

## **Remix e Curadoria Digital: O Uso de Filtros como Ferramenta Discursiva<sup>1</sup>**

Franco Araujo Simões<sup>2</sup>

José Armando Valente<sup>3</sup>

Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

### **Resumo**

Em uma era marcada pela hipertrofia de conteúdos e pela escassez de atenção, verifica-se a necessidade de novas dinâmicas discursivas que possam se adequar a este contexto. Este artigo discute processos criativos que se utilizam de materiais existentes - deslocando os conteúdos de seus contextos originais, reorganizando informações ou fazendo pequenas alterações em suas estruturas - para conceber novas mensagens e atribuir aos conteúdos um novo potencial semântico. Passando por práticas da Cultura do *Remix* - como os *mashups*, apropriações, e o uso de *samples* - e propondo uma discussão acerca da reconfiguração da Curadoria no meio digital, o artigo elabora uma reflexão a respeito do uso de filtros como ferramenta discursiva, pensando sobretudo em sua aplicação a criações artísticas.

### **Palavras-chave**

Filtros; Curadoria digital; *algorithmic editing*; *database narrative*; Cultura do *remix*.

### **Corpo do trabalho**

#### **Introdução**

Diariamente uma grande quantidade de conteúdo de mídia é criada no meio digital - ou convertida para ele. De extensos acervos de livros, fotografias e vídeos digitalizados, a tweets, infográficos e GIFs criados por usuários, uma vasta gama de informações de diversas fontes e naturezas pode ser encontrada na rede, para acessos e compartilhamentos.

Diante da riqueza de informações que se desenvolve constante e quase que involuntariamente na rede, torna-se necessária uma maior compreensão das dinâmicas de atenção de seus usuários, em busca de um consumo efetivo do conteúdo. Cada vez mais ganha espaço uma atividade que apoia-se na abundância de material midiático para criação de seus discursos: a filtragem. A organização dos conteúdos ocupa-se com suas características (formais ou semânticas), associando e veiculando em conjunto

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social (Midialogia). Email: o.franco@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador da pesquisa. Professor titular do curso de Comunicação Social (Midialogia), Unicamp. Email: jvalente@unicamp.br.

informações afins; e dos interesses dos usuários, de forma a veicular um material mais amigável aos recursos escassos de atenção do público.

Por mais que a organização, filtragem e curadoria de materiais não tenha sido introduzida pelo meio digital, este proporciona uma série de mudanças que alteram a forma e a velocidade como essas atividades se desenvolvem - o que, por sua vez, influencia a própria dinâmica de circulação de informações na rede. Por exemplo: 1. Os bancos de dados podem ser muito maiores e o acesso a seu conteúdo torna-se mais rápido; 2. A disponibilidade para circulação do material na rede o torna mais acessível, proporcionando uma maior participação do público nas etapas de filtragem; 3. Os metadados complexificam a criação de categorias, permitindo que estas assumam formas que vão além das convencionais palavras e números e usufruindo de *geotags*, extensões de arquivos e outras informações alimentadas automaticamente; (MANOVICH, 2002) 4. Diferentes tipos de arquivo - como imagens, vídeos e textos - podem ser agrupados sob o mesmo filtro.

O objetivo deste artigo é explorar as possibilidades práticas de aplicação de estratégias de filtragem e curadoria - sobretudo aquelas que se apoiam nas dinâmicas do meio digital - para a criação de novos discursos e conteúdos, tendo como foco conteúdos audiovisuais. Por meio de uma breve reflexão teórica, o artigo discute a evolução dos *processos criativos* em um contexto permeado por práticas como o *Remix*, a Apropriação e a Citação (LEÃO, 2012) e pela Cultura da Reciclagem (BASTOS, 2014, p.19). Discute-se a *escolha como fazer artístico* - do *ready-made* às *playlists* de DJs (BOURRIAUD, 2009) - e como isto pode proporcionar ao consumidor uma participação não trivial na obra. Então, adiciona-se à reflexão elementos da cultura digital que permitem uma maior reconfiguração deste processo criativo: vastos bancos de dados desenvolvidos com complexa categorização em metadados podem ser associados a algoritmos que podem promover uma filtragem automaticamente - ou de acordo com a vontade do usuário.

