

Girls In The House: uma análise das práticas de remediação

Girls In The House: an analysis of remediation practices

Rodolfo Alves de ARAÚJO¹
Alan Mangabeira MASCARENHAS²

Resumo

Com a dinâmica da cibercultura, novos gêneros e formatos acabam por se apropriar de particularidades já existentes em outras mídias, com isso temos a reconfiguração de diversos conteúdos. Nesse sentido a websérie *Girls In The House* nos chama atenção em razão de ser um *machinima* (narrativas criadas a partir de games) e por ser um exemplo que surge nessa prerrogativa de inovações, utilizando o *The Sims* para personificar roteiros e remediações para se apropriar de traços televisivos. Portanto, o presente artigo propõe-se a analisar quais são as características que a websérie se apropria da tv. Analisamos um vídeo do canal RaoTv e comparamos com o *reality Keeping Up With The Kardashians*. Os resultados nos apontam que toda a estrutura do *reality* é reconfigurada em um produto direcionado a web.

Palavras-chave: Machinima. Remediação. Reality show.

Abstract

With the dynamics of cyberculture, new genres and formats end up appropriating features already existing in other media, with this we have the reconfiguration of several contents. In this sense, the *Girls In The House* web site calls us attention because it is a *machinima* (narratives created from games) and for being an example that emerges in this prerogative of innovations, using *The Sims* to impersonate scripts and remediation to appropriate traits. Therefore, the present article proposes to analyze what are the characteristics that the web series appropriates the tv. We analyzed a video of the RaoTv channel and compared it with the *reality Keeping Up With The Kardashians*. The results tell us that the whole structure of *reality* is reconfigured into a web-driven product.

Keywords: Machinima. Remediation. Reality show.

¹ Graduado do curso de Radialismo da UFPB. E-mail: rodolfo.alves@live.com

² Professor Doutor do Curso de Comunicação Social da UFPB.
E-mail: alanmangabeira@gmail.com

Introdução

Desde a formação do YouTube, acompanhamos o surgimento de novos gêneros e formatos videográficos no website. Cláudio Paiva (2013, p.129) afirma que os vídeos no YouTube funcionam, sobretudo, como paródias, desmontagens e remontagens do sentido de outros produtos midiáticos, como a TV, o videoclipe, o cinema e a publicidade. Assim, o YouTube desperta em figuras sociais o desejo de elaboração do seu próprio conteúdo, pois ele é um ambiente de participação que acontece em “três níveis diferentes: produção, seleção e distribuição” (JENKINS, 2009, p.348 – 349). E um gênero que eclodiu nessa ambiência foi o *machinima*, que são vídeos feitos a partir de jogos eletrônicos, e que denotam uma propulsão de produtos cada vez mais híbridos na cibercultura. Os fãs de jogos eletrônicos utilizam esses espaços para produzir tutoriais, transmissões e narrativas (este último é o segmento explorado neste artigo).

Em vista disso, nosso objeto de estudo é uma websérie nomeada *Girls In The House* que é veiculada pelo canal RaoTv no YouTube. A série é muito popular, não só na plataforma de vídeos, bem como em outras redes sociais, uma vez que ela evoca o surgimento de memes e gifs relacionados aos episódios, tornando-os virais. Esse produto é inteiramente gravado no game *The Sims 4*, onde o autor utiliza a ambientação do jogo eletrônico para customização de personagens e cenários a fim de moldar uma narrativa e migrá-la para o YouTube. E nesse processo de modelação, o autor se apropria de características consolidadas nas linguagens televisivas com o propósito de originar a sua websérie. BOLTER e GRUSIN (1998) nomeia esse fenômeno de Remediação, que é a lógica formal com quem um meio é capaz de apropriar-se das peculiaridades de outro meio. No entanto, o produto também se expande para outros meios, visto que ele pode ser encontrado em forma de livro, músicas, videoclipes e até mesmo em coberturas televisivas. A convergência é inerente à era digital e tecnológica em que vivenciamos diariamente, portanto, produtos se entrelaçam e criam uma infinidade de significados através de suas ações. Então, o produto é um objeto que se manifesta em torno da convergência midiática ao incorporar linguagem de outros veículos ao passo em que também se reconfigura neles.

