

No tempo das telas: como a presentificação alterou o consumo de informação

Pantallas de tiempo: como presentificación cambiado la información de consumo

Time Screens: How the Presentation Changed the Consumption of Information

Pollyana Ferrari

Pontificia Universidad Catolica de Sao Paulo / Universidade Beira Interior (Brasil)

pollyana@pucsp.br

Fecha de recepción: 28 de marzo de 2017

Fecha de recepción evaluador: 15 de abril de 2017

Fecha de recepción corrección: 4 de mayo de 2017

Resumen

En las sociedades actuales del siglo XXI se enfrentan a un cambio de comportamiento acelerado y provocado por la sociedad de la información. Estos cambios imponen la necesidad y la urgencia de replantear el presente y periodismo de la mediación de las pantallas de los dispositivos móviles. El presentificación se puede ver en varios momentos de nuestra vida, ya sea en la cobertura de video en vivo de eventos culturales, la Snapchat fiebre, en la línea de tiempo de Facebook, o encender las estaciones de televisión en busca de programas en directo. Estamos dejando la tienda a recordar en el futuro; cambiando todo sólo por la experiencia. Yo experimento, luego existo.

Palabras-clave: presentificación, la mediación de datos, la narrativa, el tiempo, después de la verdad

Abstract

In today's societies of the XXI century they face a change of behavior accelerated and provoked by the information society. These changes impose the need and the urgency to rethink the present and journalism of the mediation of the screens of the mobile devices. The presentification can be seen at various times in our life, whether in the live video coverage of cultural events, the Snapchat fever, in the Facebook timeline or turn on the television stations in search of live programs. We are leaving the store to remember in the future; Changing everything only by experience. I live, therefore I exist.

Key words: Presentiment, data, mediation, narrative, time, post-truth

Resumo

No atual século XXI as sociedades confrontam-se com mudanças comportamentais aceleradas e desencadeadas pela sociedade da informação. Essas mutações impõem a necessidade e a urgência de repensar o tempo presente e o jornalismo a partir da mediação das telas dos dispositivos móveis. A presentificação pode ser percebida em vários momentos da nossa vida, sejam nos vídeos ao vivo das coberturas culturais, na febre do Snapchat, na *timeline* do Facebook ou na guinada das emissoras de televisão em busca dos programas ao vivo. Estamos deixando de armazenar para recordar no futuro; trocando tudo apenas pelo vivenciar. Vivencio, logo existo.

Palavras-chave: presentificação, dados, mediação, narrativa, tempo, pós-verdade.

Introdução

“Penso, logo existo”, frase dita pelo filósofo francês René Descartes e imortalizada no filme *Blade Runner*, popularizou uma discussão sobre a máquina inteligente na década de 1980 e a essência do humano ligada ao pensar. No presente do século XXI a informação mediada por uma tela de dispositivo móvel não é mais um privilégio de poucos, ela está presente na vida de grande parte da população global. O processo de comunicação está relacionado de modo íntimo com o macromercado de seres humanos que precisam de informação e comunicação todos os dias, da mesma maneira que precisam do ar que respiram.

O conceito de pós-verdade surge nesta sociedade atual que se move em torno das pessoas, das suas histórias, de seus costumes e das suas experiências de vida. Novos meios e interatores, alta saturação das mídias tradicionais e consumidores cada vez mais imersos na presentificação proporcionada pelas telas faz com que a metáfora penso, logo existo, seja alterada para vivencio, logo existo. In Limbo¹ é um documentário sobre nossa memória interligada global. À deriva, está memória gigante, na nuvem, explora seus

próprios sonhos e medos. "A Internet sabe mais sobre mim do que minha própria mãe – que eu mesmo", diz um dos especialistas entrevistados no documentário, que vai mostrando como os grandes datacenters se transformaram nesta memória gigante que tudo vê. Estamos construindo coletivamente uma nova catedral? Ou estamos construindo um gigantesco cemitério de dados? Pergunta o diretor do documentário, o francês Antoine Viviani. O projeto inlimbo.tv² também tem um website *cross-plataform* onde podemos participar da obra colocando nosso nome e sobrenome numa caixa de busca similar à do Google e em seguida escolher qual rede social queremos varrer: Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn, webcam, geolocalização etc. Em minutos, seus dados começam a aparecer na tela. Além das especificações técnicas do filme em si, detalhes dos espectadores, recolhidos a partir de Facebook, Twitter, Instagram, Street View, colagens de filmes previamente assistidos no YouTube, entre outras redes sociais, permeiam a narrativa interativa.

Andy Warhol dizia querer inventar um novo tipo de *fast-food* e estava pensando como seria uma coisa de *waffles* que tenha a comida de um lado e a bebida de outro – como presunto e coca cola. Você poderia comer e beber ao mesmo tempo³. Vivenciáramos uma multiplicidade de ações. As trezentas polaroides produzidas pelo artista entre 1969 e 1986 nos dão uma ideia, às vezes sutil, outras vezes explícita, do seu modo de ver o futuro. Novos meios e interatores, alta saturação das mídias tradicionais e consumidores cada vez mais imersos na presentificação proporcionada pelas telas faz com que o advento da multitarefa, sonhado por Warhol, até pareça infantil perto do presente efêmero em que vivemos. Warhol idealizou um *fast-food* capaz de agregar vários tempos na mesma proposta midiática. O que ele não vivenciou foi a presentificação, que liquefaz qualquer tentativa de reflexão, pois os impulsos do presente são muitos. Olhando por esse prisma, pressentimos um sentimento de nostalgia em relação às câmeras polaroides. Mas vamos deixar de lado a nostalgia e entender a pós-verdade mapeando novas plataformas que começam a transformar, por exemplo, o Snapchat em padrão de televisão, alterando o processo de edição dos veículos online das TVs abertas.

