



Youtube: Um estudo de mídia

Caio Julius Mamedes Ribeiro

Orientador: Professor Dr. Felipe Polydoro

Brasília

2019

Para Valéria, minha mãe, que desde cedo, e sem ressalvas, motivou meus mergulhos na vida acadêmica, e assim, me ajudou a encontrar o caminho pelo qual sou apaixonado, e Amanda, minha futura doutora aos 27 anos, eterna revisora e constante inspiração, o amor de vocês é presente muito além do que mereço.

Resumo: O trabalho a seguir teve o intento de estudar as teorias de Marshall McLuhan e, de forma auxiliar, Pierre Lévy para, depois, aplicar os conceitos depreendidos em suas obras para analisar o Youtube, o que é descrito nos capítulos: Referencial teórico e Youtube: Um Estudo de Mídia. Conclui-se que utilizando a teoria McLuhiana é possível, sim, defini-lo como uma mídia.

Palavras-chave: Comunicação; Internet; Youtube; Marshall McLuhan.

Abstract: The following study had the intent to dive into the theories of Marshall McLuhan and, as a support, Pierre Lévy to, later, apply the concepts acquired from studying their work to analyze Youtube, which is done in the following chapters: Theoretic Referential and Youtube: A Medium Study. In the end it is established that, while using McLuhan's theory it is indeed possible to define the platform as a medium.

Keywords: Communication; Internet; Youtube; Marshall McLuhan.

Sumário

4	Introdução
10	Referencial Teórico
10	1.1 A mídia é a mensagem
18	1.2 Rejeição e resposta
19	1.2.1 O espaço visual
21	1.2.2 O espaço acústico e multissensorial
23	1.2.3 As 4 leis da mídia
25	1.3 Reforço francês
25	1.3.1 Porque Lévy?
26	1.3.2 Diferenciações importantes
27	1.3.3 Virtualização, atualização e a relação com a teoria de Marshall e Eric McLuhan.
28	1.3.4 O Efeito Moebius
28	1.3.5 Os três processos de virtualização fundamentais para a construção da nossa espécie
29	1.3.6 Ciberespaço e Cibercultura
32	1.3.7 Os três tipos de dispositivos comunicacionais
33	1.3.8 A caçada e a pilhagem
34	Youtube: Um estudo de mídia
38	2.1 Estendendo a experiência sensorial do indivíduo
39	2.2 Ciberespaço, Youtube e expansão da consciência
40	2.3 Autenticidade editada
41	2.4 <i>Tags, hashtags e trending topics</i>
41	2.5 O Efeito Moebius e a nossa relação com o Youtube
42	2.6 A academia e a necessidade de adaptação ao novo espaço
42	2.7 Então, de acordo com as teorias estudadas, seria o Youtube uma mídia?
44	Conclusão
46	Bibliografia

Introdução

Desde a invenção da escrita, a humanidade mudou radicalmente a forma de interagir com o mundo à sua volta. E a razão para tal é muito significativa. A escrita mudou a nossa forma de pensar. Isso vai além do fato desta nos permitir gravar memórias de maneira mais eficiente e de certa forma mais confiável. A nossa forma de ler o mundo mudou. Quando pensamos no ocidente, ou o que é considerado o ocidente de forma geral, leia-se: as civilizações que de alguma forma tiveram seu alfabeto influenciado pela escrita greco - romana, nós somos construídos para ler o mundo da esquerda para a direita e de cima para baixo. As culturas orientais, por sua vez, lêem o mundo da direita para a esquerda.

Tais diferenças acontecem pela natureza do alfabeto de cada uma dessas culturas, a presença ou não de vogais ou se são pictogramas ou fonemas, por exemplo. Independentemente do ordenamento de leitura, o fato é que, usando uma metáfora atual, a escrita instalou uma atualização no *software* que comanda nossa consciência.

Antes, nós éramos seres prioritariamente auditivos ou orais, passamos a ser seres visuais. A teoria da mídia como extensão dos nossos sentidos, de Marshall McLuhan(1994), está ligada intimamente com essa ideia. O livro, a escrita, estendeu a nossa visão alterando o nosso sentido prioritário. Posteriormente, o rádio tornou a estender a audição para ser substituído, algumas décadas depois, pela televisão.

A nossa relação com a mídia altera a nossa relação com o mundo. Como McLuhan (1994) gostava de enfatizar em suas entrevistas e palestras, “*o meio é a mensagem*”. Sim, os meios são maneiras que usamos para trocar mensagens entre nós, mas a mensagem real é a forma como os meios nos alteram.

Derrick de Kerckhove (1998), descrevendo sua experiência como objeto de teste, numa pesquisa de mídia envolvendo a televisão, descreve como o seu corpo reage às rápidas trocas de *frames* muito antes que ele possa entendê-las a nível consciente:

Eu podia ver as ocupadas linhas de gráfico correspondendo à condutividade da minha pele, pulso, batida do coração e qualquer reação misteriosa que minha testa estava fazendo. Eu estava impressionado. Enquanto

eu estava trabalhando para formar uma opinião meu corpo estava ouvindo, assistindo e reagindo instantaneamente.¹

Os meios nos afetam fisicamente, inconscientemente e conscientemente. Podemos entender, então, por que o advento da escrita nos afetou tão fortemente. O ser humano tribal, de tradição oral, deixa de existir a partir do momento que se aprende a ler e escrever. É comum ouvirmos anedotas sobre como, quando um meio novo surgiu, preocupações sobre como eles afetaram negativamente as crianças daquela época o acompanharam. Hoje a leitura é vista como virtude e passar longos períodos enfiado nos livros é sinal de erudição. Quando o livro surgiu, porém, provavelmente houve preocupações sobre as crianças que passaram a mergulhar no seu próprio mundo literário. Assim vimos com o rádio, assim vimos com a televisão, com computadores e mais recentemente com os *smartphones*.

Nós percebemos que os meios mudam as pessoas. É de onde vem tais preocupações. Nós percebemos, mas não entendemos. No caso do rádio e da televisão, já possuímos um pequeno distanciamento temporal, o que facilita uma análise menos parcial. Mas e quanto à internet, computadores, *smartphones* e as mídias recentes como o Youtube? A velocidade com a qual estes últimos modificam a nossa forma de interagir entre nós e com o mundo é assustadora. Mal tentamos entender como a internet fixa em nossos escritórios mudava as coisas e já temos a internet em nossas mãos nos acompanhando para todos os lugares. Agora temos a inteligência artificial prevendo o que queremos muito antes de nós mesmos sabermos a nível consciente que queremos.

E há algo como o meio dentro do meio. As mídias sociais, hoje, compõem grande parte do tempo gasto conectado. O fenômeno do compartilhar em tempo real atingiu as nossas relações de forma impressionante. Vivemos duas vidas paralelas, ou talvez seja a mesma vida com segmentos paralelos e complementares. É difícil não pensar no Efeito Moebius² de Pierre Lévy³ (2011). Virtual e real se confundem numa coisa só. Estamos virtualizando nossos corpos, nossas consciências, estamos em dois ou mais lugares ao mesmo tempo. Os potencializadores computadores e *smartphones* interligados pela

¹ KERCKHOVE; DEWDNEY, 1998, pg. 8.

² O Efeito Moebius, como descrito por Lévy (2011), é a situação em que dois conceitos, realidades, planos e afins estão tão próximos que o interior e exterior de cada um se confundem. É um conceito adaptado da fita de moebius da matemática.

³ LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2011.

“*eletronic highway*” de De Kerckhove (1998), a internet compõe o Ciberespaço, um lugar onde essa confusão de percepções se manifesta livremente.

Para Lévy (2011), o texto sempre foi virtual, independentemente se está escrito numa tábua ou em *bits* mostrados por uma tela. O texto é informação virtual que se atualiza em conhecimento uma vez que é lido e interpretado. Nas mídias sociais, virtualizamos conscientemente o que queremos parecer e os outros atualizam e tornam reais tais informações ao visitar nossas páginas. É uma filosofia do reconhecimento alterada.

É importante pontuar outro grande ponto de diferença entre os meios anteriores ao computador e do computador conectado à internet em diante. Ocorreu uma significativa democratização dos meios. Deixamos de ser, em maioria, puros receptores de conteúdo e informação para sermos emissores ativos. De Kerckhove (1998) marca a diferença da TV, do rádio, e do *broadcasting* para os novos meios e o *narrowcasting*. A demanda por informação é crescente e específica, sua produção também. Ambos Lévy (2011) e De Kerckhove (1998) tocam no ponto da não escassez da informação como mercadoria. Diferentemente dos recursos naturais, por exemplo, a informação não é explorada em direção ao esgotamento. Quanto mais se explora, mais recursos são criados. Isso está, e vai continuar mudando, radicalmente, a maneira que funciona a economia, segundo eles.

Afinal como nos relacionamos com os meios hoje? Que sentidos estariam sendo estendidos por eles? Um *smartphone* de última geração, por exemplo, conversa com o usuário de várias formas: visualmente, auditivamente, por tato, responde a comandos de voz. Se os meios de hoje fossem capazes de interagir com o olfato e o paladar, eles poderiam envolver a consciência por todos os lados. Já existem experiências que tem o intento de atingir esse objetivo, como alguns simuladores no parque de diversões da Disney, ainda que de forma rudimentar. Talvez estejamos mais próximos de tecnologias como a proposta no filme Matrix (1999), que se conecta com os neurotransmissores e domina todos os sentidos, do que imaginamos ser pura ficção científica.

Voltando a Lévy (2011), estipulamos que o virtual se realiza após o contato com a consciência. Seguindo para McLuhan (1994) entendemos os meios como extensões da nossa consciência a partir dos sentidos e depois nos viramos para De Kerckhove (1998) com a internet, a “*eletronic highway*”, criando um meio com uma mente coletiva e contribuições coletivas que aproxima o ciberespaço do mundo físico, tornando-os

complementares. Então, como sabemos onde começa e onde termina cada um?

Assim como foi com os computadores antes de serem conectados à internet, nós não teremos tempo de responder de que forma esse meio nos altera antes de sermos novamente surpreendidos por alguma nova tecnologia revolucionária que já está em desenvolvimento neste momento.

A realidade virtual ainda está na sua infância, por exemplo, ainda na fase que De Kerckhove (1998) chama de "*Techno-Lag*": quando uma tecnologia ainda não é acessível para a maioria e não vê seu potencial transformador se realizar imediatamente.

A inteligência artificial está aprendendo, a uma velocidade impressionante, a nos servir cada vez melhor. E cada um de nós a está ensinando cada vez que acessamos nossas contas online.

As possibilidades, porém, são confusas e animadoras. O "*home office*" já é um conceito relativamente aceito no mercado de trabalho, agora imagine que o prédio da empresa pode estar num servidor e não em um endereço físico e que você não dirige ou pedala até lá, mas imerge no mundo digital usando um aparato de realidade virtual para ir ao trabalho.

