Levitt em transformar seu projeto pessoal inicialmente amador em algo que atualmente está equiparado em projeção à sua carreira cinematográfica. Como destacou durante entrevista à Time Magazine, anteriormente mencionada, atualmente ele sente que ambas as carreiras possuem a mesma importância e que foi sua intenção fazer com que as coisas chegassem a esse ponto: “São equivalentes para mim. Elas funcionam em paralelo agora. E, para mim, minha carreira de ator tem muito a ver com a hitRECORD agora, para ser honesto” (tradução nossa).

Nas seções seguintes, será apresentada uma análise de como ele faz a mediação de sua pessoa pública através de perfis nas mídias sociais e utiliza uma estratégia interessante – ao se aproveitar de suas obrigações de ator em Hollywood durante campanhas de divulgação de filmes, participações em eventos e programas de TV, nos tapetes vermelhos, entre outros – para promover a hitRECORD. A habilidade que tem demonstrado ao conciliar seu tempo de exposição e sua atenção profissional entre a carreira no *mainstream* e seu projeto pessoal paralelo é chave para o crescimento da hitRECORD nos últimos cinco anos.

Dito isso, não está no escopo desse artigo apresentar a interessante dinâmica social presente no ambiente virtual da comunidade hitRECORD. O foco está em duas situações específicas que o criador destacou nos seus perfis sociais durante o período da pesquisa: as apresentações ao vivo e a cobertura da imprensa sobre os projetos que foram lançados em 2011. Os dados foram coletados a partir de informações públicas disponibilizadas na internet e na mídia tradicional pelo próprio Gordon-Levitt.

A expansão da hitRECORD: da internet aos festivais, teatros, livrarias e televisão

Vale argumentar que existem três tipos de experiências importantes, diferentes e, ainda assim, complementares, que até o momento a comunidade de *hitrecorders* – como eles se autodenominam – tem investido e que Joseph Gordon-Levitt tem conseguido estimular com sucesso como diretor da hitRECORD. Em primeiro lugar, há o senso de comunidade previamente mencionado. Isso é fundamental, como Howe (2008) explica: todas as bem sucedidas experiências de *crowdsourcing* são baseadas em um profundo comprometimento com a comunidade. As pessoas querem sentir que também são donas das criações; e são capazes de entender quando estão sendo usadas ou exploradas. Nesse contexto, é importante compreender que a empresa é apenas um membro da comunidade, uma parte dela, e não a sua razão de existir.

Em segundo lugar, há a noção de viabilizar oportunidades para as pessoas exercitarem sua vontade de ter um papel ativo no contexto da mídia da convergência. E, por fim, há a possibilidade de se tornar parte de produções artísticas, culturais e de entretenimento que estão sendo feitas através de um novo tipo de processo de desenvolvimento. Essas experiências podem ser relacionadas a três conceitos principais: cultura participatória, convergência midiática e inteligência coletiva. Esses são elementos chave que, combinados, sustentam o sucesso da proposta da hitRECORD. E isso não seria possível fora do contexto atual que nos permite o uso de múltiplas plataformas midiáticas e que nos apresenta o desafio possível de interconectar os diversos tipos de criação – escrita, audiovisual, musical etc. – de forma coletiva, colaborativa e em grande velocidade.

Muito do que é observado ao analisar as ideias por trás da hitRECORD, tanto como uma comunidade *online* como quanto uma produtora cultural, está baseado em alguns dos debates teóricos recentes do campo dos estudos culturais e de mídia. É possível identificar nas entrevistas momentos em que as afirmações de Gordon-Levitt sobre o projeto poderiam se referir às ideias de Pierre Lévy sobre inteligência coletiva como sendo: “uma forma de inteligência distribuída universalmente, em constante evolução, coordenada em tempo real, e resultando na efetiva mobilização de habilidades” (LÉVY, 1999, p. 13, tradução nossa). E, de fato, em suas convocações para colaborações postadas no *hitrecord.org*, é comum que Joseph admita que, apesar do prazo ser apertado, ele sabe que os *hitrecorders* trabalham muito rápido quando um novo pro-

jeto é proposto. Pode-se tomar essa observação como uma comparação direta aos calendários de pré-produção, desenvolvimento e pós-produção mais longos que esses tipos de projetos precisam para serem concluídos em processos mais tradicionais de mercado.

É possível, ainda, acrescentar a esse cenário outra característica que Lévy (1999, p. 14) considera importante: que “a base e o objetivo da inteligência coletiva é o reconhecimento mútuo e o enriquecimento dos indivíduos, em vez do culto às comunidades fetichizadas ou hipoestáticas” (tradução nossa). Por essa razão é fundamental para o sucesso de qualquer tipo de comunidade de produções colaborativas que os membros se sintam como o seu mais valioso elemento, especialmente se essa comunidade estiver atuando como uma empresa aberta e que depende desse tipo de participação.

