

Lígia Isis Pinto Bernar

“Vejo Pelo *YouTube*”: O Novo Formato da Publicação de Conteúdo em Vídeo

CELACC/ECA-USP
2011

Lígia Isis Pinto Bernar

“Vejo Pelo *YouTube*”: O Novo Formato da Publicação de Conteúdo em Vídeo

Trabalho de conclusão do curso de pós-graduação em Mídia, Informação e Cultura.

CELACC/ECA-USP
2011

AGRADECIMENTOS

A realização deste artigo tem grande importância para mim e sinto-me com a sensação de dever cumprido, mas tenho consciência de que não sou a principal responsável por você está o lendo agora. Muita gente me ajudou e preciso agradecer-las formalmente:

Aos meus pais que mesmo de longe me deram força e são os maiores incentivadores para que eu estude cada vez mais.

Ao meu noivo, Marcelo Cavalcante que compreendeu bastante o meu empenho por este artigo, pelos cafés e lanches de madrugada, por me ajudar na edição deste trabalho e também por ter me apresentado o Ruam Abelha, uma figura de menino que consta como objeto de análise deste artigo.

Aos meus familiares que sempre estiveram na torcida por mim e compreenderam minha ausência em algumas reuniões de família, aqui em São Paulo e em Belém.

Ao meu querido orientador, Juarez Xavier, que se desdobrou para atender aos seus outros 16 orientandos morando longe, sempre disponível tanto por Gtalk, Skype e nas orientações presenciais, sem a ajuda dele, talvez este artigo teria tomado outro rumo, um pior, com certeza.

À amiga Lívia Medina, que lá de Salvador contribuía com artigos bem pertinentes e que fazem parte desta pesquisa.

À amiga, Rayza Sarmiento, por ouvir minhas lamúrias com muita paciência quando tinha alguma dificuldade para fazer o artigo.

À amiga, Mirna Nóbrega que me ajudou bastante com sua calma e conhecimentos sobre produção audiovisual.

Às amigas Vanessa Macedo e Aline Furtado, minhas conterrâneas que também me ajudaram com indicações de leituras.

À grande amiga que considero como irmã, Jô Rodrigues que me aconselhou diversas vezes, típico de irmã mais velha e também revisou as normas da ABNT, porque ela é quase uma especialista nisso.

À Ana Prado, Danila Cal e Larissa Latif, professoras da graduação de Comunicação Social da Universidade da Amazônia que até hoje carrego comigo, os ensinamentos de cada uma e com certeza, será para sempre.

À Heloisa Pereira, doutoranda do curso de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo que tive o prazer de ser aluna dela no curso de extensão da PUC-SP, em que ela me emprestou seus conhecimentos sobre redes sociais digitais, muitos deles estão neste artigo.

À Deus, porque ele é onipresente e agradeço a tudo que Ele reservou a mim.

SUMÁRIO

1- Introdução.....	3
2- Do indivíduo moderno ao pós-moderno: mudanças dos desejos, vontades e objetivos de vida.....	5
3- A exposição de si como pauta de conteúdo no compartilhamento de vídeos na <i>web</i>.....	7
4- Considerações Finais.....	13
5- Referências Bibliográficas.....	15

“Vejo Pelo YouTube”: O Novo Formato da Publicação de Conteúdo em Vídeo

RESUMO

O presente artigo é uma reflexão sobre a superexposição de si nas plataformas digitais de compartilhamento de vídeos por meio do *Youtube*, da influência da democratização e da colaboração da Internet na publicação de novas formas de conteúdo em vídeo *web*. Dois casos de pessoas consideradas vlogueiras, PC Siqueira e Ruam Abelha servem de exemplo como análise para este estudo. Tal perspectiva tem como base os conceitos de modernidade líquida, exposição de si, identidade cultural e visibilidade mediática cibercultural.

PALAVRAS-CHAVES: democratização; colaboração; compartilhamento de vídeo, exposição de si; *web*.

ABSTRACT

This article is a reflection on the overexposure of other digital platforms in video sharing via *Youtube*, influence democratization and collaboration in the Internet publication of new forms of *web* video content. Two cases of people considered “vlogueiras”, PC Siqueira and Ruam Abelha are an example of analysis for this study. This perspective is based on the concept of liquid modernity, exposure of the self, cultural identity and media visibility cybercultural.

KEY WORDS: democratization, collaboration, video sharing, self-exposure; *web*.

RESUMÉN

Este artículo es una reflexión sobre la exposición de “yo” en las plataformas digitales dentro de la distribución de vídeo a través de *Youtube*, la influencia de la democratización y la colaboración en la publicación en Internet de nuevas formas de contenido *web* de vídeo. Dos casos de personas consideradas vlogueiras, PC Siqueira y Ruam Abelha son un ejemplo de análisis de este estudio. Esta perspectiva se basa en el concepto de modernidad líquida, la exposición del yo, la identidad cultural y los medios de comunicación de la visibilidad cibercultural.