Portanto, o presente trabalho objetiva compreender quais características elementares *Girls in The House* se apropria para construir sua identidade narrativa. A

escolha deste produto deve-se ao fato da websérie ser a mais famosa entre as produções *machinimas*.

O tema se justifica em meio ao ambiente em que o youtube se posiciona, estimulando a interação e cognição entre indivíduos e vídeos, e com os surgimentos de vários segmentos permanentemente em convergência. Entender toda a estrutura dessa produção de conteúdo voltado para web nos ajuda a clarear e a decifrar como ocorre a produção nos *machinimas*. Esmiuçar essa natureza é um passo para compreender como se configuram e se originam os diferentes gêneros e formatos que surgem a todo o momento no YouTube e como as mídias dialogam para originar esses produtos. Além disso, *Girls in The House* representa uma quebra na produção e distribuição conhecidas das mídias massivas, uma vez que trabalhos de baixos custos são divulgados a partir do uso dos games. Partindo desse pressuposto, a análise dessa pesquisa levanta a importância do debate para a reflexão dos processos midiáticos que emergem a partir dos jogos eletrônicos.

Para alcançar o objetivo deste trabalho, analisamos um episódio do *spin-off* da série intitulado Disk Dunny-Kim expõe Taylor³ e estabelecemos um comparativo com o vídeo do terceiro episódio da décima terceira temporada, hospedado no YouTube, da série *Keeping Up With The Kardashians*⁴, tendo como base para essa reflexão o conceito de Remediação(BOLTER, GRUSIN, 1998).

Machinima

Em 26 de outubro 1996 um curta metragem de animação foi lançado sob o título *Diary of a Camper*, porém ninguém imaginaria que ele havia sido elaborado através do game *Quake* pela própria desenvolvedora do jogo. Anos depois essa prática ganhou adesão entre fãs de diversos jogos eletrônicos, e eis que surge uma nomenclatura para essa linguagem videográfica: *machinima*.

Machinima nasce da prática de o jogador gravar o espaço virtual enquanto controla os seus personagens, dirigindo todo o jogo de câmera, editando e depois adicionando uma dublagem para criar toda a ação dramática da narrativa. Em suma, são

³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=f5e6xCUUOrQ>. Acesso em: 17. Abr 2018

⁴ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=DuDg8q3g1qA>>. Acesso em: 18. Abr 2018

histórias que se apropriam dos personagens de um game existente.

A linguagem videográfica dos *machinima* parece ser análoga ao cinema e a tv, em razão de se recomodar e tomar por empréstimo a ficção narrativa, gênero animação, técnicas de edição e montagem, serialização, etc. Portanto, *machinima* se configura como um produto midiático híbrido que mescla características de outras mídias a fim de originar um novo gênero fílmico.

Esse campo começou a ser explorado, e ainda é, por pessoas comuns que utilizam a computação gráfica em seu favor para criar um novo percurso narrativo em que “as tecnologias de ambientes virtuais produzem espaços de imersão narrativa no qual o usuário interativo assume os papéis de câmera e de editor, transformando a relação entre o filme, o autor, o diretor e seus espectadores” (GREGOLIN, s.d, p.7). Com a democratização das novas tecnologias de comunicação, o mundo apresentou trabalhos cinematográficos em que pessoas semeiam trabalhos de baixos custos e menor tempo de produção, assim ALMEIDA (2014) enfatiza que “filmes de animação podem ser obtidos em menos tempo de trabalho e com gastos mínimos, pois o software do jogo já fornece cenários, atores (os avatares) e efeitos especiais” (ALMEIDA, 2014, p.14). Ou seja, o *machinima* abre novos meios de expressão criativa, não só para *gamers*, mas também para outros nichos de internautas formularem suas narrativas mediadas por programas de processamentos.

Desde então, as empresas detentoras dos games começaram a refletir sobre a possibilidade de dispor recursos de gravação, pois, até então, era imprevisível que usuários iriam utilizar esses mecanismos para criar histórias. Por esse ângulo, “a convergência exige que as empresas repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing” (JENKINS, 2009, p.47). Nesse contexto, podemos fazer um paralelo com a EA (*Electronic Arts*), detentora da franquia *The Sims* que não deixou passar despercebida essa prática criativa consequente da cultura de jogos e disponibilizou ferramentas para fins de reprodução de imagens.