O fato dessa situação hipotética acontecer apenas digitalmente não a torna virtual. A partir do momento que você e outros colaboradores tocam esse lugar com suas consciências estendidas, vocês o realizam. Logo, a interação com a inteligência artificial será tão orgânica que objetos responderão aos nossos comandos quase como nossos membros o fazem.

A escrita, a mídia revolucionária original, hoje é transcrita em zeros e uns em frações de segundos. Todos os alfabetos hoje se misturam em uma mesma linguagem, a binária. Nossas vozes e nossas imagens também são transformadas em zeros e uns. A inteligência artificial transcreve todos esses dados para uma linguagem uniforme e os devolve para o usuário de forma útil.

Aplicativos como o *Google Photos* demonstram o poder impressionante da inteligência artificial, reconhecendo pessoas, animais e até eventos, como casamentos, apenas analisando as imagens.

São as nossas consciências estendidas e suas interações no ciberespaço que tornam ou tornarão isso possível. Esbarra-se aqui num problema epistemológico. O conceito de consciência é fugidio e até às vezes contestado, como acontece no

behaviorismo. Ele toca o imaterial, e toca assuntos muitas vezes relegados ao âmbito da alma ou da crença. A teoria de extensão dos sentidos de McLuhan (1994) nos ajuda a fazer algum senso do que está acontecendo, complementada pela obra de Lévy (2011), é possível traçar uma linha de pesquisa que nos ajude a entender o mundo em que vivemos. Assim, entender que os meios transformam a nós e a nossa interação com o mundo, talvez além da pergunta sobre como e em que sentido eles transformam, também devêssemos pensar sobre este ponto de vista: existe, ainda, alguma separação concreta entre o digital e o real? Ou seria o caso de o Efeito Moebius, descrito por Lévy (2011), ter afinado tanto a linha que os separava, que eles não só se confundem, mas são duas partes de uma só realidade?

Essas são todas boas perguntas. Porém, é necessário destacar que mídia ou que consequência desse efeito Moebius se quer estudar para não cair em uma armadilha filosófica interessante, porém, sem frutos.

Conversamos sobre as mídias como extensões de nossos sentidos, desde a escrita até às mídias atuais como o Youtube. A última será o foco do problema de pesquisa.

Até aqui, nós estendemos nossos sentidos e interagimos com lugares, reais ou virtuais, com as nossas sinapses estendidas. Agora, a mídia não só é tocada, mas também lembra do nosso toque. Da nossa voz. Do nosso comportamento. E ao lembrar, cada vez mais se ajusta individualmente a cada um de nós como a água em qualquer recipiente, e ao mesmo tempo se ajusta à nossa consciência coletiva.

Baseado nas leituras realizadas até aqui, e na experiência e observação do cotidiano, a hipótese é que o Youtube é uma poderosa mídia, que muda radicalmente nossa maneira de interagir com o mundo.

O objetivo principal deste trabalho é encontrar teorias que nos ajudem a entender o Youtube como mídia. Ao entendê-lo dessa forma, poderemos tentar compreender de uma forma mais certa, como ele influencia nossas vidas, as consequências de seu uso e assim por diante.

Entender as relações com os meios de comunicação, e o poder dos mesmos de alterar a forma que vemos o mundo, é de extrema importância para compreender a realidade em que vivemos. Por isso, as obras de Pierre Lévy (2011), Marshall McLuhan (1994) e Derrick De Kerckhove (1998) são tão conhecidas, extrapolando, inclusive, o

meio acadêmico. Dependendo das conclusões e a assertividade das mesmas, seria possível prever e ajustar estratégias de marketing, ou até em qual tecnologia, ainda longe dos olhos do grande público, investir para se ter um bom retorno, por exemplo. A motivação, porém, do graduando que vos escreve, vem puramente da curiosidade nascida de reflexões repentinas causadas ao olhar fixamente para uma placa mãe de um computador desligado, acompanhado de uma taça de vinho.

Referencial Teórico

1.1 A mídia é a mensagem.

A máxima que alçou McLuhan (1994) ao nível de celebridade ainda ressoa na academia quando tentamos entender a mídia que nos envolve. Também atrai a noção que os meios são extensões do homem. Ambas afirmações são, de certa forma, simples, mas suas implicações geram cargas e cargas de discussão.

O programa que passa às 18 horas numa operadora local de TV possui suas peculiaridades, seu conteúdo pode ser estudado, dissecado, e várias teorias da comunicação podem ser nele aplicadas para avaliá-lo de forma científica. Eventualmente, pode-se chegar a conclusões sobre como ele é positivo ou não para a sociedade, o que poderia ser feito para melhorar ou como seus tópicos de escolha são reflexo de um sintoma social ou outro. Existe muito mérito em pesquisas assim. Mas elas, segundo McLuhan (1994), perdem de vista o ponto principal sobre os estudos midiáticos. Não é o conteúdo da mídia que revela sua relação com a sociedade. A própria relação da mídia com a sociedade é a chave para entender seus efeitos.

O programa das 18 horas sem dúvida possui muitos ângulos dignos de estudo. Mas o fato mais importante é que a família está reunida no sofá da sala, que passam pelos canais com o controle remoto reagindo sutil e imperceptivelmente a cada troca de quadro. Assim é com a TV, assim é com o telefone, assim é com a internet. A verdade de uma nova mídia é como ela impacta as relações sociais, a nossa noção de tempo e até as sinapses em nossos cérebros. Cada nova tecnologia midiática é uma revolução esperando para acontecer. Algumas são obviamente maiores do que outras. A escrita foi uma das maiores revoluções, depois tivemos a prensa de Gutenberg. A partir daí, o intervalo entre essas revoluções têm apenas diminuído. O telégrafo, o telefone, o rádio, a TV, os computadores e, finalmente, a internet. Cada um desses agentes revolucionários nos afetou profundamente de alguma maneira. Saia hoje na rua com a intenção de contar *smartphones*. É possível, dependendo de que tipo de centro urbano você habita, que antes dos primeiros 100 metros você tenha passado de uma centena ou mesmo, perdido a conta. Carregamos o mundo no bolso. Para a informação, a distância é percorrida na velocidade

da luz. Do Brasil ao Japão, e de volta, quantidades imensas de informação são trocadas num instante. Instante é a palavra-chave aqui. Hoje vivemos no mundo do instantâneo. E isto afeta o nosso jeito de interagir entre nós e com o mundo de maneira profunda. Claro, talvez o texto ou a foto de um amigo próximo publicado nas redes sociais seja de fato muito interessante para alguém, mas o fato de que ele pode ser acessado instantaneamente, de praticamente qualquer lugar em qualquer momento e de diferentes dispositivos é a chave para entender como a mídia nos transforma hoje. A mídia é a mensagem.

Tomando cuidado com os absolutos, deve-se entender que o conteúdo de uma mídia é sempre importante. O que McLuhan (1994) tenta nos passar é que, para estudar uma mídia qualquer, a mensagem que ela passa ao interagir com as pessoas, é mais importante entendê-la em si, do que o conteúdo que é enviado por ela, afinal: “Esse fato, característico de todas as mídias, significa que o conteúdo de qualquer mídia é sempre outra mídia.”⁴. Assim, dispensar o conteúdo de uma mídia para estudá-la não significa sua desimportância, apenas que não é a mídia em foco no momento.

Tal análise talvez seja mais simples de se entender quando se pensa na internet. O conteúdo da internet é composto por quase todas as mídias que foram suas predecessoras. Cada uma delas deve ser analisada segundo contexto em que modificaram a sociedade. A internet, por sua vez, afunila todas elas em um só meio e as modifica. A escrita agora também se torna instantânea, a prensa de Gutenberg também.

Dentro da internet nascem novos formatos. As mídias sociais seguem alterando nossas relações sociais. Notavelmente nossas relações com o poder, com a informação e com o conhecimento. A possibilidade de expressão fornecida por elas é usada de termômetro por agentes políticos. Ao mesmo tempo, os dados pessoais que são usados como moeda em troca do acesso a esta possibilidade são usados para mapear e atingir precisamente os usuários por esses mesmos agentes. O poder narcotizante da informação foi potencializado e as pessoas precisam utilizá-la com muito mais frequência. O conhecimento nunca foi de tão fácil acesso, em contrapartida, nunca tão erroneamente questionado.

⁴This fact, characteristic of all media, means that the "content" of any medium is always another medium. In: MCLUHAN, Marshall, **Understanding Media: the extensions of man**. Cambridge: The MIT press, 1994, pg. 8.

É por este ângulo que McLuhan (1994) nos orienta a estudar a mídia. Entender os efeitos dela na sociedade. Como nós mudamos a nossa forma de pensar perante uma tecnologia? Como mudamos a forma que interagimos entre nós? Como passamos a interagir com o poder ao usar uma nova mídia?

Nós construímos novas mídias e, em troca, elas nos constroem. Repetimos este ciclo incessantemente, quase como se fizesse parte da nossa natureza. Entendemos o processo da evolução, mas decidimos não esperar os milhões de anos necessários para vivê-la. Nem teríamos paciência para aceitar que a evolução decidisse qual sentido da nossa consciência estender. Nós o fizemos antes, criamos as nossas extensões, nossas mídias.

Aqui a segunda afirmação descrita no começo deste capítulo entra em foco. As mídias são extensões do homem: a escrita é extensão da visão, o rádio da audição, a TV por sua vez estende os dois e ainda o tato de forma primitiva. A internet age de forma tão agressiva, que se pode argumentar que ela não estende apenas três ou mais sentidos, mas que ela estende o sujeito por inteiro.

McLuhan (1994) diferencia as mídias entre quentes e frias. Uma mídia quente se caracteriza por estender um sentido em alta definição, como o rádio ou a escrita.⁵ Uma mídia fria, por sua vez, costuma estender mais de um sentido, mas mais importante, ela demanda do usuário uma participação ativa. A internet, expressa em nossos computadores ou Smartphones, é o ponto máximo de uma mídia fria, sempre pedindo mais uma interação do espectador.

Usar as nossas extensões têm efeitos curiosos em nossa psique. Refletir sobre o ato de ler, assistir TV ou surfar na internet, traz esta revelação: ao usar uma mídia, nossa consciência entra em uma espécie de transe. Nós nos fechamos para qualquer outra interação e mergulhamos na experiência proporcionada pela extensão em uso.

Em mídias frias, nossa constante participação reforça ainda mais o transe. Talvez o melhor exemplo atual desse fenômeno seja a realidade virtual. Ao usar um dispositivo de RV, o indivíduo é transportado completamente pela extensão de seus sentidos.

Para ilustrar melhor a interpretação da mídia senso-extensora: ao mover nossos membros, que processos acontecem internamente para que isso seja possível? Em

⁵ “A hot medium is one that extends one single sense in "high definition".” **In:** MCLUHAN, 1994, pg. 22.

questão de milissegundos, o braço se move, damos um passo ou abrimos a boca. Cada movimento desse é resultado dos impulsos elétricos correndo pelo nosso sistema nervoso.