Por fim, a discussão se encerrará com um breve Estudo de Caso do projeto Memex Cromático, desenvolvido com o apoio da FAPESP para fins de pesquisa acerca das Poéticas das narrativas de bancos de dados, e das potências da montagem de algoritmo, o que permitirá uma aproximação prática das discussões teóricas trazidas ao longo do texto.

### ***A arte como matéria-prima***

“A pergunta artística não é mais: ‘o que fazer de novidade?’,  
e sim: ‘o que fazer com isto?’”

**Nicolas Bourriaud**

A criação, sobretudo no campo artístico, não se reduz à produção de algo a partir do nada, e tampouco deve ser associada a uma noção ultrapassada de originalidade como “estar na origem de...” (BOURRIAUD, 2009, pg. 8). Torna-se muito produtiva a visão da criação como processo, que não se inicia com a folha em branco e não se encerra com a ilustração: permite-se então a inserção da obra em um contexto cultural - que não ignora os repertórios e os intertextos que integram o produto - e o reconhecimento da participação do consumidor na operação.

Para os objetivos deste artigo, a relevância do consumo no processo criativo será considerada em dois níveis: 1. O da interpretação, no qual o usuário dá significado a um objeto ao tentar compreender seu uso, ou a um texto ao tentar interpretá-lo baseado em seu próprio repertório e no contexto em que está inserido

“Utilizar um produto é, às vezes, trair seu conceito; o ato de ler, de olhar uma obra de arte ou de assistir a um filme significa também saber contorná-los: o uso é um ato de micropirataria, o grau zero da pós-produção. Ao utilizar sua televisão, seus livros, seus discos, o usuário da cultura emprega toda uma retórica de práticas e ‘artimanhas’ semelhante a uma enunciação, a uma linguagem muda possível de classificar em seus códigos e figuras.” (Ibid. p. 21)

; e 2. O da criação de necessidade, no qual “o consumo, ao criar a necessidade de uma nova produção, constitui ao mesmo tempo o motor e o motivo dessa criação” (Ibid. p. 20).

Com o *ready-made*, Marcel Duchamp procura evidenciar a “equivalência entre escolher e fabricar, entre consumir e produzir.” (Ibid. p. 20) ao mostrar como o simples deslocamento de um objeto físico de seu local original dá a ele um novo significado: afasta-se da interpretação a simples funcionalidade - que o torna invisível e cotidiano - e permite-se seu diálogo com uma nova paisagem cultural que possibilita sua interpretação como objeto de arte. A atividade do DJ pode ser vista como uma atualização do *ready-made* em seu tempo, na criação de *sets* pelo encadeamento de determinadas músicas em suas *playlists*, mas que traz inovações que complexificam a reutilização de conteúdos, como a utilização de *samples* ou das práticas de *remixagem* - em que trechos ou pistas específicas de uma música são alteradas. Embora tais termos tenham sido cunhados em

decorrência de seu surgimento na música, é possível encontrar a aplicação de práticas de *remix* em outras áreas de produção cultural:

With each element of a song – vocals, drums, etc. – available for separate manipulation, it became possible to “re-mix” the song: change the volume of some tracks or substitute new tracks for the old ounces. Gradually the term became more and more broad, today referring to any reworking of already existing cultural work(s). (...) Around the turn of the century (20th to 21st) people started to apply the term “remix” to other media besides music: visual projects, software, literary texts. (MANOVICH, 2007, p. 2 e 3)

Além do *remix*, verificam-se outras formas de reutilização de produtos culturais que também podem ser consideradas parte da “Cultura da Reciclagem” (BASTOS, 2014, p. 19):

- A Apropriação, que consiste no emprego de determinado conteúdo em outro contexto, mas sem que haja uma grande alteração do material fonte. Seria o mais próximo dos *ready-mades* de Duchamp, em que o efeito estético consiste na transferência de um signo cultural de uma esfera a outra (MANOVICH, 2007, p. 3);
- As Citações, que se assemelham à lógica da apropriação mas procuram manter o sentido original do material fonte, de forma promover um diálogo entre as obras (LEÃO, 2012, p. 6)
- Os Mashups, que encontram significados diversos que variam de acordo com sua aplicação. Em vídeos e músicas<sup>4</sup> - com a criação de um produto final a partir da assemblagem de materiais fonte de diversas origens -, na educação<sup>5</sup> - com a integração de diversas modalidades de conteúdos unidos pela temática - e em *softwares*<sup>6</sup> - tratando de aplicações híbridas que reúnem conteúdos e mecanismos de diferentes fontes para a criação de serviços.

