



Um Estudo Sobre *Vlogs* e Sua Influência na Cultura Participativa¹

Larissa Layane Bezerra²

Ronaldo Bispo dos Santos³

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

Resumo

Surgido dentro do cenário da Web 2.0, a segunda geração dos serviços na rede mundial de computadores, que ampliou e facilitou o compartilhamento de informações na internet, o YouTube popularizou e democratizou o que hoje é conhecido por *vlog*. Este artigo pretende, então, explorar alguns pilares teóricos que explicam esse fenômeno, levando em consideração as contribuições de McLuhan e o atual cenário de convergência midiática.

Palavras-chaves: *Vlogs*; mídias digitais; McLuhan; Cultura da Convergência.

1. Introdução

Esse artigo tem como objeto de estudo os *vlogs* e sua inserção nessa sociedade atual cada vez mais participativa. Os *vlogs*, ou videoblogues, são uma variante de *weblogs*, cujo conteúdo principal consiste de vídeos. Inicialmente têm caráter amador e tendem a se tornarem mais refinados com o amadurecimento do vlogueiro nas questões de produção e edição dos vídeos. A temática é bastante diversificada, qualquer tema pode virar assunto.

Essa modalidade de comunicação demanda poucos recursos. Uma câmera, uma ideia e já se pode ter um *vlog*, que são hospedados, em sua grande maioria, na plataforma YouTube. Lançado oficialmente em junho de 2005, o site de vídeos surgiu como um serviço, entre vários já existentes, que tentava facilitar tecnicamente o compartilhamento de vídeos na rede com a proposta de mostrar que existem pessoas talentosas em todo lugar.

A interface apresentada era simples e não havia limites em relação ao número de

¹Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

²Estudante de Graduação 5º período de Comunicação Social – Jornalismo da UFAL, e-mail: larilayane@gmail.com

³Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UFAL, e-mail: ijabutre@yahoo.com.br



uploads que o usuário poderia fazer. Seu grande diferencial estava relacionado a introdução de uma ferramenta que gerava URLs e códigos HTML, permitindo, assim, que os vídeos fossem facilmente incorporados em outros sites.

O site foi fundado pelos jovens visionários Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim e, no ano seguinte a sua fundação, YouTube já havia sido eleito como a melhor invenção do ano por uma revista estadunidense.

O presente artigo está dividido em quatro partes. Na primeira, apresentaremos a história do YouTube, o suporte mais utilizado para a hospedagem dos *vlogs*. Na segunda, o foco será os *vlogs* propriamente ditos, como se comportam e seus percussores. Em seguida, abordaremos algumas ideias de Marshall McLuhan (s/d) que podem ser usadas para melhor compreensão do objeto em questão. Por fim, trataremos de exemplos práticos, de *vlogs* no âmbito nacional, explorando o cenário convergente.

2. YouTube: uma nova forma de enxergar a cultura digital

Segundo os estudos de Burgess e Green, o sucesso do site se deu dezesseis meses após sua criação, quando a empresa Google pagou 1,65 bilhão de dólares por ele. Entre abril de 2007 e abril de 2008, o número de vídeos hospedados no YouTube cresceu em torno de 10 vezes.

Mas o começo foi difícil, como declarou um dos fundadores, Jawed Karim, em um discurso durante sua colação de grau.⁴ No começo, o usuário não escolhia os vídeos, o site que os escolhia randomicamente para os usuários e, como haviam poucos vídeos hospedados, ocorria uma grande repetição.

A primeira ideia para atrair mais vídeos para o novo site foi em relação a transformá-lo num site de relacionamento. E, então, os fundadores passaram a pagar vinte dólares para cada vídeo *upado* nessa categoria. Depois houve a adição de vídeos relacionados e a exclusão do formato randômico.

Além da implementação dos vídeos relacionados, Karim, em seu discurso, credita o sucesso do site a três outros fatores: um link de e-mail que permite o compartilhamento de vídeos, comentários e um reprodutor de vídeo que permitia a incorporação em outras páginas da web.

⁴O vídeo pode ser acesso através do link: <http://www.youtube.com/watch?v=rk8MU5u84FE> (parte um) e <http://www.youtube.com/watch?v=24yglUYbKXE> (parte dois).



Porém, há quem diga que o sucesso do YouTube se deve a um quadro cômico chamado *Saturday Night Live* (Sábado à Noite ao Vivo), no qual dois jovens *nerds* estereotipados cantavam um rap sobre comprar bolinhos e assistir *As Crônicas de Nárnia*. No final de 2005, o clipe já havia se tornado algo que pode ser denominado como o primeiro *hit* do YouTube.