Ao usar uma mídia, nós expandimos o caminho por onde passam esses sinais elétricos. É o nosso sistema nervoso hoje que se conecta como um todo às nossas próteses tecnológicas. O clique do mouse leva nosso sinal elétrico para qualquer parte do mundo, exige uma resposta e a obtém. Escolhemos que uma música seja reproduzida, de várias partes do mundo, os bits que a formam vem e se juntam em nosso dispositivo, que, por sua vez, despeja as ondas sonoras para serem interpretadas por nosso sistema nervoso como outros sinais elétricos. Tais tarefas triviais parecem simples no nosso dia-a-dia, mas o processo midiático que ocorre atrás das cortinas é fantástico.

Derrick de Kerckhove (1998) descreve como nós incorporamos tais ações de forma orgânica em nossas rotinas: “(...)perdemos o hábito de fazer esforços físicos. Nós esperamos que nossas máquinas exerçam as funções que pedimos imediatamente sem pedir nada em troca além de atenção, e algumas vezes nem isso.”⁶.

A metáfora comum que aparece ao refletir sobre isso é a do ciborgue. A arte e a cultura há muito já entendem essa relação que temos com a mídia. Robocop e o Ciborgue da DC Comics são expressões culturais dessa relação simbiótica com a tecnologia.

O que ainda falta para a realidade virtual, por exemplo, é organicidade. A maioria das tarefas ou movimentos que realizamos em nossos computadores ou smartphones já acontecem de maneira praticamente orgânica. Quando uma tecnologia é integrada dessa forma, ela vira extensão imperceptível do corpo, da consciência, parte integrante do ciborgue moderno.

Nós esperamos que as máquinas respondam com a mesma fluidez que os nossos braços ou pernas. De certa forma, uma boa parte delas já responde assim. O ser humano que tem acesso às novas tecnologias como um todo, o que não é possível para todos na nossa sociedade desigual, nunca está fora da rede.

As notificações de seu Smartphone são sinais elétricos constantes que clamam por respostas e nós nos sentimos obrigados a responder. Como McLuhan (1994) descreve: "Ao continuar abraçando novas tecnologias, nós nos relacionamos com elas como

⁶ “(...)we lost the habit of making physical efforts, we feel that our machines ought to obey instantly, without asking us anything but mere attention, and sometimes not even that”. In: KERCKHOVE, Derrick De; DEWDNEY, Christopher. **The skin of culture: investigating the new electronic reality**. London: Kogan Page, 1998.

servo-mecanismos. Isso, porque, para usar todas, nós devemos servir estas extensões de nós mesmos, como deuses ou religiões menores”⁷.

Vivemos ao mesmo tempo em um mundo físico e em um mundo digital conectados pela extensão total do nosso sistema nervoso, da nossa consciência, resultado do uso das novas tecnologias.

Cabe ao estudante da mídia tentar entender a forma com que cada uma dessas tecnologias afeta as relações sociais, como essa extensão total de consciência altera nossa realidade, dos menores às maiores consequências.

O desafio é que as novas mídias se infiltram, hoje muito mais rapidamente do que antes, sem pedir licença na sociedade. De Kerckhove (1998) se refere ao limbo habitado por uma mídia antes que seja completamente integrada como *Tech-Lag*⁸. Por um período de tempo, a tecnologia existe, mas não afeta, de fato, a sociedade. Quando ela o faz, no entanto, é de uma vez.

Não há espaço para uma análise prévia e profunda do efeito de uma nova mídia nas relações sociais. Primeiro pela velocidade com a qual ela é adotada de uma vez pelos indivíduos, segundo, porque, apenas quando está completamente integrada, ela é passível de uma análise mais completa.

A relevância desta inabilidade de previsão é perceptível pois a característica acelerante das novas tecnologias transforma as relações sociais de maneira inesperada e significativa. Assim, em um curto espaço de alguns anos, é possível, por exemplo, ter participado de dois mundos completamente diferentes quando objetivamente comparados.

Como a tecnologia, porém, não entra de forma igual no mundo, é completamente possível pegar um avião e viajar, não apenas no espaço, mas também no tempo. De uma metrópole para um meio rural desconectado digitalmente há anos de *tech-lag*.

Ao acelerar as relações sociais e, por consequência, as alterar, as novas tecnologias mexem com as nossas noções pré-existentes do que é existir enquanto indivíduo e comunidade. Quando as cartas eram o meio mais eficiente de se comunicar

⁷ “By continuously embracing technologies, we relate ourselves to them as servomechanisms. That is why we must, to use them at all, serve these objects, these extensions of ourselves, as gods or minor religions.” **In:** MCLUHAN, 1994, pg. 46.

⁸ “Tech Lag - Tech can’t impose itself on a unprepared public”. **In:** KERCKHOVE; DEWDNEY, 1998, pg 2.

com um parente que morava em uma cidade distante, esperávamos meses por notícias. Hoje, por meio dos aplicativos de mensagens instantâneas, nos irritamos com cada segundo que passamos sem resposta.

Essa velocidade à qual nos adaptamos a viver nos escraviza. Estamos sempre esperando pela próxima notificação. Compartilhamos conteúdo pelas mídias sociais e checamos compulsivamente pelas reações subsequentes. Exploramos os canais de informação sempre procurando por mais estímulos. Nosso sistema nervoso estendido está viciado em constantes fluxos de impulsos elétricos para ser demandado ou para demandar. A falha natural em prover ou obter resposta a esses estímulos gera uma epidemia de ansiedade que já é característica comum da sociedade eletrônica.

Talvez, este fenômeno da ansiedade seja passageiro. Talvez, seja uma característica que está relacionada à uma sociedade eletrônica em transição, impactada pela constante e crescente aceleração das relações sociais. Uma análise profunda, como descrito acima, é difícil de se fazer.

Essa transição é marcada pela hibridização de novas e velhas mídias. A internet, ao acelerar a TV e o cinema, fez nascer o Netflix e o Youtube, por exemplo. Verdadeira à sua característica de mídia fria, ela gera híbridos frios. Pela interação constante com os usuários, tais mídias ajustam a demanda para cada tempo e gosto individual. Usam as notificações, extensões de nossos impulsos nervosos, para estender nossos sentidos e alimentar a necessidade por mais conteúdo.

A extensão dos sentidos é a ferramenta que a mídia usa para traduzir o mundo: “Todas as mídias são metáforas ativas em seu poder de traduzir experiências em novas formas. a palavra falada foi a primeira tecnologia pela qual o homem pode se desvincular do seu ambiente para entendê-lo de maneira diferente.”⁹. Em meio ao transe induzido pela mídia, observamos o ambiente a nossa volta e o transcrevemos em outra linguagem.

"Na era da mídia eletrônica, a linguagem usada para essa tradução é a informação. Isso nos traz cada vez mais para perto da extensão completa da consciência.¹⁰" Nos importamos cada vez mais com os espaços digitais que usamos proteticamente, porque

⁹ “All media are active metaphors in their power to translate experience into new forms. The spoken word was the first technology by which man was able to let go of his environment in order to grasp it in a new way.” **In:** MCLUHAN, 1994, pg.57

¹⁰ “In this electric age we see ourselves being translated more and more into the form of information, moving toward the technological extension of consciousness”. **In:** MCLUHAN, 1994, pg.57

aprendemos a ler o mundo a partir das mídias eletrônicas informacionais. Assim como a linguagem e a escrita milhares de anos atrás, a internet e seus híbridos reconstruíram nossa consciência.

É importante notar a diferença das mídias informacionais em relação às outras, segundo McLuhan (1994). É comum entender mídia, no geral, como mídia informacional. Porém, para ele, o carro, por exemplo, é uma mídia. Uma que acelerou o movimento. Uma que é o híbrido da mídia do motor com as carruagens movidas por animais. A mídia estende os nossos sentidos, nossos membros, nossos órgãos. Cada uma transforma as relações sociais à sua maneira, cada uma com a sua mensagem particular. Para este trabalho, o foco está nas mídias informacionais. Particularmente, nas mídias informacionais eletrônicas e seus efeitos sociais.

Assim como as mídias fazem o trabalho de tradução do mundo para sua linguagem particular, elas também trabalham para traduzir informações, por exemplo, de uma linguagem midiática para outra. Este fenômeno costuma acontecer na forma de mídias híbridas dentro de uma outra mídia. A escrita e a linguagem nos trouxeram o livro. O livro e o cinema nos trouxeram os filmes. O rádio e o livro nos trouxeram os áudio-livros. McLuhan (1994) argumenta que o momento que nasce uma nova forma derivada dessa hibridização é também um momento de revelação¹¹. Essa progênie de duas mídias causa uma estranheza que nos faz sair do transe causado pela extensão dos sentidos.

Assim, o conteúdo de uma mídia é sempre outra mídia, as quais costumam criar híbridos entre si. Isso dificulta o estudo da mesma ao evitar misturá-la com seu conteúdo. Por isso McLuhan (1994) nos traz o que ele considera uma mídia sem conteúdo: a luz elétrica.¹² Ao entender o poder que a luz elétrica exerceu para efetivamente mudar as relações sociais radicalmente, o estudante de mídia pode encontrar a chave para o fazer de forma mais objetiva.

¹¹ "The hybrid or the meeting of two media is a moment of truth and revelation from which new form is born. For the parallel between two media holds us on the frontiers between forms that snap us out of the Narcissus-narcosis. The moment of the meeting of media is a moment of freedom and release from the ordinary trance and numbness imposed by them on our senses." **In:** MCLUHAN, 1994, pg.55

¹² "If the student of media will but meditate on the power of this medium of electric light to transform every structure of time and space and work and society that it penetrates or contacts, he will have the key to the form of the power that is in all media to reshape any lives that they touch. Except for light, all other media come in pairs, with one acting as the "content" of the other, obscuring the operation of both." **In:** MCLUHAN, 1994, pg 52

É tão profunda a forma com que integramos a energia elétrica que, no Brasil, por exemplo, o acesso à ela é considerado um serviço básico essencial, junto à distribuição de água e gás. A internet tem potencial equiparável.

A aceleração da informação encurtou nossas noções de tempo e espaço, e assim caminhamos para o que McLuhan (1994) chama de Aldeia Global. Mídias como a escrita nos forçaram uma experiência introspectiva e especializada. Antes, o ser humano tribal era muito mais amplo, participativo e oral.¹³ O rádio reanima esta característica anterior, por exemplo. O popular formato, em décadas passadas, de rádio-novelas é um exemplo. A Vila Global é o produto da mudança estrutural causada pelas mídias eletrônicas.

Não é correto analisar a volta a características tribais com valores intrinsecamente negativos, como o uso da expressão sugere. Não há culturas superiores, há culturas diferentes. De qualquer forma, a Vila Global seria uma espécie de releitura desses valores traduzidos pelo impacto das mídias.

Assim, pode-se notar o poder reversivo da mídia. McLuhan (1994) argumenta que, ao usarmos uma mídia de forma exaustiva, essa acaba por reverter dinâmicas anteriores. O homem tribal foi revertido em homem individual-visual por meio da escrita. Este homem individual-visual hoje se reverte em forma mais tribal na era eletrônica.