Na Era do Remix (Ibid, 2007, p. 2) conceitos de “enunciação do emissor” e “participação do receptor” se perdem no processo criativo, e ambos se reconfiguram na figura do Usuário das Formas (BOURRIAUD, 2009, p. 41). Produtos culturais passam a ser objetos - matéria prima - para a criação de outros produtos culturais: uma fotografia

<sup>4</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Mashup\\_\(music\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Mashup_(music)) e [https://en.wikipedia.org/wiki/Mashup\\_\(video\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Mashup_(video)).

Acessado em 03 dez. 2016

<sup>5</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Mashup\\_\(education\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Mashup_(education)). Acessado em 03 dez. 2016

<sup>6</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Mashup\\_\(web\\_application\\_hybrid\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Mashup_(web_application_hybrid)). Acessado em 03 dez. 2016

de celebridade pode ser baixada da internet e manipulada (*remixada*), diversas músicas de uma banda podem ser baixadas e montadas na produção de uma nova peça (THE ANATOMY OF MASHUP, 2011) e materiais audiovisuais antigos podem ser retirados de seus momentos históricos e contextos sociais e ressignificados (com pouca ou nenhuma alteração) ao circular na internet (EVERYTHING IS TERRIBLE, 2016).

Existe, no entanto, uma prática que tem se tornado cada vez mais comum no meio digital e que, apesar de apoiar-se na reutilização de conteúdos para a criação de novos discursos, narrativas e produtos, não se enquadra com facilidade nas práticas da Cultura do Remix citadas acima: a Filtragem.

### ***Os filtros como ferramenta discursiva***

A filtragem (ou curadoria) consiste em criar um novo contexto no qual os conteúdos serão veiculados, reorganizando diferentes materiais (mais uma vez, de diversas fontes e naturezas) de acordo com suas características. O filtro cria um sistema de regras que seleciona o que irá ou não compor determinado discurso, e comunica por si só: tendo conhecimento a respeito dos filtros aplicados na criação de determinado conteúdo, tem-se conhecimento da categoria relevante que os une, e esta se torna central na interpretação geral do material. Esta estratégia - aliada à característica do meio digital de converter “qualquer informação em sequências binárias” (BASTOS, 2014, p. 24) - permite o desenvolvimento de um discurso hipermidiático, dotado de imagens, infográficos, *tweets*, vídeos além da possibilidade de *link* para outros materiais. Em um ambiente com tamanha variedade de informações, a unidade trazida pelo filtro proporciona uma interpretação diferenciada do material.

A filtragem como ferramenta do processo criativo já é aplicada em diversos campos no meio digital, por exemplo:

- No jornalismo, vemos o crescimento da prática do *Gatewatching*, em oposição ao *Gatekeeping*. Enquanto o segundo trata-se da estratégia de jornalismo em que poucos editores detém o poder de decisão sobre o que vai circular, o primeiro trata-se de uma estratégia mais colaborativa, contando com a participação do público na organização de grandes quantidades de informações disponíveis - incluindo imagens, vídeos, e material veiculado pelo jornalismo tradicional - por meio de filtros: “[a abordagem de Gatewatching] focaliza principalmente na republicação, divulgação, contextualização e *curation* de material existente em

vez do desenvolvimento de conteúdo jornalístico substancialmente novo” (BRUNS, 2011, p. 126). Este jornalismo colaborativo típico do ambiente digital conta, ainda, com a análise e curadoria de conteúdos de redes sociais, como o *Twitter*. (POPE in BAILIE, 2015)

- Já no campo da educação, torna-se tão importante quanto compreender os conteúdos veiculados compreender os processos de curadoria e filtragem. Torna-se uma preocupação conscientizar estudantes a respeito de como escolher os curadores que virão a acompanhar e como interpretar os filtros utilizados, para posteriormente tornarem-se também curadores, visto que esta atividade proporciona uma camada mais profunda de aprendizado.