The Sims

Lançado em 2000, o *The sims*, sem dúvida, foi um dos jogos mais influentes da

década passada e continua exercendo forte influência no segmento dos games que simulam a realidade. Sua principal característica é o poder do jogador controlar seu *sim* (avatar), personalizar e criar ambientes. Segundo MOTA, THOMAZ E MELO, *the sims* pode ser descrito como:

O jogo é composto por cenários, que são os módulos de construção dos personagens em que o jogador pode personalizar seus avatares, o módulo de construção da casa e o módulo de compras, incluindo móveis para a casa, roupas e acessórios. As atividades desenvolvidas no decorrer do jogo vão das mais básicas como dormir, comer e tomar banho, até funções sociais como ir a festas, ao trabalho e à escola. No módulo de construção do personagem, há a opção de escolher um personagem já determinado pelo jogo ou construir seu próprio avatar usando os recursos que permitem ao jogador determinar o formato do nariz, olhos e boca, escolher roupas apropriadas para variadas situações sociais, além de poder escolher acessórios como óculos, brincos, relógios, entre outros. (MOTA, THOMAZ, MELO, 2015, p.1)

Como descrito acima, o jogo dispõe de recursos para customização de personagens e ambientes, ou seja, ele propõe a construção de um conjunto de pessoas, interações sociais, relacionamentos, família, etc. O jogo reproduz uma simulação da realidade em que pessoas se sentem empoderadas ao viver situações utópicas, onde personagens estão em estado pleno de felicidade e harmonia, ainda que no virtual. Dessa forma o jogo conseguiu estabelecer uma ideia de que ele é um ambiente facilmente modificado. Posto isso, a franquia alcançou notoriedade por determinadas características de simulação que os diferenciava de outros jogos.

Com a popularização da franquia *The Sims*, surgiu um novo movimento em que os jogadores moldavam os avatares inspirados em famosos. A partir disso começa a explosão de vídeos usando o *The Sims* para reproduzir clipes, trailers de filmes, programas de TV, etc. Os fãs utilizavam softwares terceiros para produzi-los, no entanto, devido à popularização desse estilo de vídeo ser irreversível, a *Electronic Arts* disponibilizou uma ferramenta que permite gravar o jogo e proteger os direitos autorais do próprio jogo e daqueles que optarem por divulgar em outras plataformas. O game possui todo um aporte para captura e gravação de imagens, permitindo que o usuário possa concretizar suas invenções.

Foi nesse habitat que surgiu *Girls In The House*, um produto todo produzido no *The Sims 4* que atrai bastante audiência de espectadores do YouTube e de outras redes

sociais. A websérie dialoga com vários fenômenos da música pop norte americano, além de ter em sua estrutura elementos de séries televisivas. E para refletir essa prática, tomaremos como base o conceito de remediação, idéia difundida por Bolter e Grusin (2002).

Remediação

O surgimento de novos meios de comunicação reverbera as características de outra mídia antecessoras de forma que elas coexistam, ou seja, a evolução das tecnologias perpassa sempre por um estado de adaptação. Ressaltando que as mídias antigas não serão dizimadas ou retraídas conforme a progressão do tempo nesse processo. Como referência teórica para este fenômeno temos o conceito de remediação.

O conceito de remediação é definido pelos autores Bolter e Grusin (2000) “como a lógica formal com que um meio é capaz de apropriar-se das propriedades e peculiaridades de outro meio sendo este, seu antecessor.” (apud MASCARENHAS, FRANÇA, NICOLAU 2012, p.123). Contudo não é um fenômeno relativamente novo, pois “no caso da televisão, a marca distintiva é a imagem sonorizada. Quando é fixa, a imagem é uma remediação da fotografia, embora neste caso adaptada ao formato televisivo” (CANAVILHAS, 2012, P.10). Assim como os games utilizam as técnicas desenvolvidas pelo cinema, como os diversos posicionamentos de câmera, enquadramentos, trilhas, narrativas introdutórias, etc.