PALABRAS-CLAVES: la democratización, la colaboración, el intercambio de vídeo, auto-exposición; *web*.

“Vejo Pelo YouTube”: O Novo Formato da Publicação de Conteúdo em Vídeo

Lígia Isis Pinto Bernar¹

1- Introdução

Em uma pesquisa da instituição Ibope/Nielsen, levando-se em consideração os dados do mês de setembro de 2011, o Brasil possuía mais de 70 milhões de indivíduos a partir de 16 anos como usuários da Internet. O principal local de acesso são as *lan houses*, depois, a própria casa e a residência de parente e amigos. Com isso, o país tornou-se o 5º país com o maior número de conexões à Internet, em que os indivíduos passam mais de 7 horas, como tempo médio de navegação nos *sites* de relacionamento, segundo a última métrica, em julho de 2011.

Esses dados provavelmente podem estar obsoletos agora, mas servem para demonstrar como a Internet transformou as formas de interações interpessoais, além de ter facilitado a comunicação, encurtado as distâncias, democratizado o conhecimento e iniciado um processo de não propriedade da informação, com o compartilhamento e colaboração coletiva das informações na *web*.

A sociedade pós-moderna² está cada vez mais conectada e vem modificando as relações sociais e as subjetividades dos indivíduos, que protagonizam uma competição para serem mais notados, “viralizados”³, ter mais exibições e manter-se no topo na *web*, tornando comum a publicização da intimidade a qualquer custo e provocando uma série de questionamentos éticos sobre a sociedade pós-moderna, que provavelmente não sabe mais guardar segredos e tampouco manter a privacidade oculta.

Tornar pública uma imagem que constrangeria o indivíduo moderno, hoje, na pós-modernidade é um artifício para possuir notoriedade e visibilidade no ciberespaço e permanecer por alguns minutos, como um dos temas mais abordados da Internet.

Com a rapidez da Internet capaz de rede conectada, os 15 minutos de “fama” atrelados

¹ Jornalista formada pela Universidade da Amazônia e Pós-graduada em Mídia, Informação e Cultura do Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: bernarligia@gmail.com.

² Sociedade pós-moderna: baseada no conceito de Bauman em que pode ser utilizada a expressão "modernidade líquida" - uma realidade ambígua, multiforme, os indivíduos são fragmentados.

³ Viralizar é compartilhar rapidamente um conteúdo na *we*.

antes aos programas de televisão, na *web* a efemeridade é maior, passam a ter três minutos ou menos de repercussão. Mas, por outro lado, o tempo de vida desses vídeos pode ser considerado banal, em alguns casos, desaparecem em questões de minutos, já que com a instantaneidade da rede e a quantidade de vídeos que o *YouTube* recebe, mais de 48 horas de vídeos carregados por minuto facilitam esse processo.

O compartilhamento de vídeos pode abastecer o maior interesse dos indivíduos pelo consumo da privacidade do outro e, conseqüentemente, o aparecimento do que se chama nicho, indivíduos que possuem afinidade em assistir e compartilhar a intimidade alheia.

A distribuição das imagens particulares pela *web* por meio das plataformas de relacionamento pode ser considerada um meio de divulgação de gírias e vocabulários próprios provenientes dos conteúdos, prontos para serem interpretados, reproduzidos e divulgados entre as redes de amigos ou de inscritos (no caso do YouTube).

Os novos vocabulários conhecidos por meio dos repasses dos vídeos entre os círculos de amizades ou das inscrições nas plataformas de relacionamento digital restringem-se ao nicho de indivíduos que as acompanham e compreendem no ciberespaço e na sociedade presencial. Já os indivíduos que ainda não chegaram a conhecer as informações de determinados vídeos, podem ser considerados excluídos daquela rede e do processo de construção de novos signos.

Ou como já considerava Trivinho (2007), aqueles indivíduos que não têm visibilidade mediática cibercultural, acesso a um computador conectado a rede ou conhecimento de um acontecimento de uma rede específica, sofrem uma “morte simbólica”, isto é, não existem nas redes sociais digitais, pois não possuem informação necessária para desenvolver-se na rede.

Este artigo propõe-se a refletir a produção de conteúdo audiovisual daquele indivíduo que expõe para outras pessoas, a sua intimidade e suas ideias por meio de videologs (vlogs).

Segundo Fausto Amaro que cita os autores Jean Burgess e Joshua Green, o conceito de vlog faz parte da publicação de um vídeo amador na *web*, privilegiando o monólogo como narrativa.