“Cobb sees in curation two opportunities for individual lifelong learning - find great curators to follow and become a great curator. He says finding curators with similar interests (but not necessarily opinion) and established credibility allows an individual to attend to the most relevant information pre-filtered and contextualised. Becoming a curator allows development of expertise in a field and potentially open up channels of engagement with other experts.” (BAILIE, 2015)

Nestes campos da comunicação, o filtro (aplicado aqui pela figura do curador), tem como objetivo contextualizar diferentes conteúdos e auxiliar aquele que consome a informação a compreender de que forma de que forma eles se relacionam. É importante reiterar, ainda, que nestes contextos os conteúdos originais permanecem íntegros, e muitas vezes são referenciados explicitamente, o que permite que sejam reutilizados em outros discursos. O processo criativo se mantém: do primeiro conteúdo, passando por sua associação a outros conteúdos (mediante à seleção do curador) e criação de um discurso, estando este discurso mesmo (e todos aqueles que o compõe) disponíveis para uma posterior filtragem ou apropriação.

### ***Curadoria Algoritmica***

*“But we have embraced computational tools as our primary media of expression, and have made not just mathematics but **all** information digital, we are subjecting human discourse and knowledge to these procedural logics that undergird all computation.”*

***Tarleton Gillespie***

Além da Curadoria feita por indivíduos e grupos, o meio digital proporciona uma modalidade que se utiliza dos dados, seus metadados (“dados que descrevem dados”) e de algoritmos para promover a filtragem de forma Automática. Em redes sociais como o

*Facebook* e o *Twitter*, pode-se dizer que a automação da filtragem ocorre de forma completa: o comportamento dos usuários é mapeado de acordo com o conteúdo compartilhado e páginas seguidas, por exemplo. Algoritmos são responsáveis, então, por interpretar as atividades desenvolvidas pelos usuários e definir seus interesses, para, posteriormente, utilizá-los como filtros - dando preferência a determinadas publicações e anúncios que supostamente seriam relevantes.

Plataformas de consumo de música, como o *Spotify*, se utilizam dos algoritmos para interpretar a preferência musical dos usuários e, posteriormente, criar uma *playlist* automaticamente com músicas que eles não conhecem e provavelmente gostariam. Isso é feito partindo de um grande banco de dados de músicas - todas categorizadas com metadados que descrevem desde o artista responsável e o ano de criação até os diferentes gêneros e estilos musicais em que podem se enquadrar - e da constante atividade de um extenso número de usuários. Os algoritmos utilizam como informação para seu funcionamento tanto os metadados originais - que cruzam interesses por artistas de gêneros semelhantes, por exemplo - como a atividade dos usuários - utilizando as *playlists* de usuários com perfis de interesse semelhantes para sugerir músicas. (POPPER, 2015)

Embora a influência do consumo sobre o processo criativo destes produtos (*playlists* e publicações selecionadas para aparecer na *timeline*) se verifique a nível de “criação de necessidade” - tais conteúdos são produzidos especificamente seguindo os interesses de seus usuários - o alto nível de automação pode alienar o receptor da mensagem quanto ao processo de filtragem, fazendo com que acreditem que o que lhes é apresentado não passou por uma curadoria ou que ignorem de que forma essa curadoria foi feita pelos algoritmos (GILLESPIE, 2012). Para os objetivos deste artigo, é necessário observar os processos em que exista a consciência a respeito da curadoria realizada e dos filtros utilizados para que estes possam ser integrados ao processo interpretativo e ocupar um espaço central na concepção dos discursos. Neste sentido, existem plataformas em que a filtragem é promovida mediante a interação direta do usuário: por mais que o mecanismo interno selecione os conteúdos e os apresente ao usuário de forma automática, os filtros utilizados são escolhidos pelos usuários. A apresentação de exemplos de aplicação deste tipo de plataformas possibilitará uma compreensão de seu funcionamento em processos criativos artísticos, e suas potências de funcionamento no audiovisual - encaminhando para o estudo de caso.

