**A Produção Colaborativa no Audiovisual Digital**[[1]](#footnote-1)

Alice Rangel[[2]](#footnote-2)

**RESUMO**

Com o advento da tecnologia digital novas formas de comunicabilidade e sociabilidade surgiram, formas que se contrastam com o modelo tradicional de produção. A concepção humanitária de que a informação deve ser livre, dá lugar ao surgimento do paradigma da produção colaborativa, que cresce com o sucesso do modelo livre e descentralizado de produção em algumas áreas, como a de softwares. Este artigo propõe, a partir de uma revisão teórica sobre as mudanças socioculturais experimentadas pelo avanço da tecnologia digital, experimentar, na prática, o modelo colaborativo de produção, afim de que, no confronto entre teoria e prática, novas questões sejam levantadas, passo essencial para compreender de que modo é possível uma produção colaborativa nos dias de hoje, e como ela será em um futuro próximo.

**Palavras–chave:**

Novas Mídias; Cultura Digital; Produção Colaborativa

**1. Introdução**

O presente estudo se propõe a acompanhar as mudanças que o avanço da tecnologia digital provoca na estrutura sociocultural global. Especificamente, o trabalho se detém na análise das mudanças implicadas no processo de produção de conteúdo.

Deste modo, atenta-se para a ascensão de um modelo colaborativo de produção, que nasce da concepção humanitária de que a informação deve ser livre e impulsionada pelo sucesso do modelo livre de produção em algumas áreas, como a de softwares.

Uma vez que a produção colaborativa ainda não é algo consolidado, faz-se necessário analisar os momentos de transformação por que passam a comunicação e, em consequência, a sociedade, para que, desse modo, possamos compreender o cenário cultural atual.

Buscando esclarecer em que termos a produção colaborativa se estabelece na cultura digital – especificamente a produção colaborativa audiovisual – o estudo objetivou experimentar, na prática, a produção de um curta audiovisual colaborativo.

Como esse campo de produção ainda não encontra-se plenamente definido, à etapa de produção antecedeu-se a revisão bibliográfica dos autores: Pierre Lévy, Henry Jenkins, Chris Anderson, Yochai Benkler, entre outros teóricos, que analisam as mudanças por que passam os processos de produção de conteúdo, objetivando, assim, levantar os pontos básicos que definem a produção colaborativa.

Em análise comparativa de exemplos de produções audiovisuais colaborativas, buscou-se esclarecer qual o momento atual desse tipo de produção.

Assim, a partir da revisão bibliográfica de conceitos – como inteligência coletiva, cultura participativa, cibercultura e da teoria da cauda longa – juntamente com as análises comparativas, reuniu-se um corpo de diretrizes que coordenaram a produção do curta.

Por fim, comparou-se a as experiências vividas durante o processo de produção do curta, com os processos descritos nas análises levantadas durante a revisão bibliográfica.

Considera-se assim, que, a partir de um confronto entre teoria e prática, novas questões são levantadas, passo essencial para compreender de que modo é possível uma produção colaborativa nos dias de hoje, e como ela será em um futuro próximo.

**2. Mudanças na dinâmica de produção de conteúdo**

A revolução tecnológica digital possibilitou procedimentos inéditos de manipulação e transmissão de textos, imagens e sons. O processo de barateamento e as características de uso dessa tecnologia colocaram o registro digital em mãos de todos os usuários. Neste sentido, o início da era digital possibilita adentrar em um ambiente onde é permitido a qualquer consumidor ser também um difusor e um produtor de cultura. Permitindo a integração global das subjetividades, através de produtos e práticas culturais reproduzidas na esfera digital.

Este aspecto da integração global através das tecnologias de mídia foi fortemente destacado por McLuhan, já nas décadas de 50 e 60 do século passado, antes, portanto, da revolução digital. Mas a tecnologia digital e a internet elevam esta tendência a uma potência muito alta. Na visão de Guimarães Júnior(1997), a Internet, mais que constituir-se em um artefato tecnológico inovador, estabeleceu um novo espaço e tempo de interação social, dentro dos quais emergem formas novas e diferenciadas de sociabilidade. Segundo o autor, as tecnologias intelectuais relacionadas à informática estão trazendo à tona uma modalidade de pensamento eminentemente imagético e desterritorializado, assim, conclui Guimarães Júnior, o ciberespaço, ao constituir-se em um novo espaço de sociabilidade, acaba gerando novas formas de relações sociais, com códigos e estruturas próprias.