Observa-se um exemplo de como essa situação tem sido discutida publicamente por Gordon-Levitt na entrevista que ele concedeu a Yvonne Villarreal do Jacket Copy Blog, do jornal Los Angeles Times, quando foi publicado o livro *The Tiny Book of Tiny Stories Volume 1* (It Books/HarperCollins, 2011):

Esse livro foi criado de uma forma bastante não convencional. Eu não diria que sou o autor. Eu normalmente me autodenomino diretor [...]. Mas há dezenas de autores ligados a ele. Esse livro é o resultado de colaborações nas quais participaram mais de 8.000 pessoas. E eu estava dirigindo isso. Eu editei muitos dos contos e fui o curador – com a ajuda de muitos outros – desse livro. Mas certamente não fui só eu escrevendo e ilustrando. [...] A colaboração “Tiny Stories” [Contos minúsculos] começou em 2010 com um artista chamado Wirrow, que é um anônimo virtuoso que mora no Reino Unido. [...] Eu gostei tanto da ideia que resolvi destacá-la [no *hitRECORD.org*]. Eu comecei a participar e então milhares de outros começaram a escrever contos, e todos começaram a construir a partir dos trabalhos dos demais – eles desenharam imagens inspiradas pelos contos, ou editaram os contos, ou escreveram um conto inspirado por alguma ilustração. Todos estavam remixando os trabalhos dos demais (tradução nossa).

Outra questão que influencia tanto os ideais quanto a operacionalização da hitRECORD é a preocupação em fazer com que a empresa e suas produções sejam comercialmente viáveis e legais, mesmo mantendo o desejo de Gordon-Levitt de que a plataforma continue sendo aberta e colaborativa. Ele aborda

esse assunto em muitas de suas entrevistas como, por exemplo, quando conversou com Stephen Heyman da revista *The New York Times Style Magazine*: “Nós [em geral] colocamos um prêmio para aquilo que chamamos de ‘originalidade’. Mas isso é uma ilusão e, mais do que tudo, só serve para os empresários que fazem dinheiro com os direitos da propriedade intelectual” (tradução nossa).

Além disso, é comum que durante suas apresentações ao vivo o evento seja aberto com um convite ao público para ligar todos os seus equipamentos de gravação e que depois postem o material gravado no *website* para que os outros possam editar e remixar. Toda a prosa e poesia que é lida durante o *show*, as músicas que são apresentadas e os vídeos projetados podem e devem ser registrados. A única exceção é quando ele toca ou canta canções de outros artistas. Então, em tom de brincadeira, lembra aos presentes que não podem colocar essas gravações no *site* da *hitRECORD* mas, se desejarem, poderão colocar em outros *sites* na internet. Inevitavelmente, a maioria desses *covers* acaba sendo postada no YouTube, como suas versões de “Bad Romance” da Lady Gaga, “Lithium” do Nirvana ou “La Valse à Mille Temps” de Jacques Brel³.

Muitas das questões discutidas pelos trabalhos de Lawrence Lessig – especialmente em *Free Culture* (2004) e *Remix* (2008) – parecem ressoar nas falas de Gordon-Levitt sobre criação e criatividade, propriedade intelectual e regulação de direitos autorais. Quando perguntado se ficava surpreso com o fato de que tantas pessoas estão abertas à ideia de colaboração, ele declarou na entrevista já citada ao jornal *LA Times*:

Não me surpreende porque, na verdade, eu acho que essa é a forma mais natural das coisas. Que os seres humanos são instintivamente comunais com sua criatividade. Eu acho que é por isso que parece natural para nós remixar as coisas, e isso é ilegal hoje em dia porque as leis são mantidas para proteger modelos de negócios ultrapassados do século XX (tradução nossa).

Ele se refere a Lessig de forma direta em algumas de suas entrevistas, incluindo uma palestra que ministrou na Faculdade de Direito da Universidade

3. Vídeos disponíveis online: “Joseph Gordon-Levitt singing Bad Romance (SitC)” <<http://www.youtube.com/watch?v=x6zMwGkY7z4>>; “Joseph Gordon-Levitt - Lithium (Nirvana Cover)” <<http://www.youtube.com/watch?v=u-dGX9DQXAs>>; “Joseph Gordon-Levitt singing La Valse à Mille Temps (SitC)” <<http://www.youtube.com/watch?v=3otUIQ4wvLY>>.

de Stanford⁴. Além disso, no livro contido no projeto multimídia *RECollection Vol. 1*, incluiu uma citação da artista sul-africana Candice Breitz que está presente em um livro do autor (LESSIG, 2008, p. 7) e que ele também mencionou durante sua entrevista com Joel Stein:

Na cultura africana e em outras culturais orais, é dessa forma que a cultura tradicionalmente funciona. Na ausência da cultura escrita, histórias e histórias eram compartilhadas comunitariamente entre os apresentadores e suas audiências, abrindo possibilidades para uma versão após a outra, cada nova versão ultrapassando a anterior, à medida em que incorporavam as contribuições e opiniões do público; cada nova versão trazia novas camadas com detalhes e reviravoltas, pois vinha influenciada pelo coletivo. Isso não era visto como cópia ou roubo ou violação de propriedade intelectual, mas aceito como a forma natural pela qual a cultura evolui e se desenvolve e segue adiante. À medida em que cada nova camada de interpretação era pintada na história ou na canção, ela se via enriquecida, e não esgotada, por aquelas camadas (tradução nossa).