O vlog (abreviação para 'videolog') é uma forma predominante do vídeo "amador" no *Youtube*, tipicamente estruturada sobre o conceito do monólogo feito diretamente para a câmera, cujos vídeos são caracteristicamente produzidos com pouco mais que uma *webcam* e pouca habilidade em edição. (BURGESS E GREEN apud AMARO, 2011: p. 2)

Para o melhor entendimento do estudo foi escolhido analisar seis vídeos aleatórios do *YouTube*, sendo três publicados pelo vlogueiro PC Siqueira e três do vlogueiro Ruam Abelha. Nos vídeos analisaram-se as técnicas audiovisuais, a escolha do enquadramento e ângulos da câmera. E a linguagem por meio dos conteúdos dos argumentos dos objetos de estudo e dos comentários de internautas.

Durante a coleta de dados dos vídeos, tornou-se conhecido, o número de exibições, a linguagem comum entre os usuários que costumavam comentar os vídeos; se o teor dos comentários era compatível com os temas abordados, se houve interação entre os internautas e os vlogueiros e a frequência de respostas dos autores dos vídeos.

Já os aspectos técnicos da filmagem utilizadas tentou demonstrar se o enquadramento e ângulos da câmera estiveram de acordo com as técnicas audiovisuais ou as imagens foram amadoras, descrição dos cenários e o nível de conhecimento da edição de imagens.

Buscou-se entrevistar os objetos desta pesquisa, porém somente o Ruam Abelha concedeu entrevista no tempo estipulado e hábil para o estudo. Já o vlogueiro, PC Siqueira não respondeu ao e-mail de convite, no entanto, não prejudicou a análise deste artigo.

Com o decorrer da pesquisa, tornou-se necessário fazer uma analogia entre a atuação do PC Siqueira e de Ruam Abelha em seus respectivos vlogs, “Mas Poxa Vida” e “Colmeia”.

2- Do Indivíduo Moderno ao Pós-Moderno: Mudanças dos Desejos, Vontades e Objetivos de Vida

Foucault (apud. Hall, 1992: p.11) criou o termo poder disciplinar no século XX. Na modernidade, as instituições, oficinas, quartéis, escolas, prisões e hospitais tinham como principal função: regular e vigiar a atuação dos indivíduos nesses ambientes.

Era considerado um segredo, a maneira de expor-se, como ocorria nos quartos privados em meados do século XIX para o XX, em que mulheres, homens e crianças começavam a indagar questões sobre si mesmos, e para decifram-se utilizavam os diários íntimos, os quais, geralmente permaneciam trancados.

O início do costume de ler para si, em silêncio, tornava propício um tipo de indivíduo novo, aquele isolado dos outros e do mundo, apenas em contato com a sua interioridade, um espaço cada vez mais misterioso, que segundo Sibilía (2008, p.98) a nova prática de ler sozinho era considerada como um distanciamento de Deus, já que na Idade Média era muito

comum as sessões de leituras orais nos mosteiros medievais, acreditava-se no ritual coletivo da escuta e em uma tradição compartilhada.

A autora Paula Sibilia compara a exposição de si na era analógica com a era digital:

(...) A internet permite que qualquer usuário possa publicar o que quiser, com pouco esforço e baixo custo, para uma audiência potencial de milhões de pessoas no mundo inteiro. Isso concede aos “diários íntimos” contemporâneos uma projeção que seus ancestrais pré-digitais nunca teriam podido conseguir ou sequer imaginar. Entretanto, é bem provável que a maioria dos autores daqueles escritos privados da era analógica jamais teria almejado atingir essa divulgação; para muitos, inclusive, a mera insinuação de um tal escancarado teria sido um terrível pesadelo. (SIBILIA, 2008, p.70)

Nas reflexões de Thomas Mathiesen, Bauman afirma que a sociedade passou de um modelo panóptico ou disciplinar, como já foi explicitado por Foucault (2007:p.101), para outro, o sinóptico. “As mesas foram viradas e agora são muitos que observam poucos”. A configuração de uma sociedade sinóptica, na qual todos vigiam todos, facilita a disseminação do desejo individual de articular uma cena mediática nas plataformas digitais, como ocorre no *YouTube*, angariando uma vontade exacerbada de sentir-se presente, de se autoexpor para ganhar cada vez mais visibilidade.

Tanto na vida presencial como no ciberespaço, segundo Bauman (2001), o indivíduo está em crise e precisa descobrir quem é ou quem ele deve ser. As redes sociais digitais têm sido o palco principal para que o indivíduo demonstre no ambiente ciberespacial quem é ou quem simula ser.