A percepção de que que a dinâmica de produção de conhecimento está passando por mudanças é frequente em autores do tema. É o que se observa na análise de Yochai Benkler, um estudioso que analisa as transformações que os processos de produção estão experimentando. Uma importante mudança que Benkler analisa, é que o ambiente de comunicação atual é construído sobre processadores baratos com altas capacidades computacionais, interconectados a uma rede - fenômeno que é associado à Internet. Isso significa que sempre que alguém, em qualquer lugar, dentre os milhões usuários conectados, deseje fazer alguma coisa que requeira criatividade humana, um computador e uma conexão de rede, poderá fazê-lo sozinho, ou em cooperação com outros. Essa segunda mudança, observa o autor, permite um papel crescente na produção descentralizada e fora do sistema de mercado nos setores de informação e cultura. Para, Benkler, a comunicação a baixo custo e os processadores baratos, que formam parte integral da produção de informação, criaram condições para colaborações sustentáveis e compartilhamento de recursos baseados nos *commons*[[3]](#footnote-3), e não nos arranjos institucionais baseados na propriedade.

Assim, através do estabelecimento de redes, que são favorecidas com o acesso às ferramentas de produção, e muitas vezes estimulados pela interatividade que o próprio conteúdo midiático oferece, os consumidores estão, cada vez mais, envolvidos participativamente na produção de conteúdo. E quando esta nova dinâmica de produção se alia à ideia de *commons,* observa-se o surgimento de uma nova de produção colaborativa.

Prado, Caminatti e Novaes (2005), analisam como essa dinâmica colaborativa opera na produção de software livres, para os autores, a principal diferença que é observada entre esse modelo de produção e o de softwares proprietários é que eles não se encaixam numa mesma categoria, assim, os autores destacam duas características essenciais nessa dinâmica que a diferencia do modelo de produção fechado:(1) desenvolvimento colaborativo e relação de utilização ativa que pressupõe aprendizado; (2)ressignificação e refundação das relações de trabalho sob outros mecanismos de motivação que apontam para uma outra ecologia do virtual.

O desenvolvimento colaborativo implica em novas relações de trabalho porque ele se estabelece em uma base distinta do processo de produção tradicional que é instanciado pela lógica de mercado em que uma parte visa o lucro e a outra o consumo. Já as produções colaborativas são “constituídas mediante trocas diretas,(...) cuja mediação é a comunicação entre pessoas ou canais públicos de comunidades e cujo objetivo não é nem o consumo nem o lucro, mas o desenvolvimento de valores de uso” (Prado, Caminati e Novaes, 2005, p. 43). Os autores ainda destacam que essas relações pressupõem um aprendizado, pois “mesmo para a comunicação de um erro simples, o usuário necessita aprender um procedimento específico” (Prado, Caminati e Novaes, 2005, p. 40).

Para descrever esse processo de troca direta, ocorrido fora do mercado, os autores utilizam a teoria da “economia da dádiva”, ou, “economia da doação”, do antropólogo Marceul Mauss (1925). Esta economia funcionaria sobre a lógica da reciprocidade, porém, como lembram os autores, a reciprocidade é de outra ordem, onde um simples obrigado pode retribuir o trabalho de um desenvolvedor. Assim, conclui-se que, nas redes que se estabelecem pela produção do software livre, os agenciamentos se dão em torno de projetos coletivos que visam produzir valores de uso, e são motivados pela colaboração e generosidade.

Destaca-se, assim, a valorização do processo de produção, que se sobrepõe ao valor do produto final.