O fato, porém, é que a informação deixou de ser apenas ou principalmente fator de acréscimo cultural ou recreação para tornar-se essencial à vida das pessoas. E o âmbito da informação necessária ampliou-se muito além da capacidade individual de acesso do homem comum a outras fontes – textos didáticos, documentos oficiais etc. (Lage, N. 2014, p. 21)

“A tecnociência está cancelando o equilíbrio entre o tempo natural e o tempo humano. Para realizar seu poder sobre o mundo, anulou a distância entre meios e fins”, diz o psiquiatra e filósofo italiano Mauro Maldonato⁴ (2012) no livro *Paisagens de tempo*. Um bom exemplo desta anulação de distâncias é o Snapchat, rede social, disponível para download no iPhone e para iPad (iOS) e Android, que sugere uma forma diferente de conversar com os seus amigos. O APP desenvolvido por estudantes da Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, é o melhor exemplo de presentificação e já ultrapassou o

WhatsApp em compartilhamento de imagens. Segundo dados da PhotoWorld5, 8.796 fotos são compartilhadas por segundo na plataforma. Outro exemplo pertinente é o uso de algoritmos pelo Facebook. Para o pesquisador nova-iorquino e autor do blog BuzzMachine, Jeff Jarvis, em recente artigo⁶ na plataforma Medium, “as tecnologias usadas pelo Facebook são *top down* (de cima para baixo), quer para formular uma regra e, em seguida, permitir que um algoritmo cumpra essa regra. Isso não é só eficiente (quem precisa de editores e pessoas de serviço ao cliente?), mas como também acreditam que é justo, já que são igualmente aplicadas para todos. É escala. Exceto a vida não segue escala e isso é um problema no Facebook e em todas as empresas que se reconhecem como empresa pós-mídia de massa (...).

Em outro trecho da publicação⁷, Jarvis diz que o problema com o pensamento algorítmico, paradoxalmente, é que ele continua com uma mentalidade de massa. Transpor para formatos digitais processos sociais em curso não é uma tarefa fácil, pois o que chamamos de mídia social hoje compreende, segundo Raquel Recuero, “um fenômeno complexo, que abarca um conjunto de novas tecnologias de comunicação mais participativas, mais rápidas e mais populares”. O que exige das empresas um caráter de processo permanente, que vai se modificando durante o mapeamento dos acontecimentos em tempo real. Mas como manter a credibilidade dos fatos publicados? Conteúdo de qualidade custa e talvez estejamos começando a ver a volta dos serviços por assinatura, pois os leitores começam a se preocupar com a veracidade do que é lido nas redes sociais e buscam assinar veículos confiáveis e que tenham serviços de fact-checks.

Pós-verdade como plano de negócio

Para o estrategista de mídia (Holiday, R. 2012, p. 26-27), a preocupação da mídia já foi proteger seu nome; na internet a preocupação é construir um nome. Em vez de pesquisar um tópico e comunicar suas descobertas ao público, os jornalistas simplesmente pegam citações obrigatórias – mas artificiais – de ‘especialistas’ para validar seu jornalismo de visualizações de páginas. E isso estamos vendo acontecer também no Facebook, que continua rejeitando seu papel de editor de conteúdo, apesar de exercê-lo por meio dos algoritmos. Como uma receita de bolo, Holiday vai explicando no livro “Acredite, estou mentindo: confissões de um manipulador das mídias” como funciona o segmento da pós-verdade. Para ele, os blogueiros – e aqui vale uma ressalva, pois o autor chama de blogueiros, todos os produtores independentes de conteúdo digital – vasculham a internet à procura de coisas para escrever a respeito, pois precisam postar várias vezes ao dia para conseguir cliques e assim anúncios. Eles examinam Twitter, Facebook, seções de comentários, comunicados à imprensa, blogs rivais e outras fontes para desenvolver seu material. “Acima deles estão centenas de jornalistas de nível médio, *on-line* e *off-line*, em blogs, revistas e jornais, que usam esses blogueiros como fontes e filtros. Eles têm que escrever constantemente também e fazer a mesma busca por histórias, só que de modo mais estruturado”, explica Holiday, que chega ao topo desta pirâmide onde estão os

grandes sites, publicações e redes de TV com abrangência nacional. Esses, por sua vez, buscaram seu material nos sites menores, aproveitando suas dicas para transformá-las em assuntos verdadeiramente nacionais.

Conforme propõe o antropólogo britânico Daniel Miller, é saudável contemplar a possibilidade de que a internet não existe em si, de que ela é criada de uma forma própria por cada povo, a partir de suas motivações e da maneira como eles a interpretam para responder às suas necessidades particulares como ocorreu com o movimento batizado de Primavera Árabe, iniciado primeiramente na Tunísia⁸. É fundamental compreendermos o caráter rizomático⁹ da Internet para analisarmos algumas transformações que estão em curso na configuração da presentificação, seja em novos suportes para o livro, novos suportes para o jornalismo ou em movimentos sociais e políticos contemporâneos. Como defendido por Henry Jenkins em seu livro “Cultura da Convergência”, os antigos consumidores eram passivos, previsíveis, indivíduos isolados e seu trabalho era silencioso e invisível. Já os novos são ativos, migratórios, mostram um declínio na lealdade a redes ou meios, são socialmente conectados e seus trabalhos são barulhentos e públicos (Jenkins, H. 2008).