Para a pesquisadora Cíntia Dal Bello (2010) não é possível mais falar em um indivíduo centrado, único e indivisível, como o sujeito da época da sociedade moderna.

“(…) o sujeito agora é outro: descentrado, encadeado no discurso, atravessado pelos contextos, diluído, inexistente; o mesmo ocorre com identidade (plural, contraditória, temporária, múltipla, fragmentada)”. (DALL BELLO, 2010: p.4)

Este pluridivíduo (diversas personalidades em um único indivíduo) formado por inúmeros fragmentos aleatórios (TRIVINHO, 2007) está dentro de uma sociedade pós-moderna que atua no sistema capitalista, o qual preza a competição tanto no mercado de trabalho, como na vida privada e na *web*.

O indivíduo busca nas redes sociais digitais o “aparecer” (DAL BELLO, 2010) para destacar-se do grupo a que ele está vinculado. Contudo, essas formas de se diferenciar podem ocasionar na convenção de um código de conduta e um modelo de comportamento no ciberespaço, justamente, pelo indivíduo apropriar-se da personalidade que considerar relevante, como por exemplo, tornando pública a intimidade, evadindo a privacidade.

O limite tênue, entre o privado e o público, persiste na sociedade pós-moderna, a partir das relações sociais atuais no ciberespaço que podem transformar sujeitos desconhecidos em (re) conhecidos.

3- A Exposição de Si Como Pauta de Conteúdo no Compartilhamento de Vídeos na Web

O *YouTube*, rede social digital de compartilhamento de vídeos, criado em 2005 por três funcionários do Paypal⁴ e no ano seguinte, comprado pela Google.

O primeiro slogan do site foi "Your Digital Video Repository" (Seu Repositório de Vídeos Digitais, em tradução livre), um recurso que armazenaria o conteúdo pessoal em vídeos. Hoje, com as diversas apropriações realizadas pelos usuários, o slogan foi modificado para "Broadcast Yourself" (Transmita Você Mesmo), como uma plataforma destinada a expressão pessoal.

O *YouTube* além de ser um agregador de conteúdo digital também é um site de grande tráfego, plataforma de veiculação, arquivo de mídia e rede social digital. Um serviço que tornou mais acessível para grande parte da população mundial, os recursos técnicos de filmagem, edição e difusão de vídeos pela *web*.

O alcance de maior audiência e relevância dos canais de vídeos são medidos pelo número de exibições disponíveis no *YouTube*, quanto mais indivíduos visualizarem, maiores são as chances de o produtor de conteúdo ter o seu vídeo mais compartilhado e por consequência, ter mais exposição.

A publicação de conteúdo em vídeo na web transformou a maneira tradicional em que

⁴ Site de pagamento e recebimento de dinheiro *online*.

a informação ou o entretenimento chega ao público, com a facilidade de uma internet capaz de rede, aparelhos tecnológicos adequados e conhecimento sobre o que quer escrever ou falar, o indivíduo consegue hoje ser o emissor, o receptor e o difusor da mensagem que ele quer transmitir. Entre as diversas plataformas digitais que facilitam esse processo, o YouTube está entre as mais populares.

O *YouTube* possui ferramentas de aprovação e reprovação, representadas por uma mão com o polegar levantado em caso positivo e abaixado, negativo. Já o *Facebook* contém apenas o botão de aprovação, o curtir.

O vlog “Mas Poxa Vida”⁵, do Paulo César Siqueira, conhecido como PC Siqueira foi lançado em 2010 e até o dia 11 de novembro de 2011, haviam 111 vídeos publicados, com 583.130 inscritos. São mais de 33 milhões de exibições totais do canal, que recebe de uma a três publicações de vídeos por semana.

Os sucessos dos vídeos de PC Siqueira, como o próprio confessa, em um de seus vídeos é não ter roteiro. Ele liga a câmera e começa a falar sem pré-definição, porém os assuntos abordados, geralmente fazem parte do cotidiano dele ou algum assunto polêmico debatido pela mídia.

A didática adotada por PC Siqueira de não preparar sua fala antes de começar a filmar pode ser confirmada pelos títulos de seus vídeos, que na maioria dos casos expõem três tipos de assuntos que não tem relação entre si, como por exemplo, o vídeo publicado em 10 de novembro de 2011, com o título “Fama, USP e Falar com cachorros”.

A negação de saber o que falar nos vídeos não é uma forma despretensiosa de chamar atenção, a escolha de uma linha editorial com a premissa de não ter organização de ideias pode ser considerada uma estratégia de apreensão dos espectadores. Além de torná-lo diferente da maioria das produções de televisão que obedece a roteiros e regras.