A análise de Anderson (2006) acerca da enciclopédia Wikipedia atenta para as mesmas questões. Segundo o autor, diferente de outras célebres enciclopédias que participam de um modelo fechado de produção, a Wikipedia é uma comunidade viva, e não um trabalho estático, por isso encontra seu valor enquanto processo, e não como produto. Para o autor, o sucesso dessa comunidade descentralizada e auto-organizada – devido sua extensão e por sua constante renovação – é o “verdadeiro milagre da Wikipedia” (Anderson, 2006, p.69). Porém, Anderson acrescenta um outro fator de análise que explicaria o crescente envolvimento de indivíduos na produção colaborativa: a reputação. Segundo sua análise, a razão para qual a produção colaborativa adquire características de uma economia, é a existência da reputação, entendida como uma moeda capaz de ser tão motivadora quanto o dinheiro, uma vez que a reputação pode ser convertida em inúmeras outras coisas valiosas, tais como: trabalho, estabilidade, público e ofertas lucrativas de todos os tipos.

Na análise de Anderson, essa nova moeda avança, a medida em que o mercado está mudando de massa para um mercado de nichos, pois, se no século XX a economia da indústria do entretenimento era baseada em *hits* de sucesso, atualmente, ela concentra-se em nichos. Isso se deve, sobretudo, pelo avanço da Internet aos lares domésticos, permitindo que um conteúdo infindável esteja disponível a qualquer um.

Um exemplo que ilustra o novo mercado do entretenimento é o canal YouTube, ponto essencial para discussão sobre o audiovisual digital e a cultura participativa.

**3. Youtube, cultura participativa e produção colaborativa**

O Youtube é um empreendimento comercial, mas, além disso, ele é uma plataforma que viabiliza a participação de usuários comuns como agentes culturais, permitindo dar vazão à uma produção cultural alternativa, frequentemente proveniente de culturas marginais ou subculturas. No seu espaço democrático estes produtos convivem lado a lado com produções comerciais, muitas vezes se utilizando do próprio conteúdo comercial veiculado nesse espaço para produção de um conteúdo alternativo, ao passo que muitas vezes a mídia comercial absorve parte dessa produção alternativa em sua própria linguagem.

O que observa-se na comunidade do Youtube é compatível com a análise de Chris Anderson, assim, o slogan do site, que inicialmente era *“Your Digital Video Repository”* (seu repositor digital de vídeo), foi substituído pelo atual slogan *“Broadcast Yourself”* (algo como transmita-se). Muito mais que um empreendimento comercial bem sucedido, o portal é um fenômeno cultural mundial, porque conseguiu satisfazer as demandas da cultura participativa, ele é uma plataforma para cultura de nichos produzida pelos nichos, mas que também abrange todos os *hits* que coexistem na cultura.

 Não por acaso, praticamente todos os exemplos pioneiros de produção audiovisual colaborativa estão presentes no youtube, sobretudo os experimentos bem sucedidos.

 Um dos exemplos mais significativos deste tipo de experiência audiovisual é o filme *Life in a Day*, um projeto do Youtube, em parceria com o renomado diretor Kevin MacDonald, o produtor executivo Ridley Scott, com edição de Joe Walker. Sua proposta era criar um documentário colaborativo sobre um único dia na terra, o dia 24 de julho de 2010. Quem desejasse participar necessitaria apenas filmar, da forma que melhor entendesse, o seu 24 de julho e depois disponibilizá-lo no portal do Youtube com o título *Life in a Day*.

Apesar da divulgação do projeto não ter sido extensiva, o resultado foi muito superior às expectativas dos seus realizadores. Cerca de 80,000 vídeos foram inscritos no Youtube, que, somados às filmagens das câmeras distribuídas, totalizaram mais de 4,500 horas de material, provenientes de mais de 132 países distintos. Para poder organizar todo o material, e facilitar o processo de montagem do filme, o Youtube contou com o desenvolvimento de um software de catalogação dos videos por palavras chaves, este mesmo sistema está disponível no site[[4]](#footnote-4) do documentário, para que o usuário possa navegar pelos clips.

A experiência audiovisual de *Life in a Day*, nasceu da dinâmica do Youtube, onde usuários são, ao mesmo tempo, produtores e consumidores do conteúdo. Seu sucesso de crítica e de público é prova de que o processo de produção criativa está se transformando, se democratizando, e que isso não significa uma perda de qualidade.