Em primeiro lugar, nota-se a ampliação das formas de conexão entre indivíduos e, entre indivíduos e grupos. Esse aspecto proporciona a horizontalidade da comunicação e, portanto, a ruptura com o aspecto característico dos meios de comunicação tradicionais que se organizavam a partir da relação entre um emissor e muitos receptores. Nesse sentido, a internet proporciona, em primeiro lugar, a multiplicidade e heterogeneidade das conexões. Cada ponto da rede pode realizar conexões infinitas com múltiplos pontos descentralizados, um rizoma geolocalizável de ocupação de espaços, que estão em constante movimento, pois vivemos um presente “tagueado”, ou seja, um tempo que pode ser resgatado a qualquer minuto por bancos de dados, mas que não se torna desejado, pois a presentificação se impõe sobre a memória. O vivenciar é mais importante do que o recordar.

Compete-nos desarmadilhar o mundo para que ele seja mais nosso e mais solidário. Todos queremos um mundo novo, um mundo que tenha tudo de novo e muito pouco de mundo. A isso chamaram de utopia. Sabendo que essa palavra contém uma cilada. A palavra “utopia”, que vem do grego, quer dizer o “não-lugar” (em contraponto com o lugar concreto que é o nosso mundo real.) Não sei se poderemos chamar de lugar ao território onde vivemos uma vida que nunca chega a ser nossa e que, cada vez mais, nos surge como uma vida pouco viva (Couto, M. 2008, p. 95-96).

Segundo (Santos, M. 1994), “uma cidade materializa características oriundas da relação entre técnica, espaço e tempo”. Em um debate a respeito dos meios técnicos científicos e informacionais, o autor nos permite identificar o impacto que a presença da técnica exerce no espaço urbano. Segundo Santos, é possível considerar a história de uma cidade a partir de sua técnica, então também seria possível avaliar o cotidiano da cidade a partir da presença das TICs. A presentificação das relações pessoais tem ganhado força

nos movimentos sociais e políticos, nas cidades e nas mídias sociais. De acordo com a revolucionária teoria desse colaborador direto de McLuhan – atualmente uma das maiores referências no conceito de “Ecologia da Mídia” – todas as linguagens surgiram em resposta à necessidade do ser humano de processar uma sobrecarga de informações. Ou seja, cada vez que o homem se via incapaz de organizar as informações recebidas – de maneira inteligível não apenas para si mesmo, mas para todos ao seu redor – utilizando-se dos sistemas simbólicos já existentes, ele criava uma nova linguagem¹⁰.

O Instagram, por exemplo, criou uma nova linguagem, já que até o formato quadrado das fotos postadas no APP virou um padrão imagético. O ato de fotografar vem automaticamente ancorado na vivência: uma imagem gera compartilhamentos e curtidas, mas que jamais serão revistas, pois novas imagens e novos compartilhamentos irão se sobrepor à aquela. Essa presentificação agrega algumas granularidades específicas. Depois de seis anos preso em uma cadeia no Irã, o blogueiro iraniano-canadense Hossein Derakhshan, famoso durante os conflitos políticos em 2000 em seu país, não reconhece mais a internet. Preso em 2008, Hossein ficou seis anos sem computador, sem internet, sem rede. Segundo ele, na primeira década do século XXI, vivíamos a "era de ouro dos blogs", que eram "o melhor lugar para descobrir ideias alternativas, informações e análises. As pessoas liam atentamente minhas postagens, deixavam comentários pertinentes, mesmo aqueles que eram ferrenhamente contra minhas ideias me liam, outros blogs lincavam o meu para discutir o que eu escrevia [...]”. Em outro trecho da sua postagem na plataforma Medium¹¹, ele diz que hoje “as páginas da internet que não são hospedadas por redes sociais estão em vias de extinção”.

Como diz Jenkins, se algo não se propaga, está morto. O propagar faz parte intrínseca da presentificação. Hossein ficou chocado, pois "há cada vez menos texto e cada vez mais vídeos e imagens em movimento", marcando a "transição de uma internet-livro para uma internet-televisão". Concordo com ele; as redes sociais, principalmente o Facebook estão se tornando a nossa televisão ao vivo. Não conseguimos ainda medir o impacto da sociedade do vídeo na formação dos seres humanos. Quando, há dez anos, pensaríamos que canais no YouTube bateriam a audiência da TV aberta, ou finais de competições gastronômicas como o Master Chef, apresentado na rede brasileira de TV Bandeirantes (Band), alcançariam na final de 2016, 2,8% de audiência individual, considerando um universo de 68.420.000 de pessoas; portanto o programa da Band apresentou uma audiência absoluta de 1.915.760 indivíduos. Em números domiciliares, a final do programa de culinária da emissora apresentou 6,1% de audiência domiciliar ou 24.088.000 de lares, o que resultou em 1.469.368 domicílios nos 15 mercados da Kantar Ibope Media¹². Com forte apelo à segunda tela, o programa também obteve mais de 1 milhão de menções no Twitter durante a final ao vivo.

A TV paga caiu de 100,9 milhões de domicílios para 97,1 milhões enquanto o vídeo pela internet cresceu de 28 milhões para 50,3 milhões nos Estados Unidos segundo

relatório do Instituto Reuters e da Universidade de Oxford, divulgado em fevereiro de 2016. Haveria nisso um paradoxo pedindo uma explicação. De um lado, é abusivamente mencionado o extraordinário progresso das ciências e das técnicas, das quais um dos frutos são os novos materiais artificiais que potencializam a precisão e a memória digital. De outro a possibilidade de assistir produtos audiovisuais em qualquer lugar e a qualquer momento a partir da internet é o que vem sendo chamado de TV Everywhere.