A aparente despretensão com a publicação de conteúdo dos vídeos obedece a certos rituais. Siqueira começa os vídeos cumprimentando seus espectadores “Olá, como vão vocês?” e interrompe frequentemente o que está falando para chamar a atenção da mascote, a cadela Lola.

Diferente do que o filósofo Walter Benjamin (apud. SANTOS) defendia, para ele um filme ou vídeo era considerado uma obra de arte, por reproduzir técnicas como a fotografia, trilhas sonoras e roteiro afim de facilitar o modo de contar uma história, que em algumas

⁵ Canal “Mas Poxa Vida” - <http://www.youtube.com/user/maspoxavida>

ocasiões tinham como função principal esconder as versões consideradas como verdadeiras dos fatos para proteger certos tipos de posicionamentos políticos, seja do autor da ideia ou do patrocinador da obra.

As edições ou as montagens das imagens são as principais responsáveis pela apreensão do espectador, já que elas cumprem o papel de induzir o indivíduo a pensar que determinada história ocorreu da maneira que foi editada ou montada.

Pela amostragem de análise, os três vídeos de Siqueira estudados demonstram uma padronização, como percebe-se nos títulos dos vídeos com três temas: “PC Siqueira e Rafinha Bastos, Osama Bin Laden e Bananas” (1.604.946 exibições)⁶ publicado em 10 de maio de 2011, “Bagunça, Nerds e Gays” (1.225.200 exibições)⁷ publicado em 27 de setembro de 2010 e “Alagamentos, Miley Cyrus e Combat Arms” (1.148.026)⁸ publicado em 19 de janeiro de 2011.

Além da padronização dos títulos dos vídeos, também há semelhanças quanto ao enquadramento da câmera, iluminação, cenário, personagens e expressões. O vlogueiro, de acordo com as informações gerais do canal de vídeos “Mas Poxa Vida” tem conhecimento sobre como deixar a imagem com boa resolução, ele tem uma luminária que fica atrás da câmera Canon T2i, microfone para conceder ao áudio mais limpidez, além de editar os vídeos no programa iMovie, portanto, os vídeos publicados pelo rapaz de 25 anos não são amadores, e por causa disso, há como considerá-lo uma pessoa dromoapta (TRIVINHO, 2007), ou seja, têm fácil acesso a rede, possui o conhecimento necessário para expressar-se por meio de aparelhos eletrônicos e para publicá-los e compartilhá-los nas plataformas digitais.

Em relação ao enquadramento, nos três vídeos, PC Siqueira aparece em primeiro plano fechado ou plano próximo, ou seja, ele fica bem perto da tela, os espectadores o enxergam do pescoço para cima. Para enfatizar ou ilustrar a fala durante o vídeo, ele utiliza animações com palavras escritas com o intuito de chamar mais atenção, as letras aparecem da esquerda para direita e vice-versa tanto na vertical como na horizontal, cedendo mais dinâmica ao vídeo e apreendendo mais atenção.

O cenário é geralmente algum compartimento da sua casa, como a sala ou quarto. E os personagens que aparecem com frequência nos vídeos junto com o vlogueiro é a cadela de estimação Lola, o irmão Beto e o amigo Diego.

⁶ Vídeo 1: <http://www.youtube.com/watch?v=EpeEHb3RyvQ>

⁷ Vídeo 2: <http://www.youtube.com/watch?v=tpsQ2zz8QcY>

⁸ Vídeo 3: <http://www.youtube.com/watch?v=MWynTXZIXBk>

Os comentários dos vídeos são incontáveis, na amostragem dos vídeos, dois deles são referentes ao ano passado e como o autor não retirou o conteúdo da rede e tampouco o *YouTube*, os vídeos recebem comentários atuais e geram diversas páginas de comentários. E justamente por causa deste fato, permanece inviável conhecer a procedência geográfica e reconhecer os influenciadores *web*, os *hubs* (BARABÁSI, 2009), que tem um grande número de contatos, uma atuação frequente na publicação de vídeos.

A maioria dos comentários dos internautas utiliza a língua portuguesa informal, com erros ortográficos graves e palavras de baixo calão. A maior parte dos comentários cabem em uma frase, porque eles também escrevem com muitas abreviações, comuns da linguagem que ficou conhecida como vinda da Internet, termos como “vc”, “tmb” e “tdb”.

Os comentários retroalimentam o debate entre o vlogueiro e seus convidados no vídeo, repetindo algumas expressões utilizadas pelo Siqueira e convidados, elogiam a cadela Lola, fazem perguntas, que raramente são respondidas pelo vlogueiro provavelmente pela grande quantidade. Nos vídeos analisados, o vlogueiro escreveu só uma vez na parte destinada aos comentários e mesmo assim, sem interagir com os internautas.