Outra experiência colaborativa que se beneficia da plataforma do Youtube é o Skankplay. Desenvolvido pelo coletivo “*DonTryThis”* com o “Skank”, e em parceria “Dr. DD”, “Kardman Audiovisual”, “Mina” e “Vila Filmes”, o projeto propôs ao usuário tocar e cantar junto com os músicos da banda “Skank”, para montar um clipe da música “De repente” (Samuel Rosa/ Nando Reis), através de um aplicativo, criado especialmente para o projeto, onde o vídeoclipe é apresentado como um mosaico divido em seis partes e dividindo uma faixa para cada instrumento (bateria, baixo, teclado, guitarra e dua faixas para os vocais).

O usuário que desejasse participar deveria gravar um vídeo tocando um instrumento (real ou digital), ou ainda cantando a música, que então deveria ser disponibilizado no Youtube. Em seguida, ao apertar o botão “videoclipe”, o aplicativo misturava o vídeo com os seis vídeos já disponíveis no site. O aplicativo também disponibilizava vídeos de outros participantes na elaboração do videoclipe, e permitia que o usuário controlasse os canais de áudio. A versão personalizada do clipe, além de ficar no site, poderia ser adicionada (embed) em blogs, no Facebook e outras redes sociais. O site também disponibilizava tutoriais, gravados pelos integrantes da banda, sobre como tocar cada um dos instrumentos.

Lançado em 6 março de 2011, o projeto SkankPlay[[5]](#footnote-5) reuniu mais de 30 mil diferentes combinações do clipe da música, incluindo a participação de diversas bandas e artistas, que gravaram sua versão do videoclipe. Ainda em 2011, o projeto foi o vencedor do Leão de Ouro do festival de publicidade, Cannes Lions Festival Internacional de Criatividade 2011. Essa foi a primeira vez que uma banda brasileira ganhou o Leão de Ouro em Cannes e também a primeira vez que um projeto brasileiro ganhou o prêmio na categoria de Public Relations (“Best Use of Social Media Marketing”).

 Um outro exemplo de produção colaborativa que merece mensão é a série televisiva *Bar Karma,* criada por Will Wright – conhecido por ser o idealizador de jogos populares como *TheSims* e *Sim City –* com produção de Albie Hecht, e exibido em 2011 pelo canal *CurrentTv.*

O modelo colaborativo de produção de Bar Karma prometia promover um alto nível de envolvimento de sua audiência com a série, dando aos seus espectadores controle direto da trama. Para possibilitar esse envolvimento direto dos espectadores no desenvolvimento do roteiro de cada episódio, Wright criou um software onde cada participante podia postar, discutir e votar nas melhores ideias, a cada episódio.

A participação do usuário pode ser resumida em quatro etapas:

(1)*Inscrição*– registro e *login* do espectador no site da série; (2)*Criação*– Baseado em algumas simples instruções, providas pelos produtores, cada participante envia sua ideias, *storyboard* e roteiro, que ficam disponíveis para todos os participantes comentarem, discutirem, fundirem ou excluírem da trama final; (3)*Votação*– participantes votam nas propostas de roteiro, já finalizadas; (4)*Produção*– Com a votação finalizada, a história mais votada é produzida, transformando-se em um episódio de 30 minutos.

Assim, a cada novo episódio os participantes eram convidados, a partir de algumas diretrizes dos produtores, a escrever suas histórias e trocar ideias

Embora a série parta da premissa interativa, onde há um grande envolvimento dos espectadores já na etapa de produção, Bar Karma não produziu índices de audiência vantajosos o suficientes para assegurar uma segunda temporada. É provável que o empreendimento de Will Wright não se adeque tanto à programação televisiva atual, que ainda se baseia na economia de *hits*. Isso significa que séries com um público muito específico, como de Bar Karma, possuem um custo muito alto para uma audiência tão pequena.

Apesar de seu cancelamento, a iniciativa de Will Wright, além de abrir caminho para outras possíveis produções colaborativas, ajuda a consolidar os termos em que a colaboração audiovisual se torna viável. O desenvolvimento da ferramenta online *Storymaker*[[6]](#footnote-6), é um passo a mais nessa direção. Criado especificamente para a produção de Bar Karma, a ferramenta online conecta as histórias desenvolvidas pelos participantes, em árvore organizacional, onde é possível navegar por cada ramificação da história. Além de ser disponibilizada online, a ferramenta também pode ser usada como um aplicativo para *tablets* e *smartphones.*

Embora a ferramenta não esteja disponível para um uso genérico, ela é um exemplo do tipo de ferramenta que deverá surgir nos próximos anos, a medida que a produção colaborativa toma corpo.