À medida que essa nova plataforma de compartilhamento de vídeos crescia, cresciam também as dúvidas acerca da real finalidade do site e se ele realmente iria durar ou seria apenas mais uma febre midiática passageira. Do slogan *Your Digital Video Repository* (“Seu Repositório de Vídeos Digitais”) até o atual *Broadcast yourself* (“Transmita-se a si mesmo”) houve um grande processo de amadurecimento.

2.1. *Broadcast yourself*

A mudança de conceito do site, que veio junto com o novo slogan, seguia a tendência do momento, na qual a internet estava começando a se tornar um espelho de seus utilizadores. Essa mudança, por sua vez, colocou o YouTube no contexto de uma revolução liderada por usuários, uma característica da Web 2.0, como aponta Lev Grossman (2006). Além de considerar como uma enorme revolução, a Web 2.0, para Grossman, “é uma ferramenta que aproxima as pequenas contribuições de milhões de pessoas e as torna importante.”⁵ (GROSSMAN, 2006, p. 1)

E era dessa forma que, segundo Jawed Karim, os fundadores do site viam o “novo” YouTube, um espaço no qual qualquer um que tivesse uma boa ideia, poderia pegá-la e fazê-la acontecer. Citando Matt Harding, o fundador do site exemplifica como qualquer um com uma ideia criativa pode ganhar seus “15 minutos de fama.”

Em 2005, Matt fez um vídeo por diversão, no qual ele dançava todo desengonçado pelos países por quais viajava. O sujeito foi descoberto por uma importante empresa, que passou a pagá-lo para viajar pelo mundo e dançar. Seu vídeo mais popular tem mais de 46.504.090 visualizações e seu canal, mais de 118.000 inscritos. Harding continua dançando pelo mundo e em seu canal também é possível ver vídeos de algumas palestras que ele tem dado por conta de sua fama.

⁵Tradução própria do original em inglês: “It’s a tool for bringing together the small contributions of millions of people and making them matter.”



2.2. *Do It Yourself*

A política do *Do It Yourself* permite que pessoas com poucos recursos ganhem visibilidade. Sem fazer grandes investimentos, nem precisar de uma grande equipe ou estrutura, as pessoas conseguem lançar seu produto. Um exemplo do papel do vídeo amador é o caso da garota Bree, mais conhecida como *Lonelygirl15* (Garotasolitária15). Gravando seus vídeos a partir da sua webcam, a adolescente falava sobre sua vida, seus problemas com seus pais religiosos e sobre sua relação conturbada com Daniel, seu namorado.

Foi com o vídeo *My parents suck...* (Meus pais são um saco...) que a *LonelyGirl15* ganhou notoriedade. Aparentemente emocionada, a garota contava como seus pais haviam estragado seus planos de sair com seu namorado Daniel no feriado do dia da independência. O vídeo atingiu meio milhão de visualizações em 48 horas. Com vídeos curtos de cerca de 2 minutos, em média, as postagens no canal da vlogueira atingiram uma audiência de cerca de 300 mil visitas diárias. “Apropriando-se habilidosamente da estética, das restrições de formato e do estilo confessional do vlog, os vídeos da *Lonelygirl15* divulgaram e legitimaram a prática de vlogging como um gênero de produção cultural.” (BURGESS e GREEN, 2009, p. 50)

Mesmo depois de Bree ter dito que tudo o que se passava em seus vídeos eram histórias ficcionais, seu sucesso continuou. Hoje, pode-se dizer que a autenticidade enganosa faz parte do repertório cultural do YouTube. Analisando esse panorama no âmbito nacional, poder-se-á encontrar Felipe Neto com seu vlog “Não Faz Sentido”, que será melhor analisado nas próximas páginas.

3. *Vlogs, um pouco de história*

O hábito de pegar uma câmera, fazer um vídeo e postá-lo na internet é anterior ao surgimento do YouTube e, até mesmo, ao da nomenclatura *vlog*. “O YouTube pode representar o epicentro da cultura participativa atual, mas não representa o ponto de origem para qualquer das práticas culturais associadas a ele.” (JENKINS, 2009, p. 145) E não é difícil encontrar registros de produções midiáticas similares as que existem atualmente na plataforma de compartilhamento de vídeos, anteriores a sua criação.

O primeiro registro do que viria a se chamar *vlog*, por exemplo, é datado de 1976. Segundo o site de notícias *Brainstorm9*, Sam Klemke fazia vídeos, onde relatava seu



amadurecimento pessoal a cada ano que se passava. Já em 1995, a adolescente Sadie Benning gravava vídeos com sua câmera portátil e falava sobre sua vida pessoal, confessando seus maiores temores e pensamentos mais íntimos.