A interação entre os “internautas-comentaristas” com o vlogueiro é em pouco volume. Por outro lado, as conversas entre internautas que comentam os vídeos são mais frequentes, tanto para debater sobre os assuntos abordados ou para traçar um duelo entre os defensores das ideias de Siqueira e aqueles que são contrários aos temas e criticam a personalidade do dono do canal.

O conteúdo dos comentários não são estritamente voltados para debater o tema que Siqueira tentou movimentar no vídeo, os internautas veem como possibilidade de também ganhar visibilidade no canal de vídeos do vlogueiro, já que há mais de 500 mil pessoas inscritas e pedem incessantemente para que os outros internautas acessem as atividades do seu próprio canal de vídeos, em que eles também tem vlogs ou pretendem mostrar algum talento. É comum também ver pedidos entre os internautas para que eles se sigam no *Twitter*, transferindo algumas pessoas para outra rede social digital.

Já Ruam Lenno Poça Ferreira, mais conhecido como Ruam Abelha, mora em Barcarena, cidade do estado do Pará. E é bem conhecido por um nicho restrito de pessoas, a maioria da região.

Os três vídeos de Ruam Abelha analisados foram “Já caiu e Cabeça Dura. By Abelha

& Yann”⁹ de 2009 com 954 exibições, “Abelha Pantera – Fala + Dança”¹⁰, de 2011 com 1040 exibições e “Abelha Entrevista #1 – Abelha Pantera”¹¹, de 2011 com 791 exibições.

Diferente dos vídeos de PC Siqueira, o número de comentários do canal de vídeos no *YouTube*, chamado Colmeia é menor, mas respondidos pelo Abelha. Por conta do número reduzido de comentários ainda não há influenciadores *web* e indivíduos que comentam assiduamente no canal.

Vale ressaltar que o número de exibições dos vídeos de Abelha é alto, considerando-se que o tempo de publicação de seus vídeos são mais recentes em comparação aos vídeos de PC Siqueira.

Apesar de identificar certa padronização de conteúdo e expressões nos vídeos de Ruam Abelha, ele afirma que quando começou a fazer os vídeos assim como PC Siqueira não pensou em um roteiro, não conhecia o vlog de Siqueira, mas hoje o considera como um dos precursores dos videologs no Brasil.

Comecei a fazer esses vídeos porque não tinha nada pra fazer. Eram férias e tava num tédio. Acho que é por isso que muitas pessoas fazem vídeos. Não teve uma explosão de views, mas meus amigos comentaram muito. Daí continuei a fazer. (...) Coerência. Taí a palavra que não encontrarás nos meus vídeos. (...) O PC Siqueira e o Felipe Neto são famosos porque foram pioneiros aqui no Brasil nesse papo de vlog e depois que o Felipe Neto ganhou o VMB, aí explodiu. Agora todo mundo faz. E pra fazer 'sucesso', ficou bem mais difícil. (Entrevista concedida em 14/11/2011)

Mesmo Ruam Abelha negando um padrão em seus vídeos, identificou-se vários indícios de uniformidade, começando pelo cenário das filmagens, geralmente em seu quarto. A câmera capta as imagens de Abelha em primeiro plano ou plano próximo (do pescoço para cima) e depois em um plano maior, em que aparece o corpo inteiro, quando geralmente o vlogueiro dança.

A maioria das vezes, o vlogueiro inicia o diálogo com seus espectadores com os bordões, “Bom dia galera, Boa tarde galera, Bom crepúsculo galera, Boa noite galera e Boa madrugada galera”, além da sonoridade conceder dinamicidade aos seus vídeos e torná-lo

⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=AJf6rDjnl8k>

¹⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=RRSsD3gUcec>

¹¹ <http://www.youtube.com/watch?v=5KF0eezGBaQ>

mais humorístico, esse repertório específico o torna mais próximo e facilita a replicação no ambiente *offline e online* por seus espectadores. Outro bordão constatado durante a análise foi “beijinho na mão e outro no coração” quando o vlogueiro cumprimenta, em grande parte, as espectadoras de seus vídeos. Para o vlogueiro, o Ruam e o Abelha são a mesma pessoa não há a construção de um personagem, mas segundo o próprio Ruam, a mãe dele comenta em tom de brincadeira que “Ruam é dentro de casa e lá fora é Abelha”.

Os três vídeos analisados por este artigo são bem diferentes, o primeiro “Já caiu e Cabeça Dura. By Abelha & Yann” é uma paródia das músicas de cantores de pagode, Rodriguinho e Tiaguinho, o “Abelha Pantera – Fala + Dança” em que o Ruam se veste com as roupas do personagem Pantera Cor de Rosa e manda beijos para seus seguidores no *Twitter*. No final do vídeo, ele dança uma música.