- Radiooooo (2015): Com sua interface apresentando uma representação cartográfica do mundo e uma linha do tempo, esta plataforma convida seus usuários a explorarem a paisagem musical de diversos países em diferentes eras. As *playlists* são montadas automaticamente diante das escolhas dos usuários, e podem ser alteradas quando desejado. O conhecimento objetivo dos filtros utilizados na concepção da *playlist* permite aos usuários uma interpretação diferenciada deste produto, que pode variar desde uma análise acerca da evolução dos estilos musicais nos países ao longo do tempo até um passeio contemplativo por diversas paisagens sonoras. Uma vez que o processo criativo de plataformas desse tipo consiste na lógica de organização dos conteúdos, estes podem ser variados - podendo inclusive ser retirados ou adicionados ao sistema durante seu funcionamento, sem que nenhuma alteração precise ser feita em seu código base. Isso proporciona, ainda, uma maior abertura à participação do usuário, que passa a poder integrar o sistema como ouvinte, como fornecedor de músicas (sendo permitido ao usuário adicionar conteúdos às *playlists*) e como “crítico” (monitorando se os conteúdos acrescentados às *playlists* são coerentes, e adicionando músicas à sua lista de “favoritas”).
- Seven Digital Deadly Sins (2014): Trata-se de um web documentário cuja temática trata do comportamento de usuários em redes sociais. Para discutir o assunto, utilizam-se conteúdos de diversas mídias - artigos, vídeos com entrevistas e ilustrações - além de pesquisas e enquetes que estimulam a participação dos usuários, convidando-os a “absolver” ou “condenar” comportamentos comuns, além de admitir se tem estes comportamentos ou não. Os resultados das enquetes - que se atualizam diante da participação dos usuários - constroem em conjunto com os conteúdos disponíveis a concepção da mensagem. Todas estas informações são distribuídas espacialmente pela interface e podem ser acessadas isoladamente, mas a plataforma oferece ainda sete filtros que permitem uma reorganização dos conteúdos: “Lust”, “Sloth”, “Wrath”, “Gluttony”, “Pride”, “Envy” e “Greed” - os sete pecados capitais. O uso destas categorias cria uma curadoria automática que proporciona uma reinterpretação do conteúdo ao criar uma associação temática entre os conteúdos que poderia ser ignorada antes da aplicação do filtro.

### ***Database Cinema e Algorithmic Editing: Um estudo de caso***

*“Given that the logic of the cinema was closely linked to the logic of industrial age, what kind of cinema can we expect from in the information age?”*  
**Lev Manovich**

*Memex Cromático* trata-se de uma interface desenvolvida sobre uma plataforma<sup>7</sup> de *database cinema* e de *algorithmic editing* programada com o objetivo de explorar as possibilidades de utilização de Metadados no desenvolvimento de narrativas audiovisuais interativas. Em pesquisa desenvolvida com o apoio da FAPESP, o projeto baseou-se no projeto de Soft Cinema (KRATKY; MANOVICH, 2005) com a ideia de criar um mecanismo que, partindo de um banco de dados de fragmentos de vídeos devidamente categorizados, montaria automaticamente um produto audiovisual. O mecanismo funciona da seguinte forma: Estando os fragmentos de vídeos devidamente categorizados com seus metadados, o algoritmo funciona como filtro, selecionando apenas fragmentos que contenham determinados metadados para montar o produto final. A plataforma se destaca por permitir ao usuário que escolha, a partir de sua interação com a interface, quais filtros deverão ser aplicados na montagem do produto final.

Visto que a plataforma consiste apenas na lógica utilizada pelo algoritmo, o desenvolvimento de um projeto que a utilize exige a criação:

- Do banco de dados de fragmentos de vídeos. A seleção deste banco de dados pode ser vista como a primeira filtragem, executada pelo “artista” desenvolvendo seu projeto sobre a plataforma, que ditará a temática geral do produto a ser montado. Por exemplo: se o projeto a ser desenvolvido tiver objetivos educativos, os vídeos contidos no banco de dados devem apresentar teor educativo.
- Dos metadados que categorizarão os vídeos. A escolha dos metadados que serão utilizados é o que definirá quais filtros poderão ser selecionados pelos usuários. Por exemplo: em *Seven Digital Deadly Sins* os filtros principais consistem nos pecados capitais.
- Da interface. A interface deverá conter um espaço onde o vídeo montado pelo algoritmo será reproduzido além das possibilidades de filtro que o usuário poderá aplicar. Cabe ao design de interface mostrar ao usuário sua possibilidade de