Para compor a lógica da remediação, Bolter e Grusin (2000) destacam o conceito de imediação e hipermediação. Por imediação entende-se a alta intensidade de imersão do usuário no conteúdo que o meio por qual ele consome acaba por ficar invisível. Já por hipermediação compreende-se um movimento oposto da imediação, ou seja, o meio torna-se presente e visível perante o indivíduo.

As mídias massivas, tradicionais e generalistas, quanto às novas mídias digitais, utilizam essa estratégia de adquirir características da outra. Então, as profundas transformações provocadas pela remediação desenvolvem novas formas de expressões midiáticas e culturais. Assim, por exemplo, a tv remedia o modelo interativo da web e ela por sua vez remedia os elementos televisivos para estruturação de materiais audiovisuais.

Portanto, a concepção de remediação é útil para compreender o nosso objeto de estudo, pois, ele remedia características de gêneros televisivos para conceber o *machinima*, tal como ele é transmitido via YouTube.

Gêneros Televisivos: Reality Show

A noção de gênero televisivo distingue diferentes tipos de conteúdos que se consolidaram ao longo do tempo nas grades de programação. Isso porque o perfil de produção televisiva é generalista e direta, ou seja, ela não permite muitos projetos destemidos em razão da sua lógica de rentabilidade.

Porém, percebe-se que a tv vem explorando o gênero *reality show* e a notar um maior engajamento entre aqueles que ainda utilizam as redes sociais como segunda tela, assim, “trata-se de um novo gênero – universal – de programação de TV, que deverão desdobrar-se numa infinidade de novos produtos” (GARCIA, VIEIRA, PIRES, s.d, p.2), visto que o consumo de *reality shows* atualmente traduz-se a pessoas que utilizam as redes sociais para formar torcidas, promover engajamentos e, conseqüentemente, novos conteúdos paralelos são disponibilizados para esse público. Fechine afirma que o gênero é a “síntese de características da internet e da televisão, sendo, por isso, propensa para esse momento de transição de modelos na TV”. (FECHINE, 2009, p.157)

O *reality show* é um programa televisivo que tem a intenção de mostrar a vida real, e com isso buscar uma proximidade com o espectador e que põe em voga o *voyeurismo*. Com a ascensão desse gênero, vários formatos surgiram/surgem na dinâmica televisiva de tentar dar uma “roupagem nova” para o que já existe. A tv ainda irá explorar muito a as potencialidades do *reality show*, em virtude do que já foi exposto mais acima, a tv não permite muitos erros, devido a demanda incessante por interesses comerciais. E o *reality show* é um caloroso exemplo de convergência midiática que vem dando certo, assim todos os formatos aqui no Brasil exploram os diferentes meios para expandi-las.

Mas, o que nos interessa a princípio é *reality shows* que trata de questões familiares, ou melhor, que espetaculariza o contemporâneo de uma família. Para isso, todo o aparato tecnológico é construído para a construção desse evento, onde pessoas comuns tornam-se atores discursivos. Garcia, Vieira e Pires (2005?) nos aponta que “a

mídia é uma das principais fontes de espetacularização no contemporâneo e como um aparato sócio-tecnológico, possui dispositivos próprios que levam à espetacularização, como é o caso dos reality shows”. Nesse sentido, podemos contextualizar isso refletindo sobre o *reality keeping up with the Kardashians* cuja linha narrativa se detém a acompanhar o cotidiano de uma família de celebridades, em detrimento de uma estrutura competitiva, que alcançou o sucesso apenas pela capacidade de manifestar suas vidas privadas e brigas com outras celebridades (sem entrar no mérito de construção dessas narrativas). Então, ele é um discurso midiático que vende comportamento, moda, estilo, marcas, e, principalmente, os valores culturais de uma vida norte-americana que perpetuam ao passo em que o *reality* é um sucesso em outros países ao ser comercializado para diversas emissoras. Em síntese a tv usa esse gênero para atuar como “mediadores de uma realidade construída historicamente a partir de representações e discursos visuais e verbais”. (BRANDÃO, FERNANDES, SANTOS, 2016, p.3)

Esse parâmetro serve de cenário para a construção de narrativas *machinimas*, como é o caso do nosso objeto que veremos mais a frente.