4**. Diretrizes para uma produção colaborativa no audiovisual**

Conforme a análise de experiências colaborativas vistas na seção 3, e seguindo os novos paradigmas implicados no processo de comunicação, levantados na revisão bibliográfica, na seção 2, podemos destacar alguns pontos considerados fundamentais para realização de uma produção audiovisual colaborativa.

O primeiro ponto é que a produção deve ser orientada por duas características essenciais: coautoria e auto-regulação.

A coautoria implica na realização do projeto audiovisual a partir de múltiplos agentes e de modo a configurar um resultado (neste caso o conteúdo audiovisual) que reflita a convergência em direção a determinado consenso de produção de sentido admitido por todos envolvidos. Assim, para satisfazer esse primeiro ponto, considerou-se a abordagem de uma comunidade pré existente, ao invés de criar uma comunidade em torno da produção.

A auto-regulação significa o controle da produção pela própria comunidade. Tomando a construção de verbetes na wikipedia, por exemplo, vemos que a manutenção do conteúdo se dá pelos próprios usuários, através de alguns recursos de avaliação do verbete – credibilidade, imparcialidade, profundidade e redação – além do mecanismo de edição e remoção de artigos.

Uma terceira característica, derivada da coautoria e auto-regulação, é a produção colaborativa resultando em *commons*, ou seja, uma produção que beneficiaria a todos da comunidade.

4.2 Relatório de produção

**4.2.1 Pré – produção**

O primeiro passo para realização do projeto foi procurar uma comunidade de conhecimento com quem já se tivesse alguma relação, o que facilitaria o engajamento da comunidade no projeto, e cujo interesse se relacionasse com o âmbito da pesquisa.

Assim, o tema escolhido foi a cultura rave, pois, embora música e audiovisual tenham suas especificidades, algumas das questões que começam a aparecer na mudança de paradigmas da comunicação, são intrísecas à música eletrônica, como por exemplo a cultura de remix. Vemos na música eletrônica uma apropriação de produções musicais, tornadas *samples* para novas produções: trechos de filmes, frases famosas, refrões conhecidos – tudo isso se mistura, se remixa, se reproduz.

Um outro aspecto considerado, foi o perfil do público de raves, jovens de classe média alta, e grandes usuários das novas tecnologias, isso foi importante porque significa uma relativa familiaridade com equipamentos de filmagem que vão desde *smartphones,* passando pelas câmeras portáteis, até câmeras semi profissionais.

Com o escopo delimitado foi preciso ainda definir em qual situação se daria a captação de imagens. Como a prática de registro de festas e eventos desse tipo de cultura já era algo observado, a situação escolhida foi uma festa rave, mais precisamente, o festival de música eletrônica *Universo Paralello* que ocorre bienalmente, na Bahia.

O grande porte do evento, com cerca de 10 mil participantes, além do seu tempo de duração estendido – sete dias – também foram atrativos para esta escolha, já que aumentavam a probabilidade de conseguir um corpo razoável de imagens para trabalhar na montagem.

À etapa de delimitação do escopo e da situação em que o projeto de produção colaborativa ocorreria, seguiu-se o desenvolvimento de uma campanha que atraísse a atenção do público que iria para o festival:

Foi elaborado um vídeo promocional[[7]](#footnote-7), a partir de imagens de acervo próprio, capturados por essa autora. Na exibição do vídeo no canal do Youtube, havia um *hiperlink,* para uma comunidade do projeto no *Faceboo*k (universo colletivo[[8]](#footnote-8)) divulgação do vídeo e para mais explicações. O vídeo foi postado unicamente nesses dois canais: Youtube e Facebook e, para aumentar a visibilidade do projeto, pediu-se à fanpage oficial do evento divulgar o vídeo, semanas antes do início da festa.

**4.2.2 Produção**

O período de produção correspondeu ao período de duração do festival, no entanto, como a proposta era utilizar somente imagens captadas por terceiros, a autora não se envolveu diretamente nessa etapa.