E é também nos anos de 1990 que encontramos um exemplo brasileiro de percussor dos *vlogs*. Rafinha Bastos, comediante e apresentador do CQC, revelou, numa entrevista concedida à Revista *Info* que costumava fazer vídeos para a internet no início da década de 1990, quando havia se mudado para os EUA. “Foi lá que ligou a facilidade de criação e edição de vídeo com o poder de distribuição de conteúdo na internet. Montou (...) um site onde publicava suas piadas, e começou a fazer sucesso com sátiras de videoclipes.” (POLONI, MAIA E CAPUTO, 2011)

O que esses indivíduos faziam e o que os jovens atualmente fazem difere-se apenas quanto ao meio de divulgação, porque o YouTube permite que um público maior seja atingido com pouco ou quase nenhum esforço.

4. Os vídeos como extensão do ser humano

McLuhan (s/d), ao afirmar que os meios de comunicação são extensões do homem, queria dizer os meios proporcionam ao ser humano novas habilidades. A relação entre o homem e o meio compreende processos que envolvem a transformação da sociedade quando surge um novo sistema tecnológico. Os meios são criados pelo indivíduo e dele dependem para existir. Surge, então, um ambiente que funciona como um texto tendo sua gramática própria.

Para qualquer um de nossos sentidos existem extensões e os *vlogs*, por sua vez, funcionam como extensão da visão e da audição humanas ao proporcionarem as mais variadas construções e representações de sentido, além da facilidade para propagação de ideias. “Nesse novo contexto, além de mais ‘interativos’, os sujeitos estão se tornando mais visuais do que verbais.” (SIBILIA, 2008, p. 48)

Ainda seguindo os pensamentos de McLuhan, sua crítica à escrita também se encaixa no âmbito dos *vlogs*, ao passo que tanto a escrita, quanto o *vlog*, proporcionam o individualismo e são atemporais. O vídeo é produzido por um indivíduo, isolado de seu grupo social, em um ambiente fechado e com a câmera focalizando apenas a si próprio. Além do mais, o vídeo, uma vez postado, estará sempre disponível para ser visto a qualquer momento sem haver a perda de sentido, tal qual o conteúdo de um livro.



5. Os vlogs no cenário nacional

Este tópico pretende analisar dois *vlogs* brasileiros: primeiramente, o já consagrado canal do Felipe Neto, o Não Faz Sentido e, depois, um canal que dialoga de forma próxima com o atual cenário de cultura convergente que vivenciamos, o Observatório Potter, feito por um fã da saga Harry Potter.

5.1. Canal Não Faz Sentido

O “Não Faz Sentido” começou em 2010 e seus vídeos somam aproximadamente 180 milhões de visualizações atualmente. O vlog, que surgiu a partir de uma necessidade do agora vlogueiro de ocupar seu tempo ocioso e voltar a interpretar, consiste em vídeos nos quais Felipe Neto põe uns óculos escuros e assume um personagem que só reclama. Ele já reclamou do carnaval, do Fiuk, do Justin Bieber, da saga Crepúsculo, entre outros temas. Em seus vídeos surgem palavrões, comentários politicamente incorretos, “verdades” ditas e mostradas em situações e temas com os quais o público se identifica. O vlogueiro credita seu sucesso aos fãs das celebridades que já foram pautadas em algum de seus vídeos, pois, na tentativa de atrair pessoas que o odiassem, esses fãs acabavam divulgando seu material.

Felipe Neto, assim como tantos outros vlogueiros estavam apenas interessados em “se transmitirem” com suas produções individualistas, sem haver interesse no envolvimento da produção textual, gerando uma marginalização das narrativas individuais de cada celebridade da internet. O que contribui para o fortalecimento de um caráter cotidiano no YouTube

5.2. Canal Observatório Potter

Nesse atual cenário de cultura convergente, é possível notar que as formas de produzir e consumir os meios de comunicação foram transformadas. Enquanto que o foco de Hollywood era apenas o cinema, os novos conglomerados se posicionam de um modo a tentar dominar a indústria de entretenimento, produzindo não apenas filmes, mas também brinquedos, jogos, livros, *websites* etc. E, nesse ambiente, os fãs deixam de ser apenas consumidores passivos e se tornam consumidores ativos daquilo que idolatram,



criando fóruns de debates, *fan fictions* (ficções do fã) e, até mesmo, como nesse caso em específico, um *vlog*.

No âmbito da convergência alternativa, o vlogueiro Thiego Novais, que construiu o canal aqui analisado, apropriou-se de uma tecnologia midiática para interagir com outros consumidores, dentro de um processo conhecido por convergência de baixo para cima. O caminho inverso é feito pelas grandes empresas corporativas, que coexiste com o primeiro.