Presentificação como metodologia de impacto

A presentificação pode ser analisada sob a perspectiva do impacto deste conceito sobre os hábitos de consumo e inserida na pós-verdade. Segundo a definição do dicionário Oxford, pós-verdade ('post-truth' em inglês) é um adjetivo que faz referência a "circunstâncias em que os fatos objetivos têm menos influência na formação de opinião pública do que os apelos emocionais e as opiniões pessoais". O termo foi escolhido como a palavra do ano de 2016 pelos dicionários britânicos Oxford e só vem reforçar a presentificação do consumo onde os apelos emocionais e as opiniões falam mais alto do que a verdade.

TV em qualquer lugar

O canal americano HBO anunciou, em janeiro de 2016, que não pretende renovar os contratos de exibição com operadoras de canais fechados na Espanha. Por lá, a programação passará a ser oferecida diretamente a assinantes do serviço online HBO Go, nos mesmos moldes comerciais do Netflix. Se a estratégia funcionar, é provável que o canal adote a mesma conduta em outros países e acabe influenciando novas emissoras a seguirem caminho semelhante, eliminando as operadoras de TV por assinatura. O que acreditamos ser importante ressaltar aqui é que a TV em qualquer lugar é outro exemplo de presentificação, tornando-se referência obrigatória à aceleração contemporânea e todas as vertigens que se cria, a começar pela própria velocidade. Para Traquina (2013, p. 112), "o estudo das notícias deve abraçar uma obrigação de analisar o que talvez possa muito bem ser o eixo central do campo do jornalismo, utilizando o termo "campo" no sentido de Pierre Bourdieu, de um campo intelectual.

A imprensa, por exemplo, teve um grande papel de mediação no século XIX, por exemplo, já que as tecnologias de impressão vão fazer das narrativas impressas grandes propulsoras da cultura de massa. E hoje assistimos a mídia social fazendo esse mesmo papel com a comunicação digital que presenciamos na internet. Como educar os produtores de conteúdo e os leitores para não disseminarem pós-verdades? O Poynter Institute, por exemplo, elaborou um código de princípios para sua Rede Internacional de Fact-Checking¹³, que vem sendo adotado por diversos veículos noticiosos. Os principais itens do código são: 1) compromisso com o não-partidarismo e com a justiça; 2) compromisso com a transparência das fontes; 3) compromisso com a transparência do

financiamento; 4) compromisso com a transparência da metodologia; 5) compromisso com correções abertas e honestas. Muitas vezes, presos a sedução do participar, do ser visto – que o tempo do compartilhamento incessante gera –, deixamos a veracidade para segundo plano, já que a presentificação reforça a sedução em detrimento da razão.

O livro eletrônico, surgido em 1999, e chamado de Rocket eBook; verdadeira parafernália criada para poupar espaço e transformar hábitos de leitura, como narrou na época reportagem do jornal O Globo¹⁴ também é produto dessa efemeridade. Especialistas apostavam que seria uma revolução similar à que Gutenberg provocara quando montou a prensa com tipos metálicos móveis em 1452. Steven Johnson nos explica que foram mais de 10 anos para a tecnologia ser assimilada pela indústria e ainda ressalta que esse tempo vem encurtando, quase podemos dizer que as tecnologias devem demorar, em média, cinco anos para serem absorvidas. A revista *Wired*, a bíblia de tecnologia e cultura *geek*, por exemplo, lançou em 26 de maio de 2010 sua versão para iPad, vendendo 100 mil downloads da revista digital no site da Apple Store. Para Chris Anderson, editor-chefe da revista e autor dos livros *A Cauda Longa* e *Free*, “as revistas impressas podem ficar ainda mais artesanais, com design especial, em baixa tiragem. Não acho que estamos vendo o fim do papel. (...) A revista digital ganha camadas, profundidade. Você tem duas revistas diferentes, uma vertical e uma horizontal, e mesmo terceira dimensão, com os arquivos de vídeo.

Tempo ciclope¹⁵

“Aos 18 Claudia já tinha ido e voltado várias vezes: de uma cidade a outra, de um país a outro, de um continente a outro, e também sobretudo da dor à alegria e da alegria novamente à dor. (...) Claudia era cortazariana a não mais poder, embora seu primeiro contato com Cortázar tenha sido na verdade, um desengano: ao chegar ao capítulo 7 de “O jogo da Amarelinha”, reconheceu apavorada o texto que seu namorado costumava recitar para ela como se fosse dele, o que a fez terminar o namoro e iniciar um romance com Cortázar que talvez ainda dure (...)”¹⁶. O Jogo da Amarelinha é um romance escrito por Julio Cortázar em 1963, considerado a obra máxima do autor. O assunto principal do livro não são os personagens, mas o próprio livro. Nas palavras do próprio autor, “esse livro é muitos livros, mas é, sobretudo, dois livros”. O leitor pode começar do capítulo 1 e ir até o 56, tendo assim uma construída história sobre um triângulo amoroso. Ou pode optar por começar no capítulo 73, e começar a seguir a ordem indicada por Cortázar. Escolhendo a segunda opção (minha preferida), o leitor verá os acontecimentos de Maga, Oliveira, o Clube da Serpente e o narrador, e depois pode ler citações de grandes autores, debatendo a literatura atual, artigos sobre os personagens, desvios, recortes de um texto maior. Tudo misturado, pulando capítulos para depois voltar aos mesmos, como se fosse um jogo da amarelinha.