**4.2.3 Pós-produção**

Após o termino do festival, foram retomados os contatos com as pessoas que anteriormente haviam manifestado interesse pelo projeto. O primeiro desafio foi quanto a forma de envio do material capturado. Inicialmente pensou-se em criar uma conta pública com assinatura *premium* (assinatura paga) no site *Vimeo,* um portal de vídeos semelhante ao Youtube, mas com mais opções quanto a compressão da imagem e o número de *uploads* disponível. Porém, os cinegrafistas preferiram ou enviar fisicamente os arquivos, ou disponibilizar no Youtube, onde todos já possuíam sua conta pessoal. Como o Youtube reduz a qualidade da imagem, foi solicitado que as imagens fossem enviadas via sedex, por pen drive ou dvd, isso demandaria que as pessoas tivessem que: a) comprar um dvd ou *pen drive;* b) gravar esses arquivos; c) ir aos correios para enviar esses arquivos.

O processo para envio via correio não é algo complexo ou excessivamente demorado, contudo, ao levar as atividades da produção colaborativa para fora do ambiente digital, solicitando o envio físico do material, houve uma desmotivação por partes dos envolvidos, o que ocasionou uma demora no envio, atrasando o processo de pós produção.

Como a etapa de recolhimento do material demorou mais que o previsto, procurou-se adiantar as etapas seguintes, assim, iniciou-se a montagem.

O processo de montagem durou três meses, e foi organizado em reuniões entre a autora e o editor, em sua casa, onde havia uma ilha de edição. Na primeira reunião, analisou-se o material disponível no Youtube que seria utilizado, discutiram-se ideias e referências, dentre as quais destaca-se o filme de Godfrey Reggio, *Koyaanisqatsi*, por sua influência na conjunção de imagem e som para criação de uma narrativa e *Woodstock: Três Dias de Paz, Amor e Música,* pela aproximação do tema e pela referência da edição nas apresentações musicais.

Outra referência utilizada no processo de montagem, foram os vídeos oficiais de edições anteriores do festival, divulgados no Youtube e nas redes sociais.

Após revisão do material, analisou-se inicialmente o áudio. Como havia muito ruído no som, optou-se por escolher uma trilha e eliminar o áudio direto. Nesse momento foram discutidas outras referências, sobretudo vídeos de festivais, para afinar a linguagem da montagem. Nas duas reuniões seguintes, com todo material em mãos, iniciou-se a edição.

Nesse ínterim procurou-se um produtor musical para que composse a trilha original do vídeo.

Como o projeto abordava o remix, tanto de imagens, quanto de música, decidiu-se também usar a música *Summertime*, de George Gershwin, pois é uma música com diversas versões. Foram escolhidas três versões da música: uma do gênero jazz, do Charlie Parker com Chet Baker, a célebre versão da cantora Janis Joplin, e uma versão da banda americana *Sublime*, e foi proposto ao produtor que criasse uma versão eletrônica a partir de elementos de qualquer uma das versões anteriores.

Durante o terceiro encontro com o editor, seu colega de apartamento, ao ver um trecho da edição, comentou que ficaria muito legal fazer uma animação em cima da cena, foi proposto, então, que ele criasse a animação para que pudesse ser inserida no vídeo. Com o auxilio de um *pen drive*, as imagens da Ilha foram passadas para seu computador para que pudesse trabalhar em uma animação.

Para a última reunião foi solicitada a ajuda de um produtor musical, para que colaborasse na mixagem das músicas, unindo a trilha sonora.

Assim, após quatro reuniões para montagem, finalizou-se a edição e foi concluída a produção de um curta audiovisual, acrescido de uma animação e uma música tema original.[[9]](#footnote-9)

**5. Considerações finais**

O objetivo deste trabalho foi levantar questões sobre a produção colaborativa

Ao intentar produzir uma obra audiovisual mediante os parâmetros da produção colaborativa, procurou-se confrontar, no exercício da prática, teorias levantadas por estudiosos.

Embora o curta tenha sido concluído dentro do prazo e satisfazendo alguns dos requisitos necessários à produção colaborativa - sobretudo no que conserne à coautoria e ao estilo de linguagem, foi observado, durante todo o processo de produção, um envolvimento muito grande da autora para que o projeto fosse levado adiante, até a sua conclusão. O que contrasta com a característica de auto-regulação, considerada essencial para a dinâmica colaborativa de produção.