Nota-se também que a maioria dos esforços feitos por Joseph estão direcionados para uma perspectiva da convergência “onde a antiga e a nova mídia colidem, onde a mídia das bases e a corporativa se interceptam e onde o poder do produtor midiático e do consumidor midiático interagem de formas imprevisíveis”, como Jenkins (2006a, p. 2, tradução nossa) apresenta em seu livro que trata da relação entre convergência de mídia, cultura participatória e inteligência coletiva. Esses conceitos – sejam de maneira conscientemente planejada ou não – claramente estão por trás da criação e desenvolvimento da *hitRECORD*.

Por convergência, quero dizer o fluxo de conteúdo através de múltiplas plataformas, a cooperação entre múltiplas indústrias de mídia, e o comportamento migratório das audiências midiáticas que vão praticamente para qualquer lugar em busca das experiências de entretenimento que elas querem. [...] O termo cultura participatória contrasta com noções

4. Palestra disponível online: “Copyright, Remix and the Art of Collaborative Media: A conversation with Joseph Gordon-Levitt and Anthony Falzone” no Stanford Center for Internet and Society (vídeo): <<http://www.youtube.com/watch?v=Wy07Iotl0Sg>>.

antigas e passivas de espectadores. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia ocupando papéis separados, nós devemos agora vê-los como participantes que interagem uns com os outros de acordo com um novo conjunto de regras que nenhum de nós compreende completamente (JENKINS, 2006a, p. 2-3, tradução nossa).

Algo importante a considerar é que a hitRECORD está de acordo com quase todos esses requisitos e é exatamente por isso que tem crescido de forma tão rápida. Trata-se de um projeto que atrai potencialmente diferentes tipos de fãs da indústria do entretenimento que, após assistir a um filme, buscam na internet por mais informação sobre as pessoas envolvidas no mesmo. E, nesse sentido, as escolhas profissionais de Gordon-Levitt estão a seu favor.

Ele iniciou sua carreira de ator aos seis anos e, enquanto ainda era um adolescente, estreou um seriado de comédia na rede de TV americana NBC chamado “Uma Família de Outro Mundo” (3rd *Rock from the Sun*, 1996-2001) e que, até hoje, conta com reprises na TV a cabo em todo o mundo. A partir de então, construiu uma sólida e diversificada carreira no cinema. Fez parte de projetos de variados gêneros cinematográficos, direcionados a diversos públicos e com todos os tipos de orçamento: de filmes pequenos, alternativos e independentes a grandes sucessos do tipo *blockbusters*. Sua filmografia inclui trabalhos considerados *cult* como “Maníaco” (*Manic*, 2001), “Mistérios da Carne” (*Mysterious Skin*, 2004), “A Ponta de um Crime” (*Brick*, 2005), “O Vigia” (*The Lookout*, 2007) e “Hesher” (*Hesher*, 2010); os indicados ao Globo de Ouro, “500 Dias Com Ela” (*500 Days of Summer*, 2009) e “50%” (*50/50*, 2011). E também fez parte do elenco de grandes sucessos de bilheteria e crítica como “A Origem” (*Inception*, 2010) e do mais recente filme da trilogia “Batman – O Cavaleiro das Trevas Ressurge” (*The Dark Knight Rises*, 2012), ambos do diretor Christopher Nolan.

Em sua conversa com Joel Stein da Time Magazine, Joseph destacou o fato de que ele está ciente do potencial que tem em mãos para desenvolver seu projeto paralelo devido à sua carreira cinematográfica:

Bem, quando [o filme] A Origem foi lançado, a qualidade dos trabalhos artísticos na hitRECORD passou por esse aumento notável e nunca mais retrocedeu. Cresceu e ficou lá. É por isso que cronometramos o lançamento da RECollection para ser simultâneo à estreia do [filme] 50%. [...] E eu sei [...] que você estava querendo escrever uma matéria sobre mim

e a hitRECORD há algum tempo. Mas provavelmente a razão pela qual seus editores finalmente autorizaram é porque 50% está sendo lançado (tradução nossa).

A maior parte do que normalmente é escrito sobre o ator destaca o fato de que ele não está interessado no seu *status* de celebridade. Na verdade, muitas vezes ele declarou isso em entrevistas⁵. Mas, uma vez que há certas consequências que não são possíveis de ser evitadas quando um ator está envolvido em filmes de grande escala, ele decidiu usar seu espaço sob os holofotes para promover não apenas suas crenças pessoais⁶, mas transformá-lo em momentos que possam resultar em benefícios mais subjetivos e em oportunidades para outros talentos. Quando questionado por Stephen Heyman, da NYT Magazine, se ele precisava contar com sua celebridade para fazer de seu projeto colaborativo uma realidade, objetivamente respondeu:

Atores de cinema recebem – vamos admitir – uma quantidade desproporcional de atenção, não apenas dentro da indústria do entretenimento, mas no mundo todo. A ideia da nossa companhia está baseada na crença que um cara como Wirrow [seu colaborador na hitRECORD] – só porque ele não está em posição de conseguir um agente em Hollywood, não significa que ele é um artista menor (tradução nossa).