Em uma pequena vila, antes da consolidação das estradas, as ações de todos envolvidos na comunidade importam. Cada um sabe da vida de todos, todos têm opiniões sobre elas, e assim por diante. Entre uma vila e outra quase não há comunicação. Nas grandes cidades pré-era eletrônica, pode-se chegar a um nível quase absoluto de anonimato, algo impossível na vila. Agora com as mídias eletrônicas, não só o que acontece na Nova Zelândia impacta o resto do globo como um todo, como se tornar anônimo, mesmo numa grande cidade, requer grande esforço.

Novamente, a rapidez com que alcançamos esses estágios de reversão não tem precedentes. A escrita e seus híbridos se mantiveram por milhares de anos no topo das mídias. O telefone reverteu o homem visual em oral. Esse processo reversível tende a continuar, conforme o surgimento de novas mídias.

¹³ "Our specialist and fragmented civilization of center-margin structure is suddenly experiencing an instantaneous reassembling of all its mechanized bits into an organic whole. This is the new world of the global village." **In:** MCLUHAN, 1994, pg. 93

1.2 Rejeição e resposta

A excentricidade das ideias de Marshall McLuhan (1994) é, em grande parte, responsável por sua massiva disseminação. Porém, no meio das ciências sociais, que como qualquer ciência, tem grande preocupação com a preservação do método científico, sua maneira disruptiva de pensar atraiu muitas críticas negativas.

Em meio à tentativa de rebater tais afirmações em uma segunda edição de **Understanding Media** (1994), trabalhando junto a seu filho Eric McLuhan, surge um novo livro: **Laws of Media**¹⁴ (1988). Esta obra é uma resposta direta ao criticismo quanto à não cientificidade do primeiro título. McLuhan (1994), pai, morreu antes de publicar sua resposta, deixando para seu filho a tarefa de continuar a publicação.

A pergunta: o que constitui um argumento científico? Perseguiu Marshall McLuhan (1994) por dois anos até que achasse uma resposta que o satisfizesse na obra de Sir Karl Popper¹⁵:

Foram necessários quase dois anos completos de constante pesquisa para encontrar 'o que constituiria uma afirmação científica'. Ele perguntava a todos que encontrava - colegas, estudantes, amigos, associados, visitantes. Finalmente, em uma tarde, ele achou a resposta na obra de Karl Popper, *Objective Knowledge* - que era algo afirmado de certa forma para que fosse possível contraprova.¹⁶

Assim se desenvolve a argumentação da nova ciência de Marshall e Eric McLuhan (1988).

¹⁴“When my father died, the Introduction and last chapter were mere sketches, a few pages each. I have worked them up from our notes and added a few rhetorical items to the end that were implied in those notes and in the discussions that gave rise to them.” **In:** McLuhan, Marshall; McLuhan, Eric. **Laws of Media: the new science**. Toronto:University of Toronto Press, 1988, preface, pg. xi.

¹⁵ Filósofo austro-britânico (1902 - 1994).

¹⁶ “It took my father nearly two full years of constant inquiry to find out 'what constitutes a scientific statement'. He asked everyone he encountered - colleagues, students, friends, associates, visitors. Finally, one evening, he found the answer in Sir Karl Popper's *Objective Knowledge* - that it was something stated in such a manner that it could be disproved”. **In:** McLuhan; McLuhan, 1988, pg. viii.

1.2.1 O espaço visual

Ao expandir a noção que o alfabeto reconfigurou o nosso cérebro, estendendo a visão e anestesiando os outros sentidos, os autores descrevem o produto deste fenômeno: o espaço visual. Uma das características marcantes do pensamento humano pós-alfabetização é a necessidade de uma lógica sequencial.

A letra é a abstração completa de um som. Nesse sentido, a palavra consciência carrega sentido para quem a escreve e a lê, porém, “c”, “s” ou “n” sozinhos não significam nada. A escolha pelas consoantes não é aleatória. As vogais podem ter sentidos de interjeição ou podem fazer a função de artigo em nossa língua, por exemplo. Ainda assim, quando reduzidas apenas a sinais gráficos, obedecem a mesma ideia.

Portanto para construir uma palavra, ao ler e escrever, automaticamente prosseguimos no laboro de colocar uma letra, em sequências específicas, uma na frente da outra. Parece trivial para alguém que foi alfabetizado, tão trivial que é provavelmente um processo quase imperceptível, como toda tecnologia organicamente integrada ao corpo ou a mente é.

Não precisamos, no entanto, nos esforçar muito para observar que esse pensamento sequencial não nos é exatamente natural, basta entrar em qualquer sala de educação infantil e conviver com as crianças enquanto seu cérebro é reescrito pela alfabetização.

Esta maneira de pensar foi essencial para avançarmos tecnologicamente:

“Com respeito a suas propriedades, esse espaço é contínuo, conectado, homogêneo (uniforme), e um contêiner estático. O espaço visual é feito pelo homem no sentido básico que é abstraído da interação com os outros sentidos e seus modos específicos. Essa abstração ocorre pela agência do alfabeto fonético somente: ela não ocorre em nenhuma outra cultura sem o alfabeto fonético.

O alfabeto é a base escondida da figura do espaço visual.”¹⁷

¹⁷ “With respect to its properties, this space is a continuous, connected, homogeneous (uniform), and static container. Visual space is man-made in the basic sense that it is abstracted from the interplay with other senses and their specific modes. This abstraction occurs by the agency of the phonetic alphabet alone: it does not occur in any culture lacking the phonetic alphabet. The alphabet is the hidden ground of the figure of visual space”. **In:** McLuhan; McLuhan, 1988, pg. 22.

É assim que nascem a Geometria Euclidiana, as leis de Newton e assim por diante. O espaço visual permite que se arranque a figura das ideias ou dos objetos de sua base para total abstração. Assim como fazemos com as letras para formar palavras, fazemos com o que observamos à nossa volta.

Figura e base, aqui, derivam dos termos da vertente da psicologia, Gestalt, e são entendidos dessa forma: “Todas as situações são feitas de uma área de atenção (figura) e uma área muito maior de inatenção (base).”¹⁸ Essencialmente, estes dois campos estariam intrinsecamente ligados, alterando um ao outro de forma contínua, o que é desafiado pelo espaço visual ao isolar a figura.

Portanto, o homem e a mulher alfabetizados tendem a sempre tentar quebrar qualquer problema, por exemplo, nas menores e indivisíveis partes possíveis. Separadas, são passíveis, cada uma, da sua própria e completa abstração.

O espaço visual e suas consequências são assim responsáveis por grande parte da construção mental das culturas que adotaram as derivações do alfabeto Greco-Romano.

Esse espaço está diretamente ligado ao lado esquerdo do cérebro: "O espaço visual é o resultado da dominância do hemisfério esquerdo do cérebro em uma cultura, e o seu uso é restrito às culturas que imergiram no alfabeto fonético assim suprimindo a atividade do hemisfério direito"¹⁹.

Essa relação não quer dizer que estas culturas não usam o hemisfério direito, sempre haverá interação entre os dois hemisférios, dadas condições normais. O que se percebe é que a dominância do hemisfério esquerdo está diretamente ligada à interação com o alfabeto e por consequência ao espaço visual.

A dominância do espaço visual estava estabelecida nas culturas alfabetizadas até o início do uso das mídias eletrônicas, que, como mencionado anteriormente, reverteu nossas relações sociais para algo mais parecido com o que temos no ambiente do ser humano tribal, que está ligado ao espaço tátil-audível.

¹⁸ “All situations comprise an area of attention (figure) and a very much larger area of inattention (ground)”. **In:** McLuhan; McLuhan, 1988, pg. 5.

¹⁹ “Visual space is the result of left-hemisphere dominance in a culture, and its use is restricted to those cultures that have immersed themselves in the phonetic alphabet and thereby suppressed the activity of the right hemisphere.” **In:** McLuhan; McLuhan, 1988, pg. 69.

1.2.2 O espaço acústico e multisensorial

O espaço acústico, sempre penetrado pelo tato e pelos outros sentidos, é esférico, descontínuo, não-homogêneo, ressonante, e o espaço visual é estruturado como estático, figura abstrata menos uma base, o espaço acústico é um fluxo no qual figura e base se tocam e se modificam.²⁰

Inicialmente, é importante notar que o espaço visual e o acústico não são opostos. Eles são diferentes, sim, mas não contrários um ao outro, como pólos opostos de um ímã.

Este espaço é natural do ser humano tribal e mais recentemente do ser humano integrado às mídias eletrônicas. Nele, o indivíduo absorve as informações de forma panorâmica, 360 graus, os sentidos em constante troca de estímulos. Não só as informações auditivas são importantes, as informações de pressão e textura participam da apreensão do conteúdo. Os olhos se comunicam com os outros sentidos e, por fim, figura e base permanecem juntas.

*Mimesis*²¹ é a ferramenta usada para a troca de conhecimento no espaço acústico. Ou seja, ao invés de destacar figura da base para abstração, nos tornamos figura sobre base. Nesta forma diferente de cognição, se fortalece uma maneira empática de pensar. Ao se tornar figura, perde-se parte da tão prezada, pela cultura visual, objetividade.

De certa forma, pode-se argumentar que a perda de objetividade enfraquece nossa habilidade de refletir sobre as informações que são passadas por mídias que atuam mais enfaticamente no espaço acústico-multisensorial. Do outro lado, o poder de empatia que se ganha nesse ambiente é útil em muitas outras formas.

Tal empatia, não se limita a situações de um indivíduo para o outro. Praticamos a *mimesis* também com artefatos, com palavras, com conceitos e assim por diante. Essa mudança na forma de pensar complementa o espaço visual, por exemplo, na necessidade

²⁰ “Acoustic space, always penetrated by tactility and other senses, is spherical, discontinuous, non-homogeneous, resonant, and dynamic Visual space is structured as static, abstract figure minus a ground, acoustic space is a flux in which figure and ground rub against and transform each other.” **In:** McLuhan; McLuhan, 1988, pg. 33.

²¹ “Under the spell of mimesis the knower (hearer of a recitation) loses all relation to merely present persona, person, and place and is transformed by and into what he perceives it is not simply a matter of representation but rather one of putting on a completely new' mode of being, whereby all possibility of objectivity and detachment of figure from ground is discarded. Eric Havelock devotes a considerable portion of Preface to Plato to this problem As he discovered, mimesis was the oral bond by which the tribe cohered.” **In:** McLuhan; McLuhan, 1988, pg. 16.

que a física tem de superar o espaço visual euclidiano, linear e contínuo, para fazer sentido do mundo quântico.

Sem surpresa, o espaço acústico-multisensorial está ligado mais intimamente ao lado direito do cérebro. Marshall e Eric McLuhan (1988) apontam, ao revisar a pesquisa de Herbert E. Krugman²²:

As investigações de Krugman foram, ele admitiu, inicialmente, para des-provar que “a mídia é a mensagem”. Os seus resultados quantitativos apontam para a massiva e subliminar erosão da nossa cultura por meio da indocinação do hemisfério direito pela TV em todas as suas formas, incluindo VCRS, videogames, monitores de computador, e processadores de palavras em um senso mais amplo, todas as mídias eletrônicas, como uma nova base, dão saliência para o hemisfério direito. Não há uma forma de quantificar o hemisfério direito, o que enfatiza aspectos interiores e qualitativos da experiência.²³

A construção “(...) massiva e subliminar erosão da nossa cultura” entrega um significado um tanto negativo. A mudança não é inerentemente ruim, apenas mudança. É importante entender os efeitos dela, sim, mas atribuir valor atrapalha o processo de estudo deles.