---

<sup>7</sup> Utilizo a definição de plataforma oferecida por Bogost : “a system that simplifies the development of other things built on top of it” (BOGOST; FERRARI; SCHWEIZER, 2010, p. 157)

interação com o sistema e de que forma ela pode ser feita (por meio de botões e texto, por exemplo)

O projeto *Memex Cromático* cria uma interface que permite ao usuário navegar por um arquivo de conteúdos audiovisuais videográficos dos Estados Unidos na década de 60 (sendo este o recorte geral do banco de dados de fragmentos de vídeos) montando e remontando um vídeo por meio das cores predominantes de diversos fragmentos (de forma que os metadados utilizados consistem na descrição das principais cores contidas neles). O projeto permeia as noções de Apropriação e *Remix*, uma vez que permite a reutilização de vídeos caseiros, institucionais, e comerciais de televisão, alterando sua ordem; e o faz permitindo a aplicação de práticas de filtragem, dando ao usuário o poder de como o produto final é montado.

À luz das discussões desenvolvidas ao longo deste artigo, o projeto pode proporcionar as seguintes reflexões:

- Em posse do conhecimento acerca do filtro utilizado na concepção do produto final que está sendo reproduzido, o usuário é convidado a reinterpretar o material de diversas formas, que, para fins de análise, vou reduzir a três: *Analítica* - na qual o usuário pode analisar de que forma determinadas cores eram utilizadas nos conteúdos audiovisuais, quais suas consequências e quais suas possibilidades narrativas; *Narrativa* - na qual o usuário pode tentar encontrar um enredo que relacione os diferentes fragmentos de vídeo que estão sendo apresentados; *Exploratória* - na qual o usuário é convidado ao exercício do flâneur, navegando e explorando contemplativamente os conteúdos dos fragmentos de vídeos, montando e remontando sua trajetória a partir da interação com a interface.
- O uso de filtros ligados a características formais ao invés de temáticas proporciona ao texto final uma maior aleatoriedade em nível semântico. A justaposição de fragmentos de acordo com suas cores ao invés de seguindo uma linha narrativa sugere interpretações mais abstratas:

“(...) formal constraints give free rein to chance on the semantic level. The more stringent the formal requirements, the less the meaning of the text will express a preexisting vision, and the more it will be produced by the random encounter of signified brought together by the similarity of the signifiers” (RYAN, 2001, p. 185)

- Este projeto proporciona a ressignificação dos conteúdos que veicula em dois níveis. Primeiramente, no nível da *Apropriação* - no qual o deslocamento do

material de sua esfera cultural original (considerando aqui o contexto histórico e a plataforma em que circulou pela primeira vez) propõe debates distintos. A dúvida e a curiosidade acerca do contexto original compõem a dinâmica de interpretação desse material, assim como sua transição para outro meio traz um novo potencial semântico ao meio original de circulação. E depois, no nível do *remix* - ao permitir que a montagem original do produto seja fragmentada, que suas partes sejam reorganizadas seguindo lógicas distintas da seguida originalmente e proporcionando a emergência de novos significados.

Tanto a nível de temática (que pode ser visto como comentários ao conteúdo televisivo e videográfico) como a nível de funcionamento, este projeto parece ilustrar aquilo que Steven Johnson procura identificar como “espécie emergente” (JOHNSON, 2001, p. 36), um novo produto midiático que desenvolve uma nova linguagem e que tem seu surgimento ligado a uma transição entre dois meios. Esta metaforma começaria a se desenvolver em um meio e procuraria em seu próprio conteúdo comentá-lo, mas encontraria dificuldades de fazê-lo por conta de restrições técnicas da plataforma. Uma metaforma que comenta a televisão exigiria um afastamento, uma maior flexibilidade de interatividade, uma forma diferenciada de assimilar os excedentes de informação.