Gordon-Levitt explica com mais detalhes esse argumento durante uma palestra proferida na Faculdade de Direito da Universidade de Stanford, anteriormente citada. Ele constrói um argumento a respeito de como, em sua versão mais recente – uma produtora formalmente constituída –, a hitRECORD

5. As ideias de Gordon-Levitt sobre jornalismo são importantes para compreender sua pessoa publicamente mediada: “Minha opinião pessoal sobre o jornalismo é que este é tão escorregadio quanto a ficção. [...] A verdade é que a maioria das entrevistas que concedo são frustrantes, porque as pessoas colocam aspas ao redor de palavras que eu não disse, elas usam meu nome e então escrevem uma história sobre esse personagem que, para mim, não tem nada a ver comigo. [...] Mas se você vai escrever meu nome verdadeiro e dizer que o que você está dizendo é verdade, eu ficaria feliz se as pessoas dissessem: ‘Essa é a história de um cara chamado Jeff e está vagamente baseada em uma conversa que tive com Joseph Gordon-Levitt!’ [...] Mas não é isso o que eles dizem. Eles dizem: ‘Esse cara é assim. Ele disse isso’. E eu penso: ‘Uau, isso não é verdade!’” (Entrevista gravada com Joel Stein para a Time Magazine, tradução nossa).

6. “Eu acho que o que estou fazendo com a hitRECORD é muito influenciado pelo fato de que meus pais foram ativistas sociais nos anos 1960 e 1970”, ele diz, “Não é tanto sobre [a questão da] propriedade, mas sobre o que podemos alcançar enquanto comunidade” (Entrevista publicada na BlackBook Magazine, tradução nossa).

foi conscientemente pensada tendo em vista a lógica do mercado do entretenimento, mas trabalhando de uma forma alternativa durante o processo de desenvolvimento dos projetos.

Nesse último ano [2010], decidi que o que eu gostaria de fazer seria combinar esse processo caótico, divertido e informal que eu tinha num *website* que comecei por diversão – e combinar isso com o fato de que a minha carreira como ator chegou a um ponto em que eu poderia começar uma produtora. [...] Se os filmes que você participa dão um certo retorno financeiro, então as pessoas começam a te dar dinheiro para iniciar outros projetos do zero. Assim, chegou a minha hora de fundar uma produtora, e eu percebi – por que em vez de começar uma produtora tradicional de Hollywood, onde seria apenas eu, produtores de Hollywood e a minha agência – e se eu combinar isso com a comunidade que já existe? E, ao invés de trabalhar apenas naquele ambiente insular da indústria do entretenimento, eu poderia trabalhar com todos esses artistas, de todas as partes, que estão fazendo um ótimo trabalho em seus *laptops*, seja em suas cozinhas ou em seus estúdios caseiros, com diversos níveis de profissionalismo. Então, nós pensamos em uma forma de fazer isso, de transformar esses processos criativos em produções profissionais (tradução nossa).

Desde então, Gordon-Levitt tem estrategicamente sincronizado o tempo dos compromissos de sua carreira em Hollywood para simultaneamente promover as iniciativas da hitRECORD. Ele fez isso duas vezes durante o Festival de Cinema de Sundance, em 2009 e 2010. Na primeira vez, enquanto estava em Park City (Utah) para a celebração anual do cinema independente organizada pelo Sundance Institute de Robert Redford, ele participou da apresentação de “500 Dias Com Ela” (2009), fez sua estreia como diretor com “Sparks” (2009) e também lançou um novo *website* da hitRECORD – até então apenas uma comunidade *online*. No ano seguinte, eles oficialmente se tornaram uma produtora colaborativa, que foi apresentada durante a seção New Frontier 2010 de Sundance com o evento “HITRECORD At The Movies”. Isso foi feito de forma simultânea à sua participação no festival para a estreia do filme “Hesher” (2010).

Como já mencionado, ele também pensou a publicação do seu lançamento independente *RECollection Vol. 1* para coincidir com a estreia do filme “50%” (2011). Ao fazer isso, foi capaz de realizar outro evento “HITRECORD At the Movies”, dessa vez durante o Festival de Cinema de Toronto, onde o filme

foi lançado. Também pôde falar sobre seu envolvimento com a hitRECORD durante todas as entrevistas que concedeu enquanto promovia o filme, tanto para a mídia tradicional quanto *online*. E, mais importante, utilizou suas aparições como convidado em populares programas de entrevista noturnos dos Estados Unidos, como *The Tonight Show with Jay Leno* (Episódio #4113, exibido em 21 de setembro de 2011) e *Late Night with Jimmy Fallon* (Episódio #511, exibido em 27 de setembro de 2011), não apenas para falar sobre a hitRECORD, mas para exibir o projeto multimídia *RECollection Vol. 1* (composto de livro ilustrado, CD, DVD e vinil).