Se refletirmos sobre o capítulo 7 do livro de Cortázar, batizado de Ciclope que, segundo a mitologia, significa gigante com um só olho na testa, percebemos que vivemos um tempo ciclope, pois não conseguimos, compartilhar e armazenar ao mesmo tempo. Estamos com um olho só, às vezes, presos a sedução do participar, do ser visto, que o tempo do compartilhamento incessante gera. A fase é transitória, pois estamos mudando o eixo da sociedade industrial para um mundo movido pela presentificação, mas ainda não conseguimos jogar fora nossa velha câmera Polaroid.

Múltiplos desenvolvimentos

Depois de Gutenberg, o texto impresso reinou absoluto do século XV ao século XIX, período que pode ser chamado como “era das letras”, em que o texto impresso foi o principal produtor e difusor do conhecimento e da cultura. O livro impresso, que era produzido a partir de registros duplicáveis fez com que a informação pouco a pouco fosse algo transportável, transferível. A partir disso, o conhecimento que era reservado apenas a alguns privilegiados fez com que a vida social e cultural sofresse transformações irreparáveis na sociedade moderna (Santaella, L. 2007, p. 286).

Em pouco mais de 200 anos o tempo da leitura foi transformado. A ascensão da novela contrabalançou um declínio da literatura religiosa quase sempre em torno da segunda metade do século XVIII, especialmente na época do Werther de Goethe, que provocou uma resposta mais espetacular do que a Nouvelle Heloise na França ou Pamela na Inglaterra. É o surgimento de um novo público leitor (Villaza, N. 2002, p. 43). Durante o Renascimento, menos de 10% das inovações ocorreram em rede; dois séculos depois, a maioria das grandes inovações surge em ambientes colaborativos. Múltiplos desenvolvimentos provocam essa mudança, a começar pela prensa de Gutenberg, que passa a ter um impacto importante sobre a pesquisa um século e meio depois da chegada da primeira Bíblia às bancas, à medida que ideias científicas vão sendo armazenadas e compartilhadas na forma de livros e panfletos. Os sistemas postais, tão centrais para a ciência do Iluminismo, florescem por toda a Europa; as densidades formais como a Royal Society criam novos centros para a colaboração intelectual. (Johnson, S. 2010, p. 188-189).

As redes das quais falamos até aqui são redes sociais, formas de organização humana e de articulação entre grupos e instituições. Porém, é importante salientarmos que estas redes sociais estão intimamente vinculadas ao desenvolvimento de redes físicas e de recursos comunicativos. A partir da constatação de que o meio é a mensagem, porque é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas (McLuhan, M. 1964, p. 23), o efeito de um meio se torna mais forte e intenso justamente porque o seu conteúdo é um outro meio. Nenhum meio existe sem depender do outro: (...) nenhum meio tem sua existência ou significado por si só, estando na dependência e na constante interrelação com outros meios (Ibidem, p. 42). Uma narrativa interativa pode

ser entendida como a soma de múltiplas trajetórias através de uma base de dados (Manovich, L. 2001). Pode-se criar entre as palavras e os objetos novas relações (...). Uma palavra pode tomar o lugar de um objeto na realidade. Uma imagem pode tomar o lugar de uma palavra numa proposição (Foucault, M. 1998).

Uma “série de conceitos precisa ser pensada progressivamente, na articulação dos pares global/local, corporeidade/virtualidade, abertura/controlado, certeza/incerteza, simplicidade/complexidade, familiaridade/estranhamento, experiência/entretenimento. Repensar a questão temporal pode nos ajudar a entender o presente efêmero em que vivemos. (Villaça, 2002, p. 13)

Século da vivência

Alguns mantras, remixagens em produtos e um aguçado olhar a frente do seu tempo, fez com que Steve Jobs e sua equipe mudassem a nossa forma de usar tecnologia. Foi assim com a música, não será diferente com o livro ou com os movimentos sociais e políticos do século atual. Plataformas de vídeo ao vivo como o Snapchat estão mudando nossa forma de consumir informação. O vídeo ao vivo é um bom exemplo deste século da vivência, em contraposição ao século XX, considerado como o “século da coexistência” pela pesquisadora brasileira Lucia Santaella. Na mesma linha de pensamento situa-se (Kerckhove, D. 2009) que vai nos dizer que “não é o mundo que está a tornar global, somos nós. Desta forma o mundo ao invés de ser representado passa a ser experienciado e atuado”. O tempo presente ganha proporções sem precedentes com os vídeos ao vivo. Neste contexto atual precisamos, como ensinava Gilberto Velho, mergulhar nos problemas de nossos dias, de nosso país, para apalpá-los e percebê-los. “É preciso ter um compromisso com o real, para que possamos conhecer os obstáculos, enfrenta-los, ir ao encontro da vida”.

Essa granularidade¹⁷ proposta por (Murray, J. 2012) também foi averiguada por Moherdau¹⁸ em sua tese de doutorado. Para ela, “a arte digital é frequentemente transformada em um processo de estrutura aberta, baseado no fluxo de informação e no engajamento do participante. O público se torna parte do trabalho ao remodelar componentes textuais e visuais de um projeto (...). O problema é que não sabemos lidar com essa mediação presentificada. “O mundo aparece através das notícias como se fosse iluminado por uma *strobe light* – vemos poses exageradas, posturas desajeitadas, faces ameaçadoras, mas os movimentos seguros que podem dar significado a essas aparições têm frequentemente lugar no escuro”, diz Mich Stephens no livro *A history of News* (1988), e que nos faz refletir sobre a era da pós-verdade.