Comparando a produção do curta com os exemplos colaborativos analisados, duas observações ajudam a compreender o porque do curta ter falhado neste aspecto. Em primeiro lugar, observa-se, nos três casos analisados, que a produção colaborativa se dá num ambiente onde a comunidade envolvida já possuía uma produção alternativa de conteúdo, enquanto que, no caso do curta, a produção de conteúdo da forma que fora solicitada pelo projeto colaborativo se diferenciava muito dos registros audiovisuais pessoais de eventos, o tipo mais comum de produção audiovisual nessa comunidade.

Outro aspecto relevante é que, mesmo na produção dos registros, o envolvimento da comunidade em geral com esta produção, dura um período curto de tempo, que abrange alguns meses que antecedem uma festa e se estendem até poucos meses após o evento, uma vez que a iminência de outro evento direciona a atenção da comunidade para outras produções. Assim, para manter a atenção na produção colaborativa que se referia a um evento específico, foi preciso a intervenção da autora em todas as etapas do processo.

Em segundo lugar, nota-se, nos casos analisados, que ouve a necessidade do desenvolvimento de ferramentas que solucionassem possíveis impasses na produção colaborativa proposta por cada exemplo. No caso do “*Life in a Day”,* além do projeto utilizar de forma privilegiada os recursos da plataforma do Youtube, uma vez que a produção era em parceria com o site, foi desenvolvido um software de catalogação e organização de todo o acervo de imagens, para que os produtores pudessem visualizar e analisar o imenso volume de dados que tinham disponíveis. Já em “Bar Karma”, seu produtor desenvolveu um software de roteiro online, que permitia uma conexão direta dos participantes, além de organizar as histórias desenvolvidas em um sistema que possibilita a visualização rápida de todas histórias bem como comentários de cada cena. O projeto “Skank Play” também criou uma nova ferramenta, no caso, um aplicativo que mixava os vídeos disponíveis no site com aquele gravado pelo usuário, gerando um único videoclipe da música.

Durante a produção do curta, sobretudo nas etapas de edição, observou-se uma dificuldade em manter uma conexão com os participantes envolvidos; se, por exemplo, uma ferramenta de edição online, fosse hoje uma realidade comum, parte dos problemas encontrados na produção poderiam ser facilmente solucionados, sem que houvesse a necessidade de uma interação física dos usuários envolvidos.

Saindo da comparação dos exemplos, onde produção colaborativa é sempre intermediada por algum tipo de entidade comercial, deve-se atentar para questões que uma produção colaborativa descentralizada enfrenta.

No caso do audiovisual, questões como de financiamento e premiação de uma obra colaborativa ainda não encontram respostas claras, por exemplo. Questões como o a legislação de proteção à propriedade privada também tornam-se relevantes, a medida a cultura de *remix* e o compartilhamento por pares cresce.

Entende-se, portanto, que o paradigma colaborativo figura entre os mais intrigantes e estimulantes dentro das possibilidades ofertadas pelas novas tecnologias, isso porque sua existência baseia-se num modelo democrático de produção. Contudo, no caso do audiovisual, ainda é observado empecilhos que inviabilizam uma produção completamente colaborativa, empecilhos estes que vão desde questões técnicas até morais e legislativas.

Desse modo, o estudo conclui que, tanto nos casos analisados, quanto no experimento prático da produção colaborativa, o caso do audiovisual ainda está distante das previsões analisadas na teoria. Embora tenha-se encontrado uma diferença substancial entre teoria e prática, observa-se que grande parte dos problemas encontrados na prática podem ser solucionado com o avanço tecnológico, através do desenvolvimento de ferramentas que viabilizem a produção colaborativa. Assim, acredita-se que a produção colaborativa no audiovisual, ainda que não seja realidade, é um processo em ascensão que ganha corpo, conforme o desenvolvimento da tecnologia digital avança.

**Referências bibliográficas**

ANDERSON, Chris. **A CAUDA LONGA:** do mercado de massa para o mercado de

nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BENKLER, Yochai; **THE WEALTH OF NETWORKS.** Disponível em: <<http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf>>. Acesso em: 30/08/2013

CASTRO, Cosette. Conteúdos para TV digital: navegando pelos campos da produção e recepção. IN: CASTRO, Cosette; FILHO, André Barbosa; TOME, Takashi.(orgs.). **Mídias Digitais**. p. 295-318. São Paulo: Paulinas, 2005.