Girls In The House

Girls In The house foi lançado em 19 de novembro de 2014, a websérie é baseada nos quadrinhos *Girls Power*, que por sua vez é inspirado no anime/mangá *Love hina*. O idealizador da série, Raony Philips, também é responsável pelo roteiro, dublagem, produção, direção e edição de seu canal. A websérie faz referências ao universo pop, memes da internet, celebridades e *reality shows*.

A websérie conta a história de três garotas (Alex, Dunny e Honey) que administram e moram na pensão da tia ruiva. Tia ruiva é a suposta proprietária da pensão, mas que até a temporada presente não apareceu, configurando assim um personagem oculto. Esse local é permeado de mistérios e aventuras, pois até então não se sabe quem é a dona desse estabelecimento e nenhuma das personagens tiveram contato com ela, logo essa pensão é o fio condutor de toda a narrativa em suas três temporadas até agora. A websérie se divide entre suspense e comédia, sendo esse último gênero o fator dominante. A série se configura como episódica em alguns episódios, ou

seja, com início e desfecho no mesmo capítulo, mas paralelamente se caracteriza por ser uma trama seriada que irá destrinchar o seu lance principal durante os episódios e temporadas.

Paralelamente à websérie, o canal lança ocasionalmente o Disk Dunny, que são *spin offs* (vídeos curtos que se originam de uma série) tendo a personagem Dunny como protagonista, sempre evidenciando em tom cômico sua personalidade forte, egocentrismo, ironias e ofensas. Os episódios giram em torno de temas diversos, mas sempre tendo a cultura pop como cenário principal para construção de conteúdos. E fazer alusão a personagens da cultura pop foi um fator decisivo no sucesso de seu canal, pois foi a partir dos *spin-offs* que o canal RaoTv atraiu visibilidade para a série, o que normalmente na tv seria ao contrário. Isso evidencia uma particularidade do canal: o usuário não é obrigado a ter um conhecimento prévio da série para entender a narrativa do *spin-off*, pois eles não fazem alusão integralmente a narrativa da série, ou seja, há uma mesclagem das personagens oriundas *Girls In The House* com inseridos nas narrativas dos artistas pop representados no episódio.

Figura 1: Capa não oficial GITH



Fonte: elaborada pelo autor

O vídeo analisado é o intitulado Kim Expõe Taylor. Este trata-se de uma paródia em torno da briga midiática ocasionada pelo clipe do cantor Kanye West intitulado *Famous* em que ele cita a cantora Taylor Swift de forma injuriosa, segue transcrição da música: “Sinto como se eu e Taylor ainda pudéssemos fazer sexo. Porque eu fiz essa vadia ficar famosa”. Então a socialite Kim Kardashian, que é esposa do cantor Kanye

West, divulgou no *reality show* de sua família *Keeping up with the Kardashians* o momento em que ela posta na rede social *snapchat*⁵ um vídeo que desmente o suposto desconhecimento do trecho da música que a cantora Taylor Swift afirma não ter sido informada. Isso tudo causou um alvoroço nas redes sociais, o vídeo foi publicado em 5 de agosto de 2016 e garantiu bastante visibilidade ao canal que levou os spin-offs e a websérie GITH a outro patamar.

Pois bem, analisando o spin-off que tem dois minutos e quarenta e oito segundos de duração, temos algumas ponderações a fazer sobre o seu conteúdo narrativo e estético. O primeiro ponto a se analisar é o feito da narrativa em se apropriar da estrutura do gênero *reality show keeping up with the Kardashians*, um programa estadunidense muito famoso que espetaculariza a vida cotidiana da conhecida família Kardashian. A série é transmitida pela emissora *E! Entertainment Television*, muito popular por produzir *reality* de celebridades e notícias sobre televisão, música, cinema, famosos, além da cobertura de diversas premiações. No site do *reality* consta a seguinte descrição: “Você nunca conheceu uma família igual. Acompanhe a vida caótica, mas divertida do original clã Kardashian à medida que eles se divertem, brigam e se reconciliam como qualquer família, mas com um estilo imponente. O luxo e o glamour não vão conseguir salvá-los das discussões!”⁶.

“Os reality shows, que caminham entre o real e o ilusório, uma vez que, embora busquem retratar a realidade de seus “atores” também perpassam por um processo de produção, editoração e roteiro.”(BRANDÃO, FERNANDES, SANTOS 2016, p.7). Portanto, trata-se uma realidade construída que o *spin-off* toma por empréstimo para retratar o episódio midiático.