“O que une as diversas cepas dessa espécie emergente é uma crença compartilhada na necessidade de filtros de informação - dados para dar sentido a outros dados. As formas parasitas vicejam em situações em que a informação disponível excede em muito nossa capacidade de processá-la. As metaformas prosperam naqueles pontos limiares em que os sinais degeneram em ruído, em que a esfera de dados se torna demasiado tumultuada e agitada para nela navegarmos sós. Nesses climas, aparece todo tipo de metaforma: condensadores, satiristas, intérpretes, sampleadores, tradutores. Eles se alimentam do excesso de informação, da atordoante sobrecarga sensorial da mediasfera contemporânea.” (Ibid, p. 37)

### **Conclusão**

As práticas de filtragem apresentam um grande potencial na formação de discurso, se mostrando essenciais no período de hipertrofia de informações em que vivemos e muito bem adequado às características do meio digital. Seja empregada por indivíduos ou algoritmos, a curadoria permite que os metadados adicionem aos conteúdos uma nova camada de significado, permitindo que o mesmo material seja identificável em meio aos

excedentes de informação segundo sua descrição, e que seja empregado e na formação de outros discursos. Embora a filtragem não se enquadre diretamente nas práticas da cultura do *remix*, ela pode ser vista como uma ferramenta que permite que estas práticas sejam executadas de novas formas.

### Referências bibliográficas

ANATOMY OF MASHUP. **Definitive Daft Punk**. 2011. Disponível em: <<http://daftpunk.themaninblue.com/>>. Acessado em: 03 dez. 2016.

BASTOS, Marcus. **Limiars da rede**: escritos sobre arte e cultura contemporânea. São Paulo: Intermeios; Fapesp, 2014. 114p.

BAILIE, Heather. **Curation as a tool for teaching and learning**. 2015. Disponível em: <<https://storify.com/hbailie/curation-as-a-tool-for-teaching-and-learning-1>> . Acessado em 03 dez. 2016.

BOURRIAUD, Nicolas. **Pós--produção**: como a arte reprograma o mundo contemporâneo. São Paulo, SP: Martins/Martins Fontes, c2009. 110 p.

BRUNS, Axel. **Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em Tempo Real**: novos desafios para o jornalismo. 2011. SBPJor. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/0BxsXe80tmWPHX2twUTVzOWpHY28/edit>>. Acessado em 03 dez. 2016.

BOGOST, I.; FERRARI, S; SCHWEIZER, B. **Newsgames**: Journalism at play. Cambridge: The MIT Press, 2010.

EVERYTHING IS TERRIBLE. 2016. Disponível em: < <http://watch.everythingisterrible.com/>>. Acessado em 04 de nov. 2016.

GILLESPIE, Tarleton. **The Relevance of Algorithms**. 2012. Disponível em < <http://www.tarletongillespie.org/essays/Gillespie%20%20The%20Relevance%20of%20Algorithms.pdf>> . Acessado em 8 de jul. 2016.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001

KRATKY, Andreas (Coaut. de); MANOVICH, Lev. **Soft cinema**: navigating the database. Cambridge, MA: The MIT, c2005. 1 v. (não paginado), il. +, 1 DVD. ISBN 026213456X (broch.).

LEÃO, Lucia. **O remix nos processos de criação de imagens e imaginários midiáticos**. Juiz de Fora, 2012. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/0BxsXe80tmWPHWUpsR1pPdnV1MFE/view>> . Acessado em 02 dez. 2016.

MANOVICH, Lev. **Metadata, Mon Amour**. 2002. Disponível em < [http://manovich.net/content/04-projects/039-metadata-mon-amour/36\\_article\\_2002.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/039-metadata-mon-amour/36_article_2002.pdf) >. Acessado em: 04 de nov. 2016.

MANOVICH, Lev. **What Comes After Remix?** 2007. Disponível em: < <http://manovich.net/index.php/projects/what-comes-after-remix> >. Acessado em 03 dez. 2016.

POPPER, Ben. **Tastemaker: How Spotify's Discover Weekly cracked human curation at internet scale**. 2015. Disponível em: <<http://www.theverge.com/2015/9/30/9416579/spotify-discover-weekly-online-music-curation-interview>>. Acessado em 03 dez. 2016

RADIOOOOO. **The Musical Time Machine**. 2015. Disponível em: <<http://radiooooo.com/>>. Acessado em 04 dez. 2016.

RYAN, Marie-Laure. **Narrative as virtual reality: immersion and interactivity in literature and electronic media**. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 2001. xiii, 399 p.

SEVEN DIGITAL DEADLY SINS. **Interactive Web Documentary**. 2014. Disponível em: <<http://sins.nfb.ca/>> . Acessado em 04 dez. 2016