Como Joel Stein ressaltou na matéria para a Time Magazine, em que traça um perfil de Gordon-Levitt e da hitRECORD: “Para aproveitar-se da campanha de divulgação de 50%, [Joseph] está lançando o primeiro grande projeto da hitRECORD, *RECollection Vol. 1*, que contém um DVD com 36 curtas-metragens, um livro de 64 páginas, e um CD de 17 faixas, composto pelo trabalho de 471 pessoas”. E, em seguida, o jornalista destacou o fato de que “todo o projeto hitRECORD, na verdade, está alimentado tanto pela mística de celebridade que o envolve, quanto pela sua atitude de menosprezo em relação a isso” (traduções nossas).

Além disso, outra importante estratégia de mediação pública para atrair atenção para seu projeto paralelo é recrutar outras pessoas famosas para se envolverem no projeto, utilizando suas conexões pessoais e profissionais. Dessa forma, consegue fazer com que circule mídia espontânea relativa a essas colaborações e participações especiais; e não apenas para os iniciados sobre o projeto, mas de forma ampla, através das redes sociais.

Em 2010, Gordon-Levitt e a hitRECORD exibiram no Festival de Sundance o curta-metragem “Morgan M. Morgansen’s Date with Destiny” (<http://hitrecord.org/records/40939>) que foi criado a partir de 180 colaborações, entre roteiro, ilustrações, animação, atuação, música, edição etc. No mesmo ano, durante o Festival South by Southwest – que acontece anualmente em Austin (Texas) – eles lançaram a sequência “Morgan and Destiny’s Eleventeenth Date: The Zeppelin Zoo” (<http://hitrecord.org/records/65444>) nos eventos *Spring Spectacular* e *Midnight Matinee*. Como participações especiais, ele contou com o ator Channing Tatum para estrelar esse filme que foi exibido no SXSW; e também com os músicos Sean Lennon e Charlotte Kemp Muhl (da banda GOASTT) para falar sobre os projetos da hitRECORD e também se apresentar ao vivo no evento *Spring Spectacular*.

Em 2011, a atriz Anne Hathaway participou tanto do “HITRECORD At the Movies” em Londres (realizado no *British Film Institute* em julho) quanto

do “HITRECORD Fall Formal” em Los Angeles (realizado no *Orpheum Theatre* em outubro), onde ela cantou “Le Petit Soldat”. Também no evento de Los Angeles, Joseph contou com outros convidados de destaque, como o ator Gary Oldman que leu um conto chamado “The Man with a Turnip for a Head”; e a cantora Sia que se apresentou com duas canções originais da hitRECORD – “American Scrimp N Save” e “Telephone”. Esses são apenas alguns dos artistas que Gordon-Levitt tem convidado ao longo dos últimos anos para colaborar em seu projeto, aumentando sua visibilidade.

Contudo, ele não confia apenas em formas de colaboração resultantes de contatos informais e de amizade. Apesar de que essas participações especiais são uma interessante estratégia para criar reconhecimento simbólico e subjetivo em relação à validade de seus projetos, adicionalmente, ele também negocia formas mais tradicionais (e igualmente participativas) de oportunidades para suas produções. Entre os bônus do Blu-ray de “A Origem” (Warner Brothers, 2010) está incluído um documentário de 45 minutos dirigido por Roko Belic chamado “Dreams: Cinema of the Subconscious”, que aborda a natureza científica dos sonhos e contou com a contribuição de mais de 100 usuários do *site* hitRECORD. Um tipo semelhante de colaboração – cujo tema é Tragédia/Comédia – foi proposto no final de 2011 pelo ator e os criadores do filme “50%”, Will Reiser e Seth Rogen. O resultado desse projeto deverá ser um curta-metragem previsto para ser incluído no DVD do filme ou exibido em festivais.

Mídias sociais e mediação pública: a importância do envolvimento ativo

A partir da presente perspectiva de análise, a estratégia mais relevante que Joseph Gordon-Levitt está levando a cabo é a combinação das prerrogativas que um projeto aberto e colaborativo precisa cumprir para produzir conteúdos que sejam relevantes e, simultaneamente, que interessem a uma grande variedade de perfis consumidores. Ou seja, algo que seja lucrativo para os produtores; que possa ser promovido pelos distribuidores – e, ao mesmo tempo, que esses conteúdos permitam um processo coletivo de criação e sejam desafiadores o suficiente para que os consumidores ativos possam se apropriar deles, transformá-los e remixá-los.

Produções culturais fluindo através de diferentes plataformas não é algo novo na sociedade, uma vez que os grandes conglomerados do entretenimento

têm feito ações em *cross media* há algum tempo. Entretanto, esse é um contexto que tem se intensificado nos últimos anos, despertando interesse não apenas dos agentes de mercado, mas também da academia. Considera-se particularmente relevante a ideia de que “a convergência não acontece através de dispositivos de mídia, por mais sofisticados que estes se tornem. A convergência ocorre dentro do cérebro dos consumidores individuais e através de suas interações sociais com os demais” (JENKINS, 2006a, p. 3, tradução nossa).