Com o lado direito em evidência, então, o espaço antes mais habitado por artistas, indivíduos de características mais auditivas, multissensoriais e criativas em geral, se torna padrão. Não é surpreendente, por fim, que as mídias eletrônicas favorecem o sucesso dos “criadores de conteúdo”, aqueles que dominam a técnica da *mimesis*.

²² Pesquisador Norte-Americano (1921-2016).

²³ “Krugman's investigations were, he admitted, initially undertaken to disprove that 'the medium is the message.' His quantitative results point to the massive and subliminal erosion of our culture through right-hemisphere indoctrination by TV in all its forms, including VCRS, video games, computer monitors, and word-processors In a wider sense, all electric media, as a new ground, give salience only to the right hemisphere There is no way to quantify the right hemisphere, which emphasizes inner and qualitative aspects of experience.” **In:** McLuhan; McLuhan, 1988, pg. 71.

1.2.3 As 4 leis da mídia

Para, então, estudar uma mídia, um artefato ou conceito humano, definem-se quatro leis:

As quatro leis são enquadradas como questões:

- O que o artefato aprimora ou intensifica ou faz ser possível ou acelera? Isso pode ser perguntado sobre uma lata de lixo, uma pintura, um compressor a vapor, ou um zíper, como também sobre uma proposição euclidiana ou uma lei da física. Pode ser perguntado sobre qualquer palavra ou frase em qualquer língua.
- Se algum aspecto da situação é alargado ou aprimorado, simultaneamente a condição antiga ou situação desaprimorada é então tirada de posição. O que é deixado de lado ou feito obsoleto pelo novo “órgão”?
- Qual recorrência de ações e serviços prévios são trazidos para jogo simultaneamente pela nova forma? Qual base mais velha, previamente obsoleta, é trazida de volta e é herdado pela nova forma?
- Quando pressionada a atingir os limites de seu potencial (outra ação complementar), a nova forma vai tender a reverter o que eram suas características originais. Qual é o potencial reversível da nova forma?²⁴

Propõe-se então uma ferramenta na forma de tabela de análise:

²⁴ “The four laws are framed as questions:

* What does the artefact enhance or intensify or make possible or accelerate? This can be asked concerning a wastebasket, a painting, a steamroller, or a zipper, as well as about a proposition in Euclid or a law of physics. It can be asked about any word or phrase in any language.

* If some aspect of a situation is enlarged or enhanced, simultaneously the old condition or unenhanced situation is displaced thereby. What is pushed aside or obsolesced by the new 'organ'?

* What does the artefact enhance or intensify or make possible or accelerate? This can be asked concerning a wastebasket, a painting, a steamroller, or a zipper, as well as about a proposition in Euclid or a law of physics. It can be asked about any word or phrase in any language.

* If some aspect of a situation is enlarged or enhanced, simultaneously the old condition or unenhanced situation is displaced thereby. What is pushed aside or obsolesced by the new 'organ'?

* What recurrence or retrieval of earlier actions and services is brought into play simultaneously by the new form? What older, previously obsolesced ground is brought back and inheres in the new form?

* When pushed to the limits of its potential (another complementary action), the new form will tend to reverse what had been its original characteristics. What is the reversal potential of the new form?” **In:** McLuhan; McLuhan, 1988, pg. 98-99.

Mídia, artefato, conceito	
Aprimora	reverte
Traz de volta	faz obsoleto

Por exemplo:

Carro	
Movimento; Pernas; Velocidade.	Inércia (trânsito, engarrafamento);
Proximidade relativa com características de vila até certa distância;	Cavalos; Carruagens; Bicicletas.

Estas quatro naturezas de uma nova mídia, seriam, então, fundamentais para entender os efeitos dela nas nossas relações sociais. Alguns artefatos, mídias e conceitos, ao se aplicar as quatro leis, exigem maior reflexão, outros são mais simples e alguns apresentam formas diferentes. Outros, por sua vez, após completar o ciclo de sobre-aquecimento e reversão, geram novos artefatos, mídias ou conceitos com tabelas, ou seja, efeitos próprios.

1.3 Reforço Francês

1.3.1 Por que Lévy?

Nos trabalhos de Derrick de Kerckhove (1998), Marshall e Eric McLuhan (1988) é evidente a preocupação com a mídia eletrônica. Isso se dá, logicamente, pelo fato de

serem elas as responsáveis pelas mudanças inconscientes nas nossas relações sociais, entre outras coisas, que estão acontecendo aqui e agora.

Uma das mídias com grande potencial transformador é a realidade virtual. Se já com o telefone podemos registrar a viagem da consciência, por meio da voz, para o outro lado da linha e com a videoconferência, por meio da voz e do vídeo, também, a realidade virtual faz duas ou mais consciências se encontrarem no meio do caminho, em um lugar criado digitalmente, que está, na verdade, em vários lugares no mundo ao mesmo tempo, e que tem pouca relação com o que entendemos normalmente por real.

Daí surgiu um exercício pessoal de questionamento: Se um artista, dentro de uma realidade virtual, pinta, por exemplo, um quadro também virtual, enquanto um braço mecânico repete seus exatos movimentos simultaneamente em uma tela física, qual versão desta obra é a original? Qual teria mais valor no mundo da arte? Como se daria a venda de uma peça virtual de arte? Finalmente, o que é virtual e o que é real?

Não foi possível chegar à uma conclusão concreta. Uma aproximação possível é que, na verdade, não se trataria de mais de uma obra, uma virtual e uma física, mas uma obra híbrida que possui uma realidade e diferentes atualizações indissociáveis umas das outras.

A procura da diferenciação científica entre real e virtual trouxe Pierre Lévy (2011) e seu livro intitulado: **O que é o virtual?** (2011)²⁵ na tradução de Paulo Neves.

1.3.2 Diferenciações importantes

O primeiro passo para mergulhar nos conceitos de Lévy (2011) é entender as relações entre possível, real, virtual e atual. Duas frases resumem de forma interessantes tais relações: “O possível é exatamente como o real, só lhe falta a existência.”²⁶ e “O real assemelha-se ao possível; em troca, o atual nada se assemelha ao virtual: responde-lhe.”²⁷

²⁵ LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2011.

²⁶ In: LÉVY, Pierre, 2011, pg. 16.

²⁷ In: LÉVY, Pierre, 2011, pg. 17.

É comum usarmos as expressões “mundo virtual” ou “jogos virtuais”. Não há um problema com elas, que habitam o linguajar popular, mas podem trazer confusão para o conceito de virtual de Lévy (2011). Para facilitar, o virtual destas expressões pode ser substituído por digital ou eletrônico sem muito problema, enquanto o virtual do autor permeia outros conceitos que ainda serão explicados em sequência.

Real e possível, como se percebe na construção de Lévy (2011), têm uma relação muito simples. Por exemplo, é possível chutar uma bola, chuta-se a bola ‘*et voilà*’, o possível foi feito real.

Virtual e atual possuem uma relação muito mais complicada. Chamemos, para todos os efeitos, qualquer coisa, concreta ou não, de entidade. Uma entidade pode ser você mesmo, um pote de porcelana, suas pernas, um texto, e assim por diante.

Uma entidade têm várias características variáveis. Suas pernas, por exemplo, se põe uma na frente da outra para fazer possível o andar, são feitas de carne e osso e participam do organismo que é o seu corpo. Estas características das suas pernas pertencem ao âmbito do real e do possível.

Agora pense em suas pernas de forma diferente: porque elas não andam mais rapidamente? Você poderia correr, é claro, mas talvez não seja o bastante. Talvez suas pernas não te sirvam mais por algum motivo médico. O movimento das suas pernas precisa, então, evoluir. Estas perguntas são uma virtualização do movimento das suas pernas, a roda, assim como o ato de cavalgar, é a atualização de tal virtualização.

Virtualizar uma entidade qualquer consiste em descobrir uma questão geral à qual ela se relaciona, em fazer mutar a entidade em direção à essa interrogação e em redefinir a atualidade de partida como resposta à uma questão particular.²⁸

A atualização é, então, uma resposta à virtualização. Este conceito tem algumas semelhanças com a extensão e aceleração dos outros autores utilizados, o que exploraremos na próxima seção.

²⁸ In: LÉVY, Pierre, 2011, pg. 17.

1.3.3 Virtualização, atualização e a relação com a teoria de Marshall e Eric McLuhan.

Assim como Marshall McLuhan (1994) define a roda como a extensão das pernas e que as acelera, Lévy (2011) a vê como atualização que responde uma virtualização das pernas. Os conceitos são de fato parecidos. Os dois partem de uma abstração de uma entidade ou órgão que resulta numa nova mídia ou numa atualização subsequente. Uma fusão dos dois seria algo como: A mídia é atualização dos sentidos e também os virtualiza.

Reforçando a semelhança, Levy (2011) diz: “ O aspecto virtualizante da impressão é o “caractere móvel”, liberado, descolado das situações concretas, reproduzível e circulante”²⁹. Marshall e Eric McLuhan (1988) também perceberam a importância do caractere, da letra, como ferramenta do espaço visual. Essa peça unitária demonstra a sua importância na computação, 0's e 1's, na academia, com os resultados comprováveis do método científico e assim por diante.

Lévy (2011) levanta a preocupação de que os carros e o tráfego, que para ele são a virtualização e aceleração do movimento, trouxeram consigo evidentes prejuízos ao meio ambiente. Qual seria então o efeito da virtualização, aceleração da informação, no ambiente que habita? Estariam as estruturas, que seguram e legitimam informação e conhecimento, sendo degradadas? Jean Baudrillard³⁰ (1995) dedicou muito tempo descrevendo este possível fenômeno.

1.3.4 O Efeito Moebius

Uma das consequências, segundo Lévy (2011), da virtualização, é o Efeito Moebius, conceito que ele apropria da matemática. Este efeito faz com que interior e exterior de uma entidade qualquer se misturem, numa fita que se entrelaça, resultado de

²⁹ In: LÉVY, Pierre, 2011, pg. 88.

³⁰ BAUDRILLARD, Jean. **Simulacra and simulation**. Michigan: University of Michigan Press, 1995.

um formato circular que se dobra no centro, formando algo parecido com o símbolo do infinito.

Em um exemplo prático, e útil para os objetivos deste trabalho, pensemos nas mídias sociais. Elas são uma resposta da virtualização das relações sociais. Nelas, vida pública e privada se confundem, a moeda de troca são as suas informações pessoais e o produto é o serviço digital de convivência pública.