A grande característica do *reality Keep up with the Kardashians* é o jogo de alternâncias entre cenas do episódio e cenas que enquadram um personagem que tece comentários relacionados à cena que o antecede, uma estrutura bastante explorada por *reality shows*, como se fosse uma transição entre o imaginário da narrativa e do real, numa tentativa de ficar mais próximo do espectador.

Podemos notar os movimentos de remediação a medida que a narrativa se apropria da estrutura de um *reality show* não só para representar os arcos dramáticos

⁵ Disponível em: < <https://www.snapchat.com/> >

⁶ Disponível em: < <http://br.eonline.com/category/the-kardashians/> >

que envolvem a família Kardashian, assim com no próprio programa exibido na emissora E! Entertainment Television, mas também nas cenas das personagens Dony e Honey, oriundas de GITH. Essa linguagem é usada durante todo o episódio e alinhada entre os personagens. As personagens necessitam de um corte na narrativa para que suas falas sejam inseridas de modo que expressem sua opinião ao que acabara de acontecer.

Figura 2: Kim Kardashian em sua série e representada em *Gilrs In The House*



Fonte: elaborada pelo autor

Além dessa característica, a websérie também remedia a trilha sonora que é utilizada conforme a tensão que as cenas exprimem; as técnicas de montagem de forma que a cada episódio um núcleo da família seja esmiuçado; os diálogos entre os personagens para marcar a temática do episódio; cenários que vislumbram as mansões; os enquadramentos, geralmente com a câmera na mão com a intenção de trazer uma perspectiva mais real e menos fictícia; E, também, o enquadramento de elementos-chaves para localizar o espectador em um espaço no qual ele não habita fisicamente. Como exemplo deste último, temos o famoso plano geral da mansão das Kardashians, como podemos perceber nas imagens abaixo, onde temos uma representação da mansão física e a que é fabricada no *The Sims 4*.

Figura 3: Plano geral da mansão das Kardashians e de *Girls In The House*



Fonte: elaborada pelo autor

Enfatizando que o *The Sims* não dispõe de modelos prontos ou programados, restando ao usuário ter que “construir” o imóvel da forma que desejar. Para isso o game possui um acervo de com todas as ferramentas e utensílios para compor uma casa e o usuário precisa montar conforme lhe convir.

E o fato da narrativa se apropriar do *reality show keeping up with the Kardashians* foi tão inédito que viralizou em outras redes sociais, então, pessoas criaram memes a partir das cenas e compartilharam em seus perfis. O meme mais compartilhado nas redes sociais, principalmente no twitter, foi a imagem da Kim Kardashian falando “Eu vou expor ela”, uma alusão exata a atitude que ela teve em relação a cantora Taylor Swift. Então, o meme e o bordão produzido a partir da narrativa no canal RaoTv teve uma grande repercussão no twitter, o que garantiu bons números de visualizações no vídeo postado no youtube.

Figura 8: meme “Eu vou expor ela”



Fonte: elaborada pelo autor

Ou seja, o conteúdo que um fã produz é carregado de uma pluralidade de significados imensos. Então, a briga midiática em si já foi sinônimo de grande repercussão entre fãs, mas isso representado através de personagens do *The Sims*, foi ainda mais repercutido no Brasil, visto que muitas pessoas só tomaram conhecimento da briga após a concepção episódica em torno deste.

Neste ponto podemos constatar a pertinência da remediação dos conteúdos pertencentes a tv primariamente, mas que o canal RaoTv incorpora em suas produções. Nesse sentido, Bolter e Grusin(1998) resumem que as novas mídias reconhecem as linguagem antecessoras e partilham de procedimentos inovadores. Ou seja, as novas mídias remediam conteúdos, características, técnicas, etc., em busca da melhoria contínua de experiências sociais que os produtos midiáticos proporcionam e por isso todos os sistemas de produção são afetados pelos processos de remediação.