Após analisar o exemplo de operação da hitRECORD, é possível verificar que trata-se de um modelo viável para empresas colaborativas. Contudo, é fundamental compreender que merece destaque o papel que Joseph Gordon-Levitt desempenha como seu criador e diretor artístico. Seu envolvimento pessoal e dedicação ao projeto – não apenas financeiramente, mas também investindo tempo; sua preocupação com a lógica do *show business*; e seus esforços para mediar de perto todos os processos – mesmo tendo outros compromissos com sua carreira de ator – certamente permitiram, nos últimos anos, a transição de um *website* pessoal para um fórum de debates, em seguida para uma comunidade *online* e, por fim, uma produtora aberta e colaborativa. Simultaneamente, ele produziu eventos, filmes e livros de forma independente, mas também conseguiu firmar contratos comerciais, como é o caso do acordo para três livros fechado com a editora It Books/HarperCollins. Contudo, vale ressaltar que, mesmo antes desse fato, a hitRECORD já estava dando lucro e enviando cheques para seus colaboradores, de acordo com o que é registrado no seu próprio *site*.

Nessa estratégia, encontrar um equilíbrio entre a criação coletiva de arte e as possibilidades comerciais dos produtos resultantes depende da sensibilidade e conhecimento da pessoa que efetivamente comanda a empresa. A mediação do processo é o principal desafio que Gordon-Levitt deve enfrentar, pois sem um curador cuidadoso e atento para direcionar os esforços, muitas das iniciativas seriam desperdiçadas. Joseph declarou em diversas oportunidades sua visão ideal da hitRECORD. Para que isso seja atingido, ele tem sistematicamente utilizado seu perfil público “Regular Joe” de duas maneiras diferentes, porém complementares: a) dentro da comunidade hitRECORD; b) em outras plataformas de mídia social.

No *site* hitrecord.org, ele frequentemente posta solicitações em vídeo, como as que constam se seção “The Regularity” (praticamente semanalmente). Também é comum observar que, em certos períodos, ele posta quase diariamente, sejam *posts* em vídeo ou texto. O estilo que utiliza para os vídeos é casual – a maioria é feita em seu estúdio caseiro, em quartos de hotel ou nas

ruas. O discurso é informal e ele grava com uma câmera pessoal. Além dos frequentes vídeos, a maior parte de sua interferência no *site* inclui comentários sobre registros que estão em destaque na comunidade, de uma forma geral, ou solicitações para colaborações em projetos especiais que ele propõe. Em alguns casos, fornece orientações diretas ou sugestões para peças musicais ou escritas, animações etc. E, comumente, ele também adiciona pessoalmente algo ao que está sendo desenvolvido por outros usuários como, por exemplo, gravação de narrações ou trabalho de edição.

Durante sua entrevista para o LA Times, a jornalista Yvonne Villarreal expressou surpresa pelo fato de que Gordon-Levitt era capaz de detalhar tantos dos contos presentes no livro *The Tiny Book of Tiny Stories Volume 1* (It Books/Harper-Collins, 2011). Ele respondeu: “Claro. Eu trabalhei duro nisso. Não se trata de algo do tipo ‘Ah, o ator está tentando promover como seu algo pelo qual não trabalhou.’ A hitRECORD é a minha paixão” (tradução nossa).

Na verdade, a mediação que ele realiza com a hitRECORD exige mais dedicação agora que eles efetivamente estão atuando como uma produtora. Por exemplo, ele explica o processo decisório em relação aos contos que foram selecionados para a versão final do livro em conversa com o jornalista Stephen Heyman:

Eu acho que tem menos a ver com a metodologia e mais com o meu gosto pessoal e também desse artista chamado Wirrow, que começou a colaboração das “Tiny Stories” em 2010. [...] A questão da colaboração coletiva, agora que nós temos a internet e as ferramentas para fazer isso – como funciona? Há muitas formas de se fazer. Algumas delas são totalmente democráticas. “Quem tiver mais votos ganha o concurso!” Mas aqui não foi assim. A hitRECORD está disposta a abrir a porta permitindo que qualquer pessoa possa contribuir, mas eu também quis que tivesse a voz de um indivíduo... Do ponto de vista logístico, é um desafio pagar às pessoas. Uma parte disso é automatizado. Mas, ao final, nós chegamos à conclusão que cada trabalho artístico é diferente e não existe uma fórmula para quanto pagar. Então, nós dizemos isso logo de cara, eu que decido... Eu sempre digo que sou o diretor (tradução nossa).