Ocorre, então, uma desterritorialização total do ser. Os *smartphones*, por exemplo, virtualizam os alcances de nossas sinapses, conectando nossos corpos e consciências, criando hipercorpo e hipercórtex. Estamos em todos os lugares a todo tempo. Alcançamos tudo e coletivamente construímos uma consciência, produto da virtualização de todas as consciências individuais, e tudo isso acontece no ciberespaço.

1.3.5 Os três processos de virtualização fundamentais para a construção da nossa espécie

Três processos de virtualização fizeram emergir a espécie humana: o desenvolvimento das linguagens, a multiplicação das técnicas e a complexificação das instituições.³¹

Primeiro, a atualização do pensamento que toma forma de linguagem, resultado da virtualização dos sons que podemos fazer e do significado das coisas à nossa volta, nos permite a comunicação. Depois, a atualização sistemática de problemas que encontramos, resultado de virtualizações como: de que maneira representar o que falo e penso numa superfície para o outro? Como não depender mais das cavernas (moradia)? E finalmente, as atualizações da vida pública, resultado de virtualizações das nossas relações sociais.

³¹ In: LÉVY, Pierre, 2011, pg. 71.

Um processo contínuo de virtualização de relacionamentos forma aos poucos a complexidade das culturas humanas: religião, ética, direito, política, economia. A concórdia talvez não seja um estado natural, uma vez que para os humanos, a construção social passa pela virtualização.³²

Assim, os constantes processos de virtualização e atualização são construídos e nos constroem de volta, em eterno ciclo. “Toda uma sociedade cosmopolita pensa dentro de nós.”³³

Você nunca pensa sozinho, o pensamento do indivíduo inserido na sociedade é de natureza histórica. Ele é resultado de todos os processos atualizantes que vieram antes dele. A língua o influencia, os instrumentos, mídias, o influenciam, e as instituições que o coagem também.

1.3.6 Ciberespaço e Cibercultura

“O Ciberespaço (que também chamarei de rede) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores”.³⁴

“Uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas”³⁵

Em sua obra Cibercultura, Lévy (1999) apresenta mais dois conceitos que ajudam a entender a mídia que pretende-se estudar. A *world wide web*, a rede mundial de computadores, constrói o que ele chama de Ciberespaço. O Ciberespaço é algo real, um espaço de possíveis:

No limite, há apenas um único computador, mas é impossível traçar seus limites, definir seu contorno. É um computador cujo centro está em toda a parte e a circunferência em lugar algum, um computador hipertextual, disperso, vivo, fervilhante, inacabado: o ciberespaço em si.³⁶

³² In: LÉVY, Pierre, 2011, pg. 78.

³³ In: LÉVY, Pierre, 2011, pg. 95.

³⁴ In: LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, Editora 34, 1999, pg. 17.

³⁵ In: LÉVY, 1999, pg 25.

³⁶ In: LÉVY, 1999, pg 44.

E ao mesmo tempo que constrói um lugar real, com suas particularidades: “O computador, então, não é apenas uma ferramenta a mais para produção de textos, sons e imagens, é antes de mais nada um operador de virtualização da informação.”³⁷

A Cibercultura, por sua vez, é a cultura condicionada pelo Ciberespaço. Lévy (1999) usa condicionada, porque faz questão de afirmar que a técnica não é determinante de uma cultura, apenas a condiciona.

Para fazer senso do que ele quer dizer, vamos usar exatamente o exemplo do computador.

Os primeiros computadores eram verdadeiros colossos que ocupavam andares inteiros, eram operados por cartões furados e executavam ações que hoje qualquer *smartphone* é capaz de executar usando o mínimo da sua capacidade.

Conforme a relação inversamente proporcional entre capacidade de *chips* de processamento e o tamanho destes *chips* foi se agravando, foram criadas as condições necessárias para a atualização do computador que ocupava um andar inteiro na forma de computador pessoal.

Quando se tornou possível a conversa entre dois computadores conectados por um cabo, as condições para o nascimento do Ciberespaço estavam prontas.

O desenvolvimento agressivo dessas técnicas, por sua vez, condicionam a Cibercultura. Como já foi citado anteriormente, nós construímos novas mídias, e elas, por sua vez, nos constroem de volta.

É importante notar como a descrição, dada por Lévy (1999), de como se forma o Ciberespaço, se aproxima da descrição, por Eric e Marshall McLuhan, do espaço acústico-multisensorial. Um espaço esférico, que o centro ocupa todos os lugares e a circunferência está em lugar algum. Essa aproximação é reforçada por Lévy (1999):

³⁷ In: LÉVY, 1999, pg 55.

O principal evento cultural anunciado pela emergência do ciberespaço é a desconexão desses dois operadores sociais ou máquinas abstratas (muito mais que conceitos!) que são a universalidade e a totalização. A causa disso é simples: o ciberespaço dissolve a pragmática da comunicação que, desde a invenção da escrita, havia reunido o universal e a totalidade. Ele nos leva, de fato, à situação existente antes da escrita - mas em outra escala e em outra órbita - na medida em que a interconexão e o dinamismo em tempo real das memórias online tornam novamente possível, para os parceiros da comunicação, compartilhar o mesmo contexto, o mesmo imenso hipertexto vivo.³⁸

Percebe-se, então, que Lévy (1999), assim como os autores citados anteriormente, também percebe esse retorno, atualizado, ao mundo pré-escrita.

Nesse trecho, são mencionados estes dois operadores importantes para Lévy (1999): universalidade e totalidade. A escrita seria a responsável pelo início da associação íntima entre eles. A necessidade que a escrita chama, de que seja possível que um texto seja entendido anos depois, a quilômetros de distância, traz, como vimos, a descontextualização massiva do objeto. Este exercício de destacar a figura da base faz com que, não só a ferramenta de comunicação seja universal, o alfabeto, por exemplo, mas também que exista uma totalidade de sentido.³⁹

Sem contexto, recorremos a arquétipos, sentidos totais pré-definidos. Munidos, novamente, do contexto, como era com os intérpretes tribais, o Ciberespaço permite uma comunicação universal sem ser total.

Por fim, o autor diferencia a universalidade do Ciberespaço e àquela da escrita. Enquanto o universal da escrita está ligado intrinsecamente à totalidade do sentido, o universal do Ciberespaço se dá pela possibilidade da desterritorialização do contato.⁴⁰ (1999)

Lévy (1999) difere dos outros autores em um ponto crucial, porém. Eric e Marshall McLuhan (1988), anunciavam o retorno ao espaço acústico-multisensorial, que

³⁸ **In:** LÉVY, 1999, pg 118.

³⁹ “No universal fundado pela escrita, aquilo que deve se manter imutável pelas interpretações, traduções, difusões, conservações, é o sentido.” **In:** LÉVY, 1999, pg 115.

⁴⁰ “Atenção! O processo em andamento de interconexão mundial atinge de fato um forma de universal, mas não é o mesmo da escrita estática. Aqui, o universal não se articula mais sobre o fechamento semântico exigido pela descontextualização, muito pelo contrário. Esse universal não totaliza mais pelo sentido, ele conecta pelo contato, pela interação geral.” **In:** LÉVY, 1999, pg 119.

se aproxima do Ciberespaço esférico, a partir do telefone. Lévy (1999) é mais restrito nesse ponto, limitando, aparentemente, essa característica ao Ciberespaço.

1.3.7 Os três tipos de dispositivos comunicacionais

Por último, o dispositivo comunicacional designa a relação entre os participantes da comunicação. Podemos distinguir três grandes categorias de dispositivos comunicacionais: um-todos, um-um e todos-todos.⁴¹

Essas diferenciações propostas pelo autor são relativamente simples, mas significativas e necessárias para entender uma mídia. Um dispositivo um-um determina a interação entre duas pessoas, apenas. São bons exemplos deste tipo de dispositivo a linguagem, o telefone, a carta e assim por diante. Esses dispositivos permitem uma relação igual entre as pessoas envolvidas, ambas podem emitir opinião e receber as mensagens de forma horizontal.

Os dispositivos um-todos têm características verticais, onde temos apenas um emissor e incontáveis receptores. São bons exemplos deste tipo de dispositivo o rádio, a TV e os livros. Essa verticalidade cria uma relação desigual entre os envolvidos, pois aquele que faz o papel de emissor retém para si todo o poder de curar a informação.

Finalmente, os dispositivos todos-todos permitem uma comunicação universal e teoricamente horizontal entre os envolvidos, onde o poder de emissão e recepção são equalizados.

1.3.8 A caçada e a pilhagem

Lévy (1999) define também dois tipos de navegação na rede: a caçada e a pilhagem⁴². A primeira se define pela decisão ativa de “caçar” elementos, ou

⁴¹ In: LÉVY, 1999, pg 63.

⁴² “Podemos definir duas grandes atitudes de navegação opostas, cada navegação real ilustrando geralmente uma mistura das duas. A primeira é a “Caçada. Procuramos uma informação precisa, que desejamos obter o mais rapidamente possível. A segunda é a “pilhagem”. Vagamente interessados por um assunto, mas prontos a nos desviar a qualquer instante de acordo com o clima do momento, não sabendo exatamente o que procuramos, mas acabando sempre por encontrar alguma coisa, derivamos de site em site, de link em link, recolhendo aqui e ali coisas de nosso interesse.” In: LÉVY, Pierre. 1999, pg 85.

informações, na internet. Logo, uma mãe, ao entrar na loja online de um estabelecimento de brinquedos para comprar o presente de natal de seus filhos, está ativamente procurando, caçando algo no Ciberespaço.

A segunda forma de navegação é passiva. Na pilhagem, ao navegar pela web, o indivíduo aceita os caminhos oferecidos pelo Ciberespaço por meio dos mais variados hiperlinks. Muito menos objetiva que a primeira, essa maneira de usar a internet rende o usuário à deriva no oceano infinito de informações do Ciberespaço.

Mas, enfim, como isso tudo se relaciona com o Youtube?

Youtube: Um estudo de mídia

O estudo das ferramentas de análise de mídia feito acima tem como propósito entender o Youtube e seus efeitos nos usuários. Os autores estudados nos deram muitas opções de por onde começar, por isso a estratégia utilizada foi, francamente, partir de uma das ferramentas exploradas e extrapolar para as outras a partir daí.

Primeiramente, vamos então responder uma pergunta fundamental: seria o Youtube, de fato, uma mídia? A definição de mídia escolhida para este trabalho foi a descrita por Marshall McLuhan (1994) em **Understanding Media: The extensions of man**, posteriormente complementada pelo trabalho conjunto com seu filho, Eric McLuhan (1988), em **Laws of Media**.

Então, para começar, precisamos verificar a situação midiática do Youtube, aplicando a tétrade de leis definidas por eles. Para isso, usaremos a ferramenta visual de tabela de análise das quatro leis.