E o “Abelha Entrevista #1 – Abelha Pantera” considerado como um quadro dentro do seu vlog, o qual as perguntas foram enviadas por seus amigos no perfil do *Facebook*.

Para demonstrar que o vídeo da entrevista será um quadro permanente no vlog, Ruam faz um sinal de quadrado com as mãos, semelhante e muito comum no Pará, com as aparelhagens de brega, em que as pessoas que frequentam esse estilo de festa costumam utilizar sinais com gestos nas mãos para identificar a aparelhagem em que estão presentes.

Os vídeos analisados são bem diferentes entre si, mas fazem parte de uma linha de vídeos que o vlogueiro costuma seguir do total de 14 vídeos que já foram publicados por Ruam Abelha desde 2009, porém com maior atividade em 2011. O canal Colmeia tem 43 inscritos e mais de 3 mil exibições totais. No canal de vídeos, Ruam Abelha divulga os endereços de seus próprios perfis do *Twitter* e do *Facebook*, percebe-se que ele consegue integrar todas suas atividades nas redes sociais digitais.

Ruam Abelha é estudante de Turismo na Universidade Federal do Pará, tem 21 anos e pode ser considerado assim como o PC Siqueira, dromoapto (TRIVINHO, 2007) por atuar em diversas redes e saber como elas funcionam. Ele tem perfis no *Orkut*, *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Google +* e no *Formspring*.

O Twitter tem muita gente revoltada. Lá eles querem só xingar, parece. Já no Facebook é mais legal. É bem mais interativo. Se bem que no Twitter são várias informações ao mesmo tempo. Passou, não leu? Já era. E o Orkut está semi-abandonado e o Formspring também. (...) No *YouTube* não tem muito mistério. São bem singelas as coisas. Aprendi fuçando sozinho. Não sei usar

todas as funções dele, confesso. Tanto é que quero aprender. (Entrevista concedida em 14/11/2011)

Ruam Abelha não tinha uma câmera de vídeo própria, como comentou em um de seus vídeos, ela havia sido emprestada por uma amiga, assim como a roupa do personagem Pantera Cor de Rosa. Atualmente Ruam comprou uma câmera Cyber Shot da Sony semiprofissional e conta com a ajuda do amigo, Helder Lana para editar as imagens dos vídeos com o programa de edição de imagens Adobe Premiere.

Abelha almeja continuar a fazer os vídeos no futuro, mas segundo ele sem pretensão de tornar-se reconhecido ou famoso.

Para 2012 quero levar mais a 'sério' essa brincadeira. Meus amigos gostam desses vídeos e uns pedem pra eu fazer mais. Não que queira trabalhar exatamente nisso, mas quero uma coisa bem feita. Não tenho microfone, iluminação adequada, mas vou investir nisso. O que eu sei é que não faço essas coisas pra conseguir fama. Faço por diversão. E se essa diversão, der 'certo', digo, dinheiro, legal. (Entrevista concedida em 14/11/2011)

4- Considerações Finais

A democratização da Internet no Brasil mudou as relações sociais dos indivíduos em rede e fora dela. Também modificou termos, antes navegava-se na Internet, hoje conecta-se a rede online.

A facilidade de acesso à tecnologia, o número de *lan houses* espalhadas pelo país, as diversas possibilidades de velocidades e planos de Internet pagos por meio de operadoras de celular com a tecnologia 3G¹² ou de Internet em banda larga, proporcionaram aos indivíduos o desejo da autoexposição, em consequência também de um indivíduo inserido na pós-modernidade que sofreu uma transferência para a *web*.

Os objetos de estudo deste artigo, os vídeos produzidos por PC Siqueira e Ruam Abelha, são produtos pós-modernos, da democratização e da colaboração da Internet, visto que eles não fazem seus vídeos sozinhos, contam com a ajuda dos amigos e do interesse do

¹² Tecnologia móvel que permite ao usuário navegar na Internet em alta velocidade sem a utilização de fios.

público que eles formaram.

Os vlogueiros analisados transitam por realidades bem diferentes, começando pela região geográfica. PC Siqueira é de São Paulo e de acordo com as imagens de seus vídeos tem mais acesso à tecnologia com Internet de alta velocidade, em detrimento de Ruam Abelha, paraense.

O paulista já é um vlogueiro reconhecido, publica vídeos há um ano periodicamente, ficou conhecido por meio de seus vídeos e pode ser considerado uma *web*celebridade e celebridade, já que possui um programa na emissora MTV. Enquanto que o paraense começou a fazer seus vídeos há pouco tempo, ainda não é reconhecido, mas possui popularidade dentro de um nicho de pessoas.