Interpretar e decodificar essa presentificação em base de dados está transformando o jeito de se fazer comunicação, seja em profissões como Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas, *Design*, entre outras áreas das humanidades ou nas áreas biológicas, por exemplo. E ao profissional completo de comunicação espera-se saber

planejar, codificar metadados, editar, descartar o boato e focar no fato. E ao final do processo, saber distribuir de forma transmídia. Para a filósofa norte-americana Judith Butler, professora do Departamento de Literatura Comparada da Universidade da Califórnia, em Berkeley, “às vezes, somos conectados a quem amamos, mas isso não significa que todas as alianças sejam de amor. É possível se conectar para estabelecer o direito de amar e viver livre de problemas, preservando os espaços da vida privada e pública. Mas tudo isso acontece com o compromisso de viver junto, independente das diferenças”. Essas diferenças aparecem na desterritorialização da narrativa: ela torna-se imagética e cheia de metadados. Considerado uma linguagem visual híbrida, a hipermídia é uma mistura de formatos e software como tão bem definiu o pesquisador Lev Manovich, capaz de se revigorar a partir da escrita imagética do século XXI.

Em poucas décadas, tudo foi sendo varrido e nada mais continua a ser como era antes: o livro não é mais o que era, o jornal não cessa de se transformar, a foto, o cinema e o vídeo se expandem até a perda de quaisquer fronteiras, o futuro da TV virou uma incógnita, as agências de publicidade estão passando por mutações. As relações afetivas também estão sofrendo mutações, pois a presentificação não deixa tempo para as crises, que são inevitáveis. Tudo é efêmero. Um fator que impulsionou esta presentificação foi a evolução do meio internet, transformando os consumidores: “um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem” (Lévy, P. 1999, p. 201). A cultura participativa, apontada por (Shirky, C. 2010) mostra estreitamente esta relação entre transmídia e inteligência coletiva, com uso dos meios de comunicação e a mobilização de um conteúdo, seja ele *on-line* ou *off-line*. Nesse contexto, o jornalismo precisa se reinventar como um movimento artístico, buscar sua essência, sua narrativa; do mesmo modo que os biólogos fizeram.

De repente, percebi que a vida de uma célula é controlada pelo ambiente físico e energético em que ela se encontra e não pelos genes. Os genes são meros modelos moleculares utilizados na construção das células, dos tecidos e órgãos. O ambiente funciona como uma espécie de “empreiteiro”, que interpreta e monta as estruturas e é responsável pelas características da vida das células. Mas é a “consciência” celular que controla os mecanismos da vida, e não os genes. (Lipton, 2007, p. 16)

Não seria diferente no ambiente social. Pedimos comida pelo celular, mas também frequentamos feiras de produtos orgânicos. Vamos na balada de música eletrônica e também ouvimos *jazz* enquanto ajudamos na horta comunitária do bairro. Pedimos pizza pelo APP, mas também cozinhamos para os amigos. A gente não é uma coisa ou outra, somos as duas, temos uma consciência que nos move, seja em busca de seus pares, de causas, gastronomia que realce os sentidos ou influenciadores. Achávamos que o ciberespaço estava distante, que o *on-line* e o *off-line* eram coisas diferentes. Isso já não se discute mais. Não é o jornalismo ou a publicidade que mudaram, mas a sociedade que mudou e as profissões precisam se adaptar a essa nova era presentificada.

Como o transporte coletivo também precisa se adaptar. Como as ruas e avenidas também precisam se adaptar para a convivência com as bicicletas. “Não sirvo um prato, sirvo uma estória. Sirvo uma conversa e quero que falem comigo”, diz a chef Dominique Crenn, do Ateliê Crenn, em São Francisco, nos Estados Unidos, na segunda temporada (episódio 3), de *Chef’s Table*, da Netflix.

O advento da internet representa uma mudança de paradigma nos meios tradicionais de circulação de informação. É importante acompanhar a gestão dos recursos e implementar várias iniciativas no sentido de desenvolver um fluxo de colaboração e produção da informação on-line, e estimular seu uso inteligente. Além disso, para uma gestão bem-sucedida dos recursos compartilhados é essencial estabelecer uma boa comunicação e um vínculo de confiança entre as partes, bem como uma visão comum de futuro. (Peborgh, 2013, p. 104)

Considerações finais

Fica evidente, a necessidade de um novo olhar para a questão da presentificação que seja capaz de ir além da tendência de enxergá-la e tratá-la de forma compartimentada, apenas levando em conta o quesito ao vivo. Ser um comunicador ético é uma postura para a vida e deve também permear as produções que narram o presente, ainda mais em tempos de pós-verdade e fake news. Os jornalistas que vivem controlados pelo relógio, obcecados pela novidade, travam, segundo Nelson Traquina, “uma luta aparentemente perdida de reagir aos últimos acontecimentos”. Eles esquecem – mergulhados na linha de produção – de fazer com que a história converse com o leitor. Quando a chef Crenn desenvolve um prato, ela o pensa como uma poesia, uma oração. Como diz o escritor moçambicano Mia Couto¹⁹ para não perdermos o encantamento no mundo de hoje precisamos entender que uma pessoa é construída de histórias, a relação com essa pessoa passa a ser um motivo de encantamento, porque essas histórias não são simplesmente reveladas.