Youtube	
Aprimora - Visão - Audição - Fala - Tato - Habilidade de transmissão - Disponibilidade da informação - Escolha do usuário - Compartilhamento - Indivíduo	Reverte - Autenticidade fabricada - Proximidade com a TV - Efeito celebridade - Poder do anunciante
Traz de volta - Vivência do espaço acústico-multisensorial - Proximidade - Sensação de autenticidade - Mimesis - O vizinho	Faz obsoleto - Grandes centros de transmissão - Livros - Rádio - Mídias físicas de reprodução

Com relação ao que o Youtube aprimora, este continua como extensor da visão, audição, tato e fala, respeitando a herança combinada de suas mídias mãe, a TV e a internet. A característica de estender mais de um sentido ao mesmo tempo, e a necessidade de constante interação por parte do usuário, o caracterizariam como uma mídia fria perante às outras.

A democratização dos meios de produção audiovisual proporcionada pelo Youtube e pela popularização das câmeras digitais, porém, é singular. É possível para qualquer um com acesso à internet, um *smartphone* e vontade, transmitir o que pensa e sente para qualquer parte da Aldeia Global.

Esse alcance era possível apenas para grandes centros de transmissão dos conglomerados de comunicação, ainda remanescentes de uma época em que o poder da comunicação em massa pertencia a poucos.

Existe a possibilidade tanto de se transmitir o conteúdo ao vivo, quanto de o deixar armazenado para ser acessado por todos que quiserem, quando quiserem e de onde quiserem, sendo que quando se escolhe a primeira, a segunda é ativada automaticamente ao fim da transmissão. Isso faz com que a disponibilidade da informação seja completa.

O poder de escolha do usuário também é aprimorado. Quem assiste um vídeo qualquer no Youtube tem inúmeras maneiras de interagir com o mesmo para exercer agência sobre o conteúdo que assiste. Característica inerente às mídias que habitam a internet, o Ciberespaço, este poder de interação altera radicalmente a nossa maneira de se relacionar com a mídia em geral.

Ultimamente, o que é aprimorado, estendido, é o indivíduo em si. Sem depender da cura alheia para compartilhar conteúdo, qualquer pessoa tem a habilidade de estender a si mesmo, seus pensamentos, suas experiências, seu corpo. A virtualização de si fica assim disponível para que, todos que tiverem interesse, em qualquer lugar do mundo, atualizarem em suas telas.

Já foi discutido como as mídias eletrônicas trazem de volta a experiência do espaço acústico-multisensorial. O Youtube talvez seja o melhor exemplo desse fenômeno. Para explicar isso de uma forma mais completa, precisamos responder à um questionamento: que pergunta, ou qual virtualização da comunicação, gerou a atualização, a resposta, que é o Youtube?

Assim como a escrita é essencialmente virtual até ser lida, também podemos dizer o mesmo dos vídeos disponíveis na plataforma. O que temos ali são, na verdade, bilhões de conversas, histórias e experiências virtualizadas, esperando a atualização de cada um dos usuários que irão assistir. O Youtube é uma biblioteca de *mimesis* virtualizadas.

Então a pergunta que tentamos responder foi: como fazemos com que a experiência humana de *mimesis* seja virtualizada e armazenada, de forma organizada, para posterior atualização de forma análoga à escrita?

Com o nosso regresso gradual ao espaço acústico-multissensorial, as possibilidades de virtualização e atualização que a escrita tornou possível, foram, também, virtualizadas e atualizadas para o espaço anterior. O que temos então é um

espaço acústico-multissensorial 2.0, atualizado para a aldeia global, e o Youtube é uma das interfaces que permite que esse processo aconteça.

Muito do que o Youtube traz de volta acabamos por comentar quando foi descrito o que ele aprimora. O que falta enaltecer, portanto, são: o conceito que vamos chamar de “o vizinho” e a autenticidade. Tal conceito tem muito a ver com a aldeia global de McLuhan (1994). O contexto que o espaço acústico-multissensorial traz de volta, em contraste com o espaço visual, possibilita um tipo de experiência característico da nossa vivência tribal. Uma pessoa pode viver à qualquer distância de nós e volta, de forma adaptada, a dividir conosco uma sensação de proximidade que havia se perdido no espaço visual.

Existe uma ironia nesse espaço adaptado em que se distancia o vizinho propriamente dito, enquanto se aproxima “o vizinho” que abordamos aqui, mas estas seriam questões que extrapolariam o objetivo deste trabalho. A sensação de autenticidade está anexada ao conceito do novo vizinho. O grau de identificação que possuíamos com os outros indivíduos das nossas tribos não é atingido pelos meios de comunicação anteriores. Nas comunidades formadas dentro do Ciberespaço, este sentimento é renovado e potencializado, produzindo, em seu limite, o que hoje conhecemos como criadores de conteúdo, que são, dentro de seus nichos, os formadores de opinião, líderes etc.

Do lado da obsolescência, o Youtube ataca as mídias de reprodução física como o Blu-ray, DVD e afins, já adaptado à nova forma de transmissão de conteúdo, o *streaming*. Os livros, o rádio e a TV são as mídias anteriores que são engolidas pela nova mídia como acontece normalmente. Há de se notar, porém, como elas se adaptam à nova mídia. O rádio passou a “*streamar*” suas transmissões via Youtube. A TV passou a reaproveitar o seu conteúdo e os livros passaram a ter versões de áudio dentro do site, ou mesmo tendo sua história contada por algum criador de conteúdo.

O mais notável, porém, é como se faz obsoleta a necessidade de grandes centros de transmissão ou *broadcasting*. Quando criadores de conteúdo, com câmeras digitais acessíveis, passam a ter mais audiência que muitos programas de televisão que gastam milhares de dólares em produção, é simples notar como a nova mídia é disruptiva.

A característica reversiva, inerente à todas as mídias, porém, é um dos fatores mais interessantes de se estudar sobre Youtube. Em seu limite, o Youtube passa a

adquirir traços marcantes das mídias anteriores. Assim como na TV, os grandes entes de transmissão passam a dominar a plataforma. Os anunciantes passam a ter grande influência no que acontece dentro do site e o fator celebridade, apesar de acontecer de uma forma mais aproximada dos nichos de interesse, se torna grande parte do ambiente. A autenticidade do “vizinho”, antes, de fato, autêntica, adquire traços fabricados.

Os conceitos de caça e pilhagem de Lévy (1999) também podem ser aplicados de forma importante aqui. O primeiro passo para começar a navegar no Youtube, da forma que a plataforma tem a intenção de ser usada, é criar uma conta. Uma vez que esta foi criada, você passa a caçar conteúdos que são de seu interesse. O site, utilizando conceitos de inteligência artificial e aprendizado de máquina, começa, a partir dos dados que o usuário fornece ao caçar, a sugerir outros conteúdos que têm alta probabilidade de ser do interesse do indivíduo. Assim, caçada e pilhagem se tornam um ciclo infinito e retroalimentar, sempre com o interesse de prender o usuário ao site pelo maior tempo possível.

2.1 Estendendo a experiência sensorial do indivíduo

O conceito de *mimesis* foi abordado anteriormente neste trabalho, assim como a função do Youtube de agir como biblioteca análoga à escrita. Acredito, entretanto, que seja uma característica desta mídia que merece mais deliberação. Se ao praticar a *mimesis* o indivíduo se torna figura sobre base, como se dá a virtualização dela por meio da mídia Youtube?

McLuhan (1988), pai e filho, acreditavam que as mídias eletrônicas nos traziam de volta para o espaço acústico-multissensorial. A descrição do Ciberespaço de Lévy (1999) se aproxima, de forma muito semelhante, dessa crença. Os três autores, entretanto, previam que, apesar de estarmos voltando, esse espaço manifestaria uma forma ampliada, alterada de si.

Para usar um exemplo simples, vamos pensar numa conversa corriqueira em que duas pessoas participam, sobre qualquer assunto.

No mundo tribal, essa conversa conservaria o contexto, exclusivamente, em seu espaço e tempo. A experiência de *mimesis* que os dois sujeitos dividiram ficaria fadada a morrer no instante em que acabasse. Adicione a isso uma câmera digital, um computador

com acesso à internet e o interesse de estender esta experiência, e temos o momento transcendido para todo o mundo.

A conversa é um exemplo banal. Tecnicamente, hoje possuímos a habilidade de transmitir e compartilhar, toda e qualquer experiência de *mimesis*, antes restrita ao espaço dividido por algumas pessoas num momento do espaço- tempo.

De certo que esta revolução começa no telefone, no rádio e na TV, e atinge seu maior pico conhecido nos tempos do Ciberespaço. Mas o caso Youtube explicita a capacidade, que temos hoje, de forma democrática, de compartilhar todas as experiências de *mimesis*, sejam de nicho restrito ou mais populares, de forma quase que irrestrita.

A conversa usada como exemplo, experiências vividas ao jogar videogames, aulas, opiniões pessoais. Todas essas experiências, expressadas de forma mimética, podem agora ser virtualizadas para depois sofrerem atualização pelos usuários do site. O fim é que hoje podemos virtualizar quase todas as experiências humanas via o compartilhamento popularizado pelas redes sociais.

2.2 Ciberespaço, Youtube e expansão de consciência

O Ciberespaço, este hipercomputador formado pela conexão de todos os computadores ligados à rede, é interligado por milhares de quilômetros de cabos que cortam o mundo todo e satélites que orbitam o planeta. Estes cabos e satélites são extensões dos sentidos compartilhadas por todos que acessam a rede. Assistir a um vídeo de um criador de conteúdo finlandês, por exemplo, estende os sentidos do usuário para o outro lado do mundo. Os cabos que fazem possível a comunicação globalizada alongam a capacidade dos nossos impulsos nervosos, virtualiza e atualiza nossas percepções.

Como essas conexões são compartilhadas, o que temos no fim, além de um hipercomputador, são o hipercorpo e hipercórtex de Lévy (2011). Todas as consciências conectadas à rede se misturam e são virtualizadas de alguma forma no Ciberespaço. As notificações, os cliques e afins são como o toque, o tato. De Kerckhove (1998) acerta quando descreve a “pele da cultura”.

O Youtube, naturalmente, também funciona por meio deste emaranhado de extensões. Cada *bit* audiovisual compartilhado no site, cada 0 e 1, são extensões da

consciência dos criadores de conteúdo. O usuário por sua vez se conecta ao Youtube para atualizar os impulsos nervosos virtualizados dos criadores em sua própria consciência.

O indivíduo agora possui a habilidade de estender-se por inteiro, de estender seus pensamentos, sua consciência, por meio da plataforma. O próprio slogan do Youtube denuncia esta característica: *Broadcast yourself* (Transmita a si mesmo).

2.3 Autenticidade editada

O fator autêntico das interações entre criador de conteúdo e usuário do Youtube, sempre foi um dos grandes atrativos da plataforma. De repente, qualquer um pode ouvir e ser ouvido, além de ser visto por todos. Isto é parte da característica inerente ao Ciberespaço por ser uma mídia do tipo todos-todos.

No começo, pode-se dizer que essa autenticidade era uma consequência de como a plataforma nos condicionava a ter este espaço de interação irrestrito. Com o tempo, porém, mais uma vez seguindo a lei da reversibilidade midiática em seu limite, essa autenticidade passa a ser uma obrigação, parte da linguagem obrigatória da plataforma. O que se tinha no início então é deturpado, simulado, pelo bem da percepção.