Esse é o tipo de mediação que ele desempenha quando está trabalhando com a comunidade hitRECORD. Mas há ainda outro aspecto que é muito específico, por ser uma pessoa pública, e especialmente por se tratar de uma celebridade de Hollywood. Trata-se da questão de que a iniciativa pode despertar

interesse simplesmente pelo fato de atrair uma comunidade *online* composta de fãs do ator⁷. Como discutido anteriormente, o projeto paralelo de Gordon-Levitt tem se beneficiado da sua carreira em Hollywood. Mas, se a fama pode ser benéfica por um lado, pode também ser negativa por outro. Ao se considerar apenas um ator, ele compartilha sua visão sobre a atual “cultura das celebridades” – alimentada em todo o mundo por *paparazzi*, revistas e *blogs* de fofocas – com o jornalista Nick Haramis, durante uma entrevista para a BlackBook:

Quando eu vou ao mercado e vejo as capas das revistas – elas me fascinam – mas eu não trago essas porcarias para a minha casa porque acho que elas são cruéis e venenosas. É fácil pensarmos que se trata de simples entretenimento, mas eu não acho. Nós somos muito influenciados pelas histórias que escolhemos para preencher os nossos dias (tradução nossa).

Apesar disso, não é possível escolher estar apenas parcialmente envolvido com a indústria do entretenimento quando se está trabalhando em filmes de grande orçamento dos grandes estúdios. Então, Joseph tenta encontrar conforto ao parafrasear a famosa frase de Walt Disney, na qual ele teria afirmado que não fazia filmes apenas para ganhar dinheiro, mas que precisava ganhar dinheiro para desenvolver os projetos que amava. E finaliza explicando porque seu amor verdadeiro se tornou esse híbrido de produtora e comunidade *online*.

Você não está apenas lançando um filme para o público assistir e acabou. Quando eu faço algo e naquela mesma noite coloco no *site* hitRECORD, bem, no dia seguinte as pessoas já remixaram. Elas adicionaram algo. Elas pensaram sobre aquilo. E isso é tão emocionante. É muito mais emocionante para mim do que uma boa crítica ou uma salva de palmas. Ter alguém tomando liberdade criativa com algo que eu fiz é fascinante. É infinitamente fascinante. É como “Uau, eles entenderam!” ou então

7. Não é o objetivo desse artigo discutir a relação entre Joseph Gordon-Levitt, a comunidade hitRECORD e seus fãs, ainda que considere que essa dinâmica pode desempenhar uma influência significativa em como a comunidade *online* de uma forma mais ampla (tanto os usuários da hitRECORD como seus seguidores e amigos nas diversas redes sociais) veem seu trabalho – especialmente sua carreira de ator em Hollywood – e como isso reflete nas contribuições que ele pode receber para seus projetos paralelos com a hitRECORD. Para referências sobre comunidades de fãs e cultura participatória, ver: Jenkins (1992, 2006b). Para uma análise sobre as diversas formas como os fãs aumentam o valor de produtos culturais, ver: Ford, Jenkins et al. (2006). Em relação à complexidade das comunidades *online*, ver: Baym (2007) e Boyd (2006). Sobre a importância dos estudos sobre comunidades de fãs e suas práticas sociais no mundo mediado, ver: Gray, Sandvoss e Harrington (2007); Hills (2007); Harrington e Bielby (2007).

“Eles não entenderam”. Você consegue sentir pela arte que eles fazem. Muito mais do que você poderia sentir pela resposta de bilheteria ou coisas desse tipo (tradução nossa).

Assim, pela análise, ele se mostra disposto a aceitar ambos os lados da fama, contanto que permita que alcance o tipo de benefícios profissionais que está procurando e que, nesse caso, é o desenvolvimento da hitRECORD.

Considerações finais

A partir do exposto, foi apresentada uma perspectiva sobre o projeto hitRECORD de Joseph Gordon-Levitt, desde a sua concepção até os dias atuais, analisando sua transformação pública de um *website* pessoal em uma produtora de participação aberta e colaborativa. Argumentou-se que a mediação desse processo está diretamente relacionada à sua pessoa pública e àquilo que ele escolhe por compartilhar – tanto através da mídia tradicional quanto das mídias sociais – sobre suas experiências pessoais, crenças, decisões profissionais e perspectiva subjetiva sobre arte, cultura e entretenimento. Assim, pretende-se contribuir para discussões a respeito dos tênues limites entre o que é percebido atualmente como artista amador ou profissional, mercado independente, alternativo ou *mainstream*, e como esses conceitos afetam (e são afetados pelas) mediações públicas e práticas comunitárias.

Como mencionado previamente, é possível aprender a partir de diferentes iniciativas que estimulam processos criativos e participativos. E, especialmente no caso da hitRECORD, pode-se observar que dentro dessa comunidade, os papéis de produtores e consumidores, *performers* e audiências, profissionais e amadores, estão intrinsecamente misturados. Eles não estão apenas produzindo para outras pessoas, mas também para si mesmos e entre si. Eles estão consumindo suas próprias criações (e dos outros) *online*, mas também estão adquirindo os produtos que são lançados através de vendedores independentes ou tradicionais, ao mesmo tempo em que compram ingressos para as apresentações ao vivo em teatros, cinemas ou festivais. Essas experiências podem ser analisadas como produções comunitárias de arte e cultura, mas elas também permitem – dentro do contexto da sociedade contemporânea mediada pela tecnologia e mídias sociais – repensar as perspectivas para a indústria do entretenimento.