Na última década, as pesquisas epigenéticas estabeleceram que os padrões de DNA passados por meio dos genes não são definitivos, isto é, os genes não comandam nosso destino! Influências ambientais como nutrição, estresse e emoções podem influenciar os genes ainda que não causem modificações em sua estrutura. (Lipton, 2007, p. 82)

Como pensavam Milton Santos e Paulo Freire, a globalização nasce perversa no século XX, mas pode ser repensada se trazer de volta a dignidade humana. E a presentificação pode ajudar, pois através do escamoteamento da pós-verdade poderemos construir uma outra comunicação possível. Não adianta tirar o *tablet* da criança, mas é preciso manter a areia do parquinho, a brincadeira de pular corda etc. É preciso ter um olhar crítico para tudo. Os tempos realmente estão conturbados, a vida mais complexa, as relações afetivas cada vez mais líquidas, mas não precisamos achar que somente os mais fortes irão sobreviver – só os grupos e conglomerados de mídia terão sucesso. Mas não é questão de substituição; trocar o tempo da mãe com o filho, pelo DVD no *tablet*. O tempo da conversa entre amigos, por curtidas no Instagram.

Cada coisa ocupa seu lugar. Não vivemos de substituições. Alguns até vivem, quando o consumo substitui uma carência afetiva. E nessa hora que precisamos perguntar, por exemplo, se a produção de Snapchats está servindo? Ou é frugal como um brigadeiro gourmet? Será que Darwin estava certo? Só os mais fortes sobreviverão, os que tiverem instintos mais predatórios. Pesquisas recentes realizadas pelos biólogos da Universidade de Stanford, Robert M. Sapolsky e Lisa J. Share, mostram – segundo Lipton narra em seu livro *A biologia da Crença* – que mesmo os babuínos selvagens, considerados uma das raças mais violentas do planeta, não possuem propensão genética à violência (Sapolsky & Share. 2004).

Nossas crianças e mulheres sofrem maus-tratos geração após geração. Talvez a forma mais comum de violência seja o controle ideológico. Ao longo da história, os movimentos religiosos e os governos instigaram as massas à violência e à agressão para eliminar os descrentes e dissidentes. Além de desnecessária, a violência humana não é algo inerente, genético ou um instinto animal, Temos a habilidade e a obrigação de eliminá-la. (Lipton, 2007, p. 242)

Vejo a presentificação e as etapas de fact-check como importantes ferramentas educacionais e de inclusão social, se forem aplicadas para transformar lugares, povos e hegemonias midiáticas. Temos que usar todas as ferramentas ao nosso alcance para que a verdade prevaleça sobre a pós-verdade. Só assim poderemos viver em democracias fortes. Mas, infelizmente, o que mais temos mapeado são produções, sejam no Snapchat ou Instagram Histories, que surgem para reforçar a sociedade do consumo. Estamos disponíveis para o encantamento? Queremos modificar a consciência planetária? O vídeo ao vivo tem o poder de encantamento, desde que pensado como uma pauta jornalística. E o jornalismo com ferramentas de fact-check pode encabeçar, ao meu ver, essa outra globalização como dizia Milton Santos. Uma globalização humanitária e não consumista.

Referências

- Breton, Philippe. & Proulx, Serge (1997). *A Explosão da Comunicação*. Lisboa: Bizâncio.
- Canavilhas, João. & Satuf, Ivan (2015). *Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo*. Covilhã: UBI/Labcom. Recuperado de <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/137>.
- Cortázar, Julio (1999). *O jogo da amarelinha*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Couto, Mia (2008). *Espaços Ficcionalis*. São Paulo: Autêntica.
- Darnton, Robert (2009). *A questão dos livros: passado, presente e futuro*. São Paulo: Cia das Letras.

- Deleuze, Gilles. & Guattari, Felix (1997). *Mil Platôs: Capitalismo e Esquizofrenia*. Rio de Janeiro: Ed. 34.
- Eco, Umberto. & Carrière, Jean-Claude (2010). *Não contem com o fim do livro*. Rio de Janeiro: Record.
- Ferrari, Pollyana. *A força da Mídia Social: interface e linguagem jornalística no ambiente digital* (2014) (2.ed.). São Paulo: Estação das Letras e Cores.
- Filatro, Andrea (2004). *Design instrucional contextualizado: educação e tecnologia*. São Paulo: Senac São Paulo.
- Foucault Michel (1998). *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes.
- Hillis, Daniel W. (1998). *The Pattern on the stone: The Simple Ideas That Make Computers Work*. Boston: Basic Books.
- Holiday, Ryan (2012). *Acredite, estou mentindo: confissões de um manipulador das mídias*. São Paulo: Cia Editora Nacional.
- Jenkins, Henry (2008). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Johnson, Steven (2001). *Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Johnson, Steven (2010). *De onde vêm as boas ideias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Kerckhove, Derrick (2009). *A pele da cultura*. São Paulo: Annablume.
- Lage, Nilson (2014). *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record.
- Lévy, Pierre (1999). *As Tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo, Editora 34.
- Lipton, Bruce. H (2007). *A biologia da crença: o poder da consciência sobre a matéria e os milagres*. São Paulo: Butterfly.
- McLuhan, Marshall (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Manovitch, Lev (2001). *The language of new media*. Cambridge: The MIT Press.
- Martín-Barbero, Jesús (1997). *Dos meios às mediações, comunicação, cultura e hegemonia*. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: UFRJ.