Porém, pode-se argumentar que mesmo as primeiras formas do sentimento de autenticidade dessa relação já possuía seus pontos problemáticos nesse sentido. Isso porque uma vez que o criador de conteúdo edita o conteúdo audiovisual que ele posta no Youtube, o que ele de fato está fazendo, é virtualizando a sua própria autenticidade a partir de como ele quer que ela seja percebida, mesmo que inconscientemente.

Novamente, apesar de que, sim, o Youtube seja uma excelente forma de se mostrar a volta ao espaço acústico-multissensorial, é a um espaço atualizado para os tempos da autenticidade, do contexto editado, da figura sobre base virtual.

2.4 Tags, hashtags e trending topics

Correlato ao tema anterior, outro fator importante são os metadados dos vídeos que os criadores de conteúdo postam. *Tags* e *hashtags* são ferramentas que facilitam a localização do vídeo dentro de um contexto, tema ou assunto.

É fato que um criador de conteúdo pode falar de qualquer assunto, porém, aqueles que fazem do Youtube uma profissão são escravos do tráfego de anúncios em seus vídeos para recolher melhores pagamentos.

Existem outras formas, como patrocinadores diretos ou doações dos usuários que valorizam o conteúdo postado. De qualquer forma, o conteúdo precisa atrair um número significativo de usuários para possibilitar uma renda razoável.

Isso faz com que o universo de temas escolhidos pelos criadores de conteúdo seja reduzido ao escopo dos *trending topics*, ou seja, assuntos de interesse geral, ou pelo menos grande interesse relativo, para que o vídeo seja bem recebido e traga retornos financeiros.

2.5 O Efeito Moebius e a nossa relação como Youtube

A nossa relação com a *mimesis* alterada, que é a base do sucesso do Youtube, explicita o Efeito Moebius que Lévy (2011) observou. “O vizinho” é exemplo perfeito disto. De fato, é algo bom que possamos nos comunicar, virtualizar nossas conversas, com o mundo todo. Mas a interação que é realizada entre usuário e criador de conteúdo é confusa.

A pessoa com quem os usuários sentem tanta identificação, com quem compartilham experiências regularmente, se torna por vezes, de forma distorcida, mais próxima do que os familiares e amigos.

O outro que está longe e virtualizado, ao ser acessado pelos nossos sentidos em extensão, é aproximado e atualizado. Grandes e pequenas distâncias se confundem. Autenticidade real e editada também.

Ciberespaço e mundo físico estão entrelaçados. Vivemos uma realidade híbrida, de experiências híbridas. No Youtube, o que passa no centro da fita é a *mimesis*.

2.6 A academia e a necessidade de adaptação ao novo espaço

Toda cultura têm uma forma preferida e, portanto, mais efetiva de comunicação. Na Cibercultura, a *mimesis* expandida pelo Ciberespaço usando o espaço acústico-multissensorial atualizado se estabeleceu como forma preferida.

As entidades que não se adaptam à essa forma de comunicação perdem contato com grande parte do público, de forma geral. O espaço do mundo acadêmico em jornais, no rádio e na TV é limitado, por razões compreensíveis. Em um meio de comunicação um-todos, é razoavelmente complicado incluir conteúdos de nicho como temas acadêmicos.

Por outro lado, a razão final da academia é servir a comunidade e avançar as ciências. Em um dispositivo todos-todos como o Youtube, não existe motivo factível para que a academia não se aproxime do público, para informar e servir.

Esta é uma observação crítica, muito porque o Ciberespaço, e por consequência o Youtube, por ser um dispositivo todos-todos, abre espaço para uma grande maré de desinformação.

É crucial, portanto, que a academia se aproxime deste tipo de mídia e deste tipo de comunicação para servir melhor à sociedade. As revistas acadêmicas nunca terão o mesmo alcance.

Canais de criadores de conteúdo como *Contrapoints*, *Philosophy Tube*, *Lindsay Ellis* e Canal do Pirula, perceberam a necessidade deste movimento e popularizaram o formato de *vídeo essays*, ou vídeo-ensaios, no Youtube.

2.7 Então, de acordo com as teorias estudadas, seria o Youtube uma mídia?

A possibilidade de aplicação da téttrade de Marshall e Eric McLuhan sugere que, sim, o Youtube é, de fato, uma mídia. Fria, pois estende diversos sentidos ao mesmo tempo e demanda constante interação do usuário. Híbrida, nascida do cruzamento do Ciberespaço com o audiovisual (Cinema, TV, etc.).

Com relação a como o uso dessa tecnologia nos afeta, o ponto principal é a atualização da experiência mimética. Nossos sentidos estão imersos no Ciberespaço de tal forma, que sentimos de maneira viva os acontecimentos que lá ocorrem.

Aqui, encontra-se um possível contraponto: não seria o Ciberespaço, de fato, a mídia, e não o Youtube? Se aplicamos a tabela da téttrade ao Ciberespaço, teríamos as mesmas respostas, acompanhadas de muitas mais, não? Não seria a plataforma estudada, então, apenas uma interface do Ciberespaço?

As reflexões feitas neste trabalho não estariam desbancadas de pronto, porém essa linha de pensamento traz, sim, interessantes reflexões sobre a situação midiática do Youtube. O Ciberespaço é, indubitavelmente, uma mídia. Ele tem, no entanto, essências mais complexas derivadas de sua entidade. É feito possível pelas conexões entre todos os computadores, mas mais importante, só é feito real após ser atualizado pelos nossos sentidos.

A escrita é informação essencialmente virtual, que espera atualização do leitor. O Ciberespaço é, analogamente, um lugar essencialmente virtual. Por este caminho, assim como no mundo físico *outdoors*, ou em livros, fazem vezes de mídia, no mundo virtual que é o Ciberespaço, o Youtube é uma das mídias que o permeiam. E, por fim, com a atuação do Efeito Moebius, que confunde Ciberespaço e mundo físico, a plataforma também permeia, no centro, o espaço físico.

Conclusão

E fez-se a escrita.

A revolução midiática, que começa com a fala e explode com o alfabeto, e a qual mudou o curso da nossa evolução, é um campo de estudos vasto e interessante. Entender como o uso das mídias nos transforma, a nível biológico, inclusive, é importante para nos prepararmos para um futuro em que, se a tendência se mantiver, estaremos cada vez mais conectados à elas.

Quando pensarmos: a mídia é a mensagem, devemos procurar as pistas sobre como uma tecnologia midiática altera nossas sinapses, nosso estilo de vida, nossa relação com o ambiente a nossa volta.

As extensões do homem estão cada vez mais poderosas e acessíveis, por isso a imersão dos sentidos, da consciência, como um todo, parece cada vez mais próxima. A cada nova tecnologia que acelera um aspecto de nossas vidas, sem perceber, nos transformamos em novos seres, aprimoramos algum de nossos órgãos, lembrando os ciborgues da ficção científica.

Vagamos por milhares de anos pelo espaço visual e estes são exatamente os anos dos quais possuímos história. Entendemos agora, em parte, como o ser humano tribal se relacionava com o espaço acústico-multissensorial, mas ainda não conseguimos entender completamente como o nosso retorno a ele mudou, muda e vai continuar a mudar as nossas relações. É um livro que por enquanto possui apenas a introdução.

Primeiro, porque na primeira fase do espaço acústico-multissensorial o contexto estava preso ao momento presente. Depois, porque por mais que estejamos voltando, o fazemos de forma acelerada, aprimorada.

Para estudar a mídia em questão, o Youtube, recorremos à téttrade criada por McLuhan (1988) e exploramos as muitas formas de como o uso da plataforma influencia nossas vidas. Das experiências que aprimora à análise do que se reverte em seu limite, entendemos que o feito mais significativo do Youtube é ter se tornado uma biblioteca de experiências miméticas, armazenando figura e base juntas, e assim, possibilitando ao espaço acústico-multissensorial algo antes exclusivo do espaço visual.

Essa biblioteca é possível, pois, ao voltar a este ambiente, virtualizamos as relações com este espaço, e as tecnologias atuais condicionaram a atualização que é o Youtube.

O Efeito Moebius descrito por Lévy (2011) se manifesta na confusão entre Ciberespaço e mundo físico, “caminhamos” pelos dois ao mesmo tempo, auxiliados pelas extensões das nossas sinapses, que cortam o mundo todo, vão ao espaço, voltam, sempre se tocando. Assim como o ingênuo questionamento, formulado anteriormente, sobre a possível obra de arte, nos tornamos seres de natureza híbrida, fomos virtualizados e atualizados para algo diferente.

Com o Ciberespaço, vem a Cibercultura, que, permeada pelo intenso uso das nossas extensões, vai escrevendo essa nova história do espaço acústico-multissensorial 2.0.

Definimos possível, então, a possibilidade de caracterizar o Youtube como mídia e notamos conceitos interessantes que podem ser retirados dela. “O vizinho”, peça essencial para esta nova forma possível de mimesis, aproxima os distantes e às vezes distancia os próximos. A Aldeia Global de McLuhan (1994) se manifesta de maneiras curiosas, criando pequenas vilas de nicho dentro do Ciberespaço.

Vivemos então em uma era de personalidades, autenticidades, virtualizadas e editadas para serem posteriormente atualizadas. A possibilidade de edição da *mimesis* modifica a nossa relação com o espaço acústico-multissensorial, com os outros, com os diversos tipos de poderes, e assim por diante.

Essa ferramenta condiciona os próximos acontecimentos, o primeiro capítulo, talvez, do segundo volume da história do ser humano midiático e, ainda, este seja contado por uma série de vídeos no Youtube.

Bibliografia

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacra and simulation**. Michigan: University of Michigan Press, 1995.

KERCKHOVE, Derrick De; DEWDNEY, Christopher. **The skin of culture: investigating the new electronic reality**. London: Kogan Page, 1998.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 2011.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, Editora 34, 1999.

LINDSAY, Ellis. **Youtube: Manufacturing Authenticity (For Fun and Profit!)**. Youtube, 11 de setembro de 2018. Entertainment. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8FJEtCvb2Kw>>. Acesso em: 25 de junho de 2019.

LINDSAY, Ellis. **How Aladdin Changed Animation (by Screwing Over Robin Williams)** Youtube, 20 de maio de 2019. Entertainment. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6UWCbCRVpVo>>. Acesso em: 28 de junho de 2019

LINDSAY, Ellis. **S1E1 - Intro to the 50 Shades**. Youtube, 29 de janeiro de 2015. Entertainment. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6UWCbCRVpVo>>. Acesso em: 28 de junho de 2019.

MCLUHAN, Marshall; MCLUHAN, Eric. **Laws of Media: the new science**. Toronto: University of Toronto Press, 1988.

MCLUHAN, Marshall, **Understanding Media: the extensions of man**. Cambridge: The MIT press, 1994.

WYNN, Natalie. Youtube, 3 de fevereiro de 2011. People and Blogs. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCNvsIonJdJ5E4EXMa65VYpA>>. Acesso em: 28 de junho de 2019.