REFERÊNCIAS

- BAYM, Nancy K. “The new shape of online community: the example of Swedish independent music fandom.” *First Monday*, Volume 12, Number 8, August 2007. Disponível em: <<http://people.ku.edu/~nbaym/2007BaymFirstMonday.pdf>>. Acesso em: 15 dez. 2011.
- BOYD, Danah. “Friends, friendsters, and top 8: writing community into being on social network sites.” *First Monday*, Volume 11, Number 12, December 2006. Disponível em: <<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/1418/1336>>. Acesso em: 15 dez. 2011.
- FORD, Sam; JENKINS, Henry et al. *Fanning the audiences flames: ten ways to embrace and cultivate fan communities*. Massachusetts Institute of Technology, Convergence Culture Consortium, 2006. Disponível em: <http://convergenceculture.org/research/c3_fanning_the_flames.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2011.
- GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee. “Introduction: why study fans?” In: GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee. *Fandom: identities and communities in a mediated world*. With an afterword by Henry Jenkins. New York and London: New York University Press, 2007. P. 1-16.
- HARRINGTON, C. Lee; BIELBY, Denise D. “Global fandom/Global fan studies.” In: GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee. *Fandom: identities and communities in a mediated world*. With an afterword by Henry Jenkins. New York and London: New York University Press, 2007. P. 179-197.
- HILLS, Matt. “Media academics as media audiences: aesthetic judgements in media and cultural studies.” In: GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornel; HARRINGTON, C. Lee. *Fandom: identities and communities in a mediated world*. With an afterword by Henry Jenkins. New York and London: New York University Press, 2007. P. 33-47.
- HITRECORD.ORG. *The tiny book of tiny stories*. Featuring 45 contributors. Published by hitRECORD and released under the hitRECORD accord, 2010 (Sem editora).
- HITRECORD & Joseph Gordon-Levitt. *RECollection: Volume 1*. Featuring the work of 471 collaborators. Published by hitRECORD and released under the hitRECORD accord, 2011 (Sem editora).
- HITRECORD & Joseph Gordon-Levitt. *The tiny book of tiny stories: Volume 1*. Featuring 67 contributors. New York: HarperCollins, 2011.

HOWE, Jeff. *Crowdsourcing: why the power of the crowd is driving the future of business*. New York: Three Rivers Press, 2008.

JENKINS, Henry. *Textual poachers: television fans and participatory culture*. New York; London: Routledge, 1992.

_____. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York; London: New York University Press, 2006a.

_____. *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture*. New York; London: New York University Press, 2006b.

JENKINS, Henry; LI, Xiaochang; KRAUSKOPT, Ana Domb; GREEN, Joshua. *If it doesn't spread, it's dead: creating value in a spreadable marketplace*. Massachusetts Institute of Technology, Convergence Culture Consortium, 2009. Disponível em: <http://convergenceculture.org/research/Spreadability_doublesidedprint_final_063009.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2011.

LESSIG, Lawrence. *Free culture: how big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. New York: Penguin Press, 2004.

_____. *Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy*. New York: Penguin Press, 2008.

LÉVY, Pierre. *Collective intelligence: mankind's emerging world in cyberspace*. Cambridge, MA: Perseus Books, 1999.

SINNREICH, Aram. *Mashed up: music, technology and the rise of configurable culture*. Amherst; Boston: University of Massachusetts Press, 2010.

A MULTIMODALIDADE TECNO-COMUNICACIONAL NAS INTERFACES DO CORPO EXPANDIDO

Juliana Cunha Costa
Camila Xavier Nunes
Aline Aver Vanin

Os desafios da linguagem multimodal na intermodalidade tecnológica

O surgimento de novos tipos de mídia associado ao desenvolvimento tecnológico expande-se com uma surpreendente velocidade e, ao mesmo tempo em que altera e potencializa a cognição humana, modifica o modo como os sujeitos se comunicam. O intensivo, volátil e frenético fluxo de informação na contemporaneidade se reflete em uma linguagem multimodal. Moran (2009, p. 14) afirma que é essencial expandir as “[...] novas técnicas de investigações, de conhecimentos e de procedimentos derivados de outras áreas disciplinares para serem incorporadas no campo de pesquisa a fim de auxiliar investigadores no seu entendimento de realidades com as quais estão lidando” (tradução nossa). Essa interdisciplinaridade proporciona uma melhor compreensão dos processos sociais devido a sua elasticidade no que se refere ao compartilhamento de informações e de abordagens metodológicas variadas.

Devido à tecnificação dos sistemas de comunicação, a nova configuração da rede mundial de computadores se apresenta hoje como o meio essencial pelo qual é possível socializar e compartilhar informações textuais, sonoras e visuais; as relações humanas, refletidas na linguagem, são intensificadas na sua