- Moraes, Denis (2010). *Mutaciones de lo visible – comunicación y procesos culturales en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.
- Murray, Janet (1997). *Hamlet on the Holodeck: the future of Narrative in cyberspace*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Murray, Janet (2012). *Inventing the Medium: Principles of interaction design as a cultural practice*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Olmi, Alba. & Perkoski, Norberto (2005). *Leitura e Cognição: uma abordagem transdisciplinar*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC.
- Recuero, Raquel (2009). *Redes Sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Peborgh, Ernesto V. (2013). *Redes: o despertar da consciência planetária*. São Paulo: DVS.
- Santaella, Lucia (2007). *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus.
- Santos, Milton (1994). *Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional*. São Paulo, Hucitec.
- Shirky, Clay (2010). *A cultura da participação*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Stephens, Mitchel (1988). *A history of News*. New York: Penguin Books.
- Traquina, Nelson (2013). *Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, Vol. II.
- Thompson, Robert J. (1997). *Television's second golden age: from Hill Street Blues to ER*. Syracuse: Syracuse University Press.
- Velho, Gilberto (1999). *Antropologia urbana: Cultura e sociedade no Brasil e em Portugal*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Villaça, Nízia (2002). *Impresso ou Eletrônico? Um trajeto de leitura*. Rio de Janeiro: Mauad.

Notas

¹ Viviani, A. (Productor), & Viviani, A. (Director). (2015). *In Limbo*. France: ARTE & the NFB.

² <http://inlimbo.tv/en/>. Acessado em 09/09/2016.

³ Trecho do Texto de Diógenes Moura, escritor e curador de fotografia da exposição Andy Warhol Superfície Polaroides (1969-1986), para exposição no MIS (Museu da Imagem e do Som), realizada em São Paulo, em junho de 2012.

⁴ Trecho disponível em http://www.sescsp.org.br/online/edicoessesc/221_AS+PALAVRAS+ENTENDIDAS+COMO+SEIVA+E+NUTRICA0.

⁵ <https://cewe-photoworld.com/how-big-is-snapchat/>

⁶ <https://medium.com/@jeffjarvis/dear-mark-zuckerberg-d0b48675dfaf#.ev6qlv5vk>

⁷ Facebook's The problem at work here is algorithmic thinking. Facebook's technologists, top down, want to formulate a rule and then enable an algorithm to enforce that rule. That's not only efficient (who needs editors and customer-service people?) but they also believe it's fair, equally enforced for all. It scales. Except life doesn't scale and that's a problem Facebook of all companies should recognize as it is the post-mass-media company, the company that does not treat us all alike; like Google, it is a personal-services company that gives every user a unique service and experience. The problem with algorithmic thinking, paradoxically, is that it continues a mass mindset. Efficient (who needs editors and customer-service people?) but they also believe it's fair, equally enforced for all. It scales. Except life doesn't scale and that's a problem Facebook of all companies should recognize as it is the post-mass-media company (...). The problem with algorithmic thinking, paradoxically, is that it continues a mass mindset.

⁸ A onda de manifestações e protestos, que a imprensa batizou de “Primavera Árabe”, iniciada na Tunísia no dia 18 de dezembro de 2010, por meio de protestos contra a corrupção policial e maus tratos após a autoimolação do vendedor de rua Mohamed Bouazizi, por anos assediado pelas autoridades tunisianas. O ato de Bouazizi funcionou como um símbolo de ação para a população, e sua história se espalhou pelo Oriente Médio através do Twitter com a hashtag #SidiBouazid, alcançando 13 mil tuites, enquanto a mídia oficial não cobria o que realmente estava acontecendo e o governo tunisiano bloqueava sites e prendia ativistas.

⁹ Conceito definido pelos filósofos franceses Gilles Deleuze e Felix Guattari.

¹⁰ LOGAN, Robert K. *The Sixth Language: Learning a Living in the Internet Age* (A Sexta Linguagem: aprendendo a Viver na Era da Internet. Toronto: Pub Stoddart, 2000.

¹¹ <https://medium.com/matter/the-web-we-have-to-save-2eb1fe15a426>

¹² Fonte: Media Workstation. De 22 a 28/08/2016. Programas de maior audiência na Região PNT. Todos os dias das 06:00 às 05:59hs. Universos: 24.088,6 domicílios e 68.420,2 indivíduos. Um ponto de audiência corresponde a 1% destes respectivos universos. Acessado em <https://www.kantaribopemedia.com/dados-de-audiencia-nas-15-pracas-regulares-com-base-no-ranking-consolidado-2208-a-2808/>, às 13h10, de 09/09/2016.

¹³ <http://www.poynter.org/about-the-international-fact-checking-network/>

¹⁴ "Jornal O Globo, Primeiro Caderno. 11 de novembro de 1998. p.5 e Jornal O Globo Caderno Informática 12 de abril de 1999. p.4."

¹⁵ Substantivo masculino. Mito. Gigante com um só olho na testa. Medicina. Monstro com as duas órbitas unidas e atrofia do aparelho nasal. Zoologia. Pequeno crustáceo de águas doces. (Compr.: 2 mm, ordem dos copépodes).

¹⁶ O ciclope, artigo de Alejandro Zambra, publicado no caderno Ilustríssima, do jornal Folha de S. Paulo, em 03 de junho de 2012. Tradução: Paulo Werneck.

¹⁷ Granularity – The size of a chunk of information within a larger unit. Information can be either coarse-grained or finegrained, composed of larger or smaller chunks. The smaller the chunks the more detail we understand and the greater the degree of precision with which we can reference the resource. For example, if we refer to books by page numbers we are doing it at a finer granularity than if we just refer to the author, title, and date of publication. Semantic segmentation of a resource often results in useful chunking at multiple degrees of granularity. For example, a film can be usefully divided by single frame, line of dialog, continuous shot, or dramatic scene, or DVD chapter.

¹⁸ “Interfaces nômades: uma proposta para orientar o fluxo noticioso na web”, tese de doutorado defendida em 25/05/2012 junto ao programa Comunicação e Semiótica na linha de pesquisa Processos de Criação nas Mídias, na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP).

¹⁹ Em entrevista para revista Comunicação Empresarial (n. 94).