

7

Da dificuldade de concluir uma história que ainda não acabou

Se fossem colocados juntos todos os vídeos analisados para este trabalho emanariam uma voz. Uma voz, de certa forma coesa apesar das disparidades de seus conteúdos, dando espaço a quem antes não tinha e revelando um pouco sobre os anseios desses novos “eus” sendo construídos *online* em nossas telas. O preço desse espaço, porém, suscita questionamentos. Primeiramente, os meios de comunicação tornaram essa vontade do homem ordinário, essa busca por aparecer, por produzir vídeos, fotos e texto, o próprio conteúdo e ganha-pão dessas organizações. A produção individual deixou de ser agenciamento e desterritorialização para habitar em espaços privilegiados dos meios tradicionais e fazer parte da grade de programação no Faustão, no Fantástico, na CNN, no Multishow e até mesmo no cinema, deixando o mundo em pixels para habitar telas maiores (como o projeto “*Upload Cinema*”¹⁴⁷, em que os “melhores” filmes da internet são exibidos na tela grande de um cinema de Amsterdã, sempre nas primeiras segundas-feiras de cada mês, e agrupados por temas). Por um lado, o cinema e a TV abrem espaço para a programação “amadora”, por outro e, pelo menos até agora, só um lado da moeda está ganhando com isso. Mas será que este verbo, “ganhar”, tem que estar incluído em tudo o que se faz?

Além da ludicidade de fazer o espectador do outro lado da tela visualizar um presente diferente do seu, enxergar o futuro ou retornar ao passado, puxando a própria memória por meio de fragmentos (como faz Jamal, em “Quem quer ser um milionário?”), o YouTube opera na mesma lógica de audiência de outros meios tradicionais, buscando inúmeras formas de ofertar, junto com seus vídeos, publicidade e possibilidades comerciais para seus anunciantes e parceiros de negócios. A lógica do mercado, portanto, está em todos os lugares e permeando todas as naturezas. Ela é modular, como diria Deleuze. O homem comum, no entanto, não é vítima, pois é efeito e instrumento daquilo que vivencia. Apesar disso, e compartilhando do pensamento novamente de Deleuze, acredito nas

¹⁴⁷ <http://www.uploadcinema.nl/>

possibilidades, nas chances de brechas dos caminhos futuros. O filósofo francês apostava na reação, no imponderável, naquilo que poderia surgir a partir do que estava estabelecido, em outros agenciamentos e outras bricolagens – ou seja, na esperança.

Para Clive Thompson, o que está ocorrendo com o vídeo aconteceu com o processamento de palavras, quando a Apple criou a interface em que o conteúdo, durante a edição, se mostrava bem parecido com o que seria no final:

Mesmo após 100 anos de imagens animadas, ainda não sabemos para o que serve o vídeo. Marshall McLuhan salientou que sempre que temos em nossas mãos um novo meio, tendemos a usá-lo como se fazia com os meios mais antigos. No início, a TV foi criada com uns rapazes sentados lendo frases feitas para o rádio, pois ninguém tinha pensado ainda que este veículo poderia contar coisas de forma diferente. E o mesmo ocorre com a maior parte dos vídeos feitos hoje: a maioria das pessoas quer emular o cinema ou a televisão. O maior salto ocorrerá quando tivermos acesso a mais ferramentas para arquivamento e para a pesquisa de vídeos. Então, vamos começar a usá-lo da mesma maneira que hoje usamos o papel ou a palavra: para fazer anotações e pensamentos. Como Tom Cruise navegava por diversas cenas em *Minority Report*. Achamos que o vídeo é uma forma de nos comunicarmos com os outros, mas é uma maneira de nos comunicarmos com nós mesmos (THOMPSON, 2008).

Apesar das possibilidades que ainda estão por vir, essa chuva de imagens, de fotos e de vídeos, especialmente mostra o quanto nossa sociedade respira e transpira o fluxo midiático ininterrupto com o qual está acostumada. A onipresença da televisão é, sem dúvida, a maior influência e referência, pois os “eus” se constroem tendo a telinha como espelho – e projetando-se em outra tela, a do computador. No futuro, provavelmente, outros “eus” mais midiaticizados ainda deverão ser construídos, somando o aporte da internet a todos os outros já institucionalizados.

Ao deixar de lado essa questão, é possível olhar para a necessidade desses “eus” de se encontrar em outro ambiente que não o real. Fala-se muito no retorno do homem para dentro de sua própria casa, mais especificamente, isolado em seu quarto, mas conectado com o mundo. E talvez seja isso realmente que esteja acontecendo. No entanto, novas comunidades estão se construindo, aproximando pessoas de gostos parecidos separadas por continentes. Mas será mesmo necessário deixar de lado a vida “real”? Em átomos? Acredito no encontro das

duas possibilidades. Como diz Amyr Klink, “um homem precisa viajar para lugares que não conhece para quebrar essa arrogância que nos faz ver o mundo como o imaginamos”. Viajar no mundo real e no virtual. Por que não?