Considerações finais

Ao analisar *Girs In The House*, conseguimos perceber o fluxo dessa prática em compor uma cultura alternativa no ciberespaço. Nessa construção em GITH, pudemos concluir que a remediação é um pilar essencial para a estrutura de um *machinima*. E o game *The Sims* se constitui como um novo cenário que atua na construção de narrativas seriadas, através da convergência de linguagens e técnicas.

Vale lembrar que essa viabilidade de ocupar um jogo e acrescentar um viés narrativo, só foi possível com o advento de programas de processamento paralelamente

com o fã assumindo um papel mais ativo na cultura midiática, fazendo leituras e empregando releituras em suas produções. Então, para que fãs consigam semear seus trabalhos é preciso em um primeiro momento retirar o game do seu contexto natural de jogabilidade, para que assim ele passe a ser um material facilmente remodelado. E as desenvolvedoras dos games parecem, parcialmente, reconsiderarem a concepção dessa nova prática em utilizar o jogo para fins distintos, pois um *machinima bem* produzido pode aumentar a demanda de aquisição pelo jogo original. Então, espectadores destas narrativas, podem tornar-se possíveis potenciais compradores desses jogos.

Com a análise, podemos considerar que, para dar um fluxo estético e narrativo, o próprio objeto se apropria das características do gênero televisivo *reality show* (diálogos, comentário dos personagens, cenários, enquadramentos, trilhas), para construir sua narrativa e representar os eventos midiáticos da cultura pop. Ou seja, temos os elementos já conhecidos dos produtos televisivos reconfigurados em outra mídia. Além disso, ela consegue dialogar com os usuários de outras redes sociais, visto que o episódio serviu de matéria para retroalimentar a web através de memes. Em vista disso, ele é um produto que remedia a tv, mas que também é remediado pela própria dinâmica das redes sociais.

Mediante essa amplitude o *machinima* torna-se uma possibilidade para novos projetos de baixos orçamentos e que ao mesmo tempo instigam a reconfiguração de conteúdos e modelos de produção audiovisual. Deve-se considerar a sua complexidade em operar um modo de construção narrativa híbrida e inclusiva, abarcando fãs de diferentes nichos, desde a escala de jogos eletrônicos a redes sociais.

Girls In The House, assim, torna-se um fenômeno interessante, do ponto de vista teórico e empírico, para estudar as transformações que ela provoca em meio a cibercultura e os diversos modos de produção e distribuição existentes.

Referências

Almeida, Fernanda A. **Machinima:** entre a narrativa e a experimentação. Disponível em:<<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/93/93131/tde-24042015-164451/en.php>> Acesso em: 20 ago. 2017

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation:** understanding new media. Cambridge: MIT Press, 2000.

BRANDÃO, S.; FERNANDES, S.; SANTOS, F. **A Espetacularização Da Vida: O Reality Show Keeping Up With The Kardashians Como Instrumento Da Fama.** Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/centrooeste2016/resumos/R51-0654-1.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2017.

CANAVILHAS, João. **Da remediação a convergência:** um olhar sobre os media portugueses. Disponível em: < <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/369> >. Acesso em: 05 set. 2017.

FECHINE, Yvana. A programação da TV no cenário de digitalização dos meios: configurações que emergem dos *reality shows*. In: FILHO, João F. (Org). **A tv em transição:** Tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 139-170.

GARCIA, Deomara C. D.; VIEIRA, Antoniella S.; PIRES, Cristiane C. **A explosão do fenômeno:** reality show. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/~boccmirror/pag/garcia-deomara-reality-show.pdf>> Acesso em: 28 out.2017

GREGOLIN, Máira. **O jogo eletrônico vai ao cinema:** o Machinima. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14601.pdf>>. Acesso em: 17 ago. 2017

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2. ed. São Paulo: Alwph, 2009.

MASCARENHAS, Alan; FRANÇA, Andrea; NICOLAU, Marcos. **A morte transmidiática de Osama Bin Laden:** remediação em jornalismo na cibercultura. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n1p121> > Acesso em: 29 set. 2017.

MOTA, J; THOMAZ, M.; MELO, M. Jogo The Sims como tela de projeção e elaboração de experiências. Disponível em: < <https://bit.ly/2Irrxa3> >. Acesso em: 25 ago. 2017

PAIVA, Cláudio. **Hermes no Ciberespaço:** uma interpretação da comunicação e cultura na era digital. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2013.