<<https://www.facebook.com/Universo.Colletivo>> Acesso em: 15/08/2013

FILHO, Andre Barbosa; CASTRO, Cosette. A inclusão digital como forma de inclusão social. IN: CASTRO, Cosette; FILHO, André Barbosa; TOME, Takashi. (orgs.). **MÍDIAS DIGITAIS**. p. 273-293. São Paulo: Paulinas, 2005.

MAUSS, Marcel Marcel Mauss, **THE GIFT**: Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies. 1967. Disponível em: <<http://goodmachine.org/PDF/mauss_gift.pdf>> Acesso em: 20/09/2013.

MIKE HALE, **LIFE IN A DAY:** the world as Youtube knows it. 28/jul/2011. Disponível em: <<http://movies.nytimes.com/2011/07/29/movies/life-in-a-day-review.html>> Acesso em: 15/08/2013.

JENKINS, Henry. **CULTURA DA CONVERGÊNCIA.** 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MACDONALD, Kevin, et al. **LIFE IN A DAY.** Direção: Kevin Macdonald, et al. 1 DVD (95min) Youtube e National Geographics, 2011. Disponível em: <<http://www.youtube.com/lifeinaday>>. Acesso em: 15/09/2013.

MCLUHAN, M. **OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMO EXTENSÕES DO HOMEM**. São Paulo: Cultix, 1969.

MELO, JOSÉ MARQUES de, Prefácio. IN: CASTRO, Cosette; FILHO, André Barbosa; TOME, Takashi.(orgs.). **MÍDIAS DIGITAIS**. p 7-15. São Paulo: Paulinas, 2005.

PRADO, Cláudia; CAMINATI, Francisco; NOVAES, Thiago. Sinapse XXI: novos paradigmas em comunicação. IN: CASTRO, Cosette; FILHO, André Barbosa; TOME, Takashi.(orgs.). **MÍDIAS DIGITAIS**. p. 25–49. São Paulo: Paulinas, 2005. 53

GUIMARÃES JR., Mário J.L. **A CIBERCULTURA E O SURGIMENTO DE NOVAS FORMAS DE SOCIABILIDADE.** Imprimatur, Revista Eletrônica de Ciências Humanas, Disponivel em: <<http://www.cfh.ufsc.br/~guima/ciber.html>>, 1998a. Acesso em: 15/09/2013.

 WADLEIGH, Michael. **WOODSTOCK:** três dias de paz e amor. Direção: Michael Wadleigh . 4 DVDS (240min) Warnen Bros. Pictures. 1994.

 <[www.youtube.com](http://www.youtube.com/)>.Acesso em: 14/08/2011.

1. Artigo apresentado no Eixo 3 – Comunicação Corporativa e Práticas de Produção e Consumo Online do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura realizado de 20 a 22 de novembro de 2013. [↑](#footnote-ref-1)
2. Pós graduada pelo programa de pós graduação *lato sensu* em Comunicação Audiovisual da Puc/Pr e integrante do Grupo de Pesquisa, da Universidade Tuiutí do Paraná, INCOM – Núcleo de Estudos e Experiências baseadas em Tecnologias de Visualização e Interação, vinculado ao CNPq. Email: alice.rt@gmail.com [↑](#footnote-ref-2)
3. *Commons* “são um tipo particular de arranjo institucional onde ninguém tem o controle exclusivo do uso e da disposição de qualquer recurso particular” (Benkler, 2007,p. 12). [↑](#footnote-ref-3)
4. Disponível em: <http://www.youtube.com/user/lifeinaday/experience> [↑](#footnote-ref-4)
5. Disponível em <http://www.youtube.com/playlist?list=PLE88DBBB26CBD92BA> [↑](#footnote-ref-5)
6. O site de acesso à ferramenta foi desativado [↑](#footnote-ref-6)
7. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=3pWfKImf7rs> [↑](#footnote-ref-7)
8. <https://www.facebook.com/Universo.Colletivo> [↑](#footnote-ref-8)
9. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=R9GhssHpWN8> [↑](#footnote-ref-9)