O tempo médio dos vídeos dos dois vlogueiros varia entre 3 e 10 minutos, ambos alimentam vocabulários próprios e seguem um padrão, mesmo afirmando que não produzem roteiros.

Não há como afirmar um fator comum de sucesso dos vlogueiros e nem saber exatamente até quando a prática terá durabilidade. Os vídeos podem ser considerados como meios de entretenimento, de identificação e afinidade dos indivíduos em relação aos temas abordados, além de ter transformado a produção audiovisual e o conteúdo que a sociedade esteve acostumada a observar somente na televisão ou no cinema.

Na Internet o poder do conteúdo, da imagem e do áudio publicados na rede ainda são inferiores àquelas observadas por meio da televisão e do cinema. Mas por outro lado, a *web* ofereceu aos indivíduos a capacidade de terem voz, serem observados e editados da maneira que esses indivíduos querem ser vistos ou em quem sonham ser.

Se a exposição exacerbada de si na rede é modismo e pode acabar, assim como já foi amplamente discutido na grande mídia, se o rádio, jornais impressos e a televisão estariam fadados à extinção por causa da Internet, não há como prever.

As possibilidades de estudo sobre a exposição de si com a potencialidade da Internet e as novas formas de conteúdo publicados por meio de vídeos na rede são amplas. A Internet é um meio que precisa e deve ainda ser muito explorado pelas pesquisas em comunicação, pois ela revolucionou a forma como se lê, produz e consome informação. Assim como também modificou as relações sociais no ciberespaço e na sociedade presencial.

Segundo o Alexia, *site* de ranqueamento e medição de visitação de páginas da *web*, o *YouTube* é o 4º site mais visitado no Brasil. A rede social digital de compartilhamento de vídeo transformou a maneira de absorção de conteúdo e serviu de inspiração para o surgimento de outros sites de vídeo online. Não é preciso esperar o que vem depois do *YouTube*, *Twitter* ou *Facebook*, mas é necessário descobrir o que essas ferramentas farão e o que poderá ser feito com elas.

É notável, sim, o desejo de fama dos vlogueiros em suas produções, mesmo com a negação de que os vídeos sejam planejados para torná-los famosos.

5-Referências Bibliográficas

AMARO, Fausto. **Por um estudo dos vlogs**: apontamentos iniciais e contribuições teóricas de Marshall McLuhan. Texto apresentado ao Eixo Temático 4 “Jogos, redes sociais, mobilidade e estruturas comunicacionais urbanas”, no V Simpósio Nacional da ABCiber, 2011.

ANTONIOLI, Leonardo. **A Internet no Brasil**. Disponível em: <http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php> 23 de outubro de 2011.

BARABÁSI, Albert-László. **Linked : a nova ciência dos networks**. São Paulo: Ed. Leopardo, 2009.

BAUMAN, Zigmund. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BLOG DO LUIS. **Qual a diferença entre internet e web?** Disponível em: <<http://www.luis.blog.br/qual-a-diferenca-entre-web-e-internet.aspx>> Acessado em 23 de outubro de 2011.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede – A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura** – Volume 1 . São Paulo: Paz & Terra, 2002.

DAL BELLO, Cíntia. **Sorria, você está sendo indexado**: a questão da privacidade nas plataformas ciberculturais de relacionamento e projeção subjetiva. Texto apresentado ao Eixo Temático “Redes sociais, comunidades virtuais e sociabilidade”, no IV Simpósio Nacional da ABCiber, 2010.

GAULES, Ale. **Os tipos de enquadramento no cinema**. Disponível em: <http://www.alegauls.com/hdslr/dslr/2011/09/os-tipos-de-enquadramento-cinema/>. Acessado em 23 de outubro de 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1992.

INFO EXAME. **YouTube recebe 48h de vídeos a cada minuto**. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/youtube-recebe-48h-de-videos-a-cada-minuto-26052011-0.shl>> Acessado em 23 de outubro de 2011.

MACHADO, Jorge. **Vocabulário do Roteirista**. Disponível em: <<http://www.roteirodecinema.com.br/manuais/vocabulario.htm>> Acessado em 23 de outubro de 2011.

SANTOS, ANDREA. **O audiovisual como documento histórico: questões acerca de seu estudo e produção**. Disponível em: <<http://www.mnemocine.com.br>> 23 de outubro de 2011.

SIBILIA, Paula. **O Show do Eu: A intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada**. São Paulo: Paulus, 2007.

_____. **Visibilidade Mediática, melancolia do único e violência invisível na cibercultural**. Texto apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Cibercultura”, no XIX Encontro Nacional da Compós, 2010.