Apesar das histórias do menino bruxo terem 16 anos, o Observatório Potter surgiu apenas em fevereiro de 2013, quando Thiego Novais, que é um grande consumidor de *vlogs*, viu que poderia criar seu próprio material e se fazer presente entre todas as pessoas que criam conteúdo para internet.

Quanto ao tema, Novais procurou algo que fizesse parte de seu cotidiano e, portanto, tivesse domínio para tratar dele. “[Harry Potter] É uma série pela qual sou apaixonado desde 2011 e sabia que teria bagagem para falar sobre, principalmente por ser um fã”, declarou o vlogueiro numa entrevista concedida por e-mail.

O canal traz vídeos de 12 minutos, em média, que apresentam narrativas descritivas sobre algum fato marcante da série ou sobre algumas cenas específicas, além de acompanhar as novidades que ainda surgem relacionadas à série. Percebe-se, então, que o *vlog* apresenta uma linguagem verbal-visual-sonora, já que em seus vídeos “há uma camada de discursividade que sustenta o argumento daquilo que aparece em forma de som e imagem.” (SANTAELLA, 2001, p. 387)

Inicialmente, o campo de abrangência dos *vlogs* brasileiros era bem restrito. Tendo como percussores os canais “Não Faz Sentido”, do Felipe Neto e “Mas Poxa Vida”, do PC Siqueira – ambos serviram como influência para o Observatório Potter –, notava-se uma tendência para *vlogs* que tratavam de assuntos cotidianos.

No entanto, como a cultura participativa inspira a diversidade e novas formas de subjetividade, os consumidores daqueles *vlogs* foram se transformando em autores potenciais. Como é o caso do *vlog* da Rayza Nicácio, onde a vlogueira trata de cuidados com os cabelos cacheados. Outro exemplo é o canal do Gui Toledo, que traz paródias musicais.

É possível notar que o *vlog* Observatório Potter reflete bastante o atual cenário de cultura participativa que vem diminuindo as barreiras para a participação, assim como vem criando incentivos sociais para que as pessoas produzam e compartilhem suas produções. “Sem dúvida, muitas pessoas estão se aproveitando da plataforma de



distribuição que o YouTube oferece, em parte, porque essas pessoas percebem o suporte emocional de toda uma comunidade ansiosa por ver suas produções.” (JENKINS, 2009, p. 152)

Conclusão

Mesmo criando valor sobre o conteúdo amador, o YouTube não proporciona a distribuição desse valor igualmente. Algumas formas de produção ganham destaque entre as tendências de preferência dos visitantes e entre os interesses comerciais existentes. Outras, que não seguem as tendências nem os interesses dominantes, vão parar na periferia. Sem contar aqueles que são excluídos prontamente. Observa-se, então, uma exclusão e marginalização, pontos para serem aprimorados quando se busca uma cultura de fato participativa.

Outro ponto a ser levantado é que o YouTube foi criado com a proposta simplória de permitir que seus usuários hospedassem e compartilhassem vídeos. Uma proposta que rapidamente conquistou o mundo. Hoje é possível encontrar os mais variados vídeos no site. O que gera uma ampla discussão: seria o YouTube capaz de substituir a televisão? A plataforma dinâmica comporta todo o conteúdo da televisão com a vantagem de ser assistido e pausado a qualquer momento. No entanto, esse conteúdo esbarra num ponto importante: os direitos autorais. Enquanto o site não for compreendido como sendo, ao mesmo tempo, um negócio e uma fonte cultural cocriada por seus usuários, haverá essa grande batalha incansável pelos *copyrights*.

Assim como o rádio se reinventou e tem sobrevivido à criação da televisão por longos 65 anos, esta, por sua vez, também está a se reinventar e a conseguir alcançar seu espaço perante o YouTube, principalmente agora na era digital, que promete aparelhos televisivos mais dinâmicos e interativos.

A história tem mostrado que as mídias antigas e as novas podem coexistir, portanto defendemos que sempre haverá espaço para a televisão e o YouTube. Tese que se reforça quando é levado em conta os dados do Censo IBGE 2010, no qual 87,2% das residências brasileiras possuem televisão contra 30,7% das residências têm um computador com acesso à rede. Apesar disso, não se pode negar que o YouTube tem ganhado um espaço privilegiado no cotidiano dos seus usuários.

O site YouTube em si pode vir a perder popularidade ou desaparecer, como aconteceu com o Orkut e MySpace, por exemplo, mas acreditamos que a dinâmica de vídeos



produzidas na plataforma continuará presente, afinal as tecnologias são substituíveis, mas linguagem ali existentes não o são.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BURGESS, Jean e GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital:** como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Tradução Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009. (páginas 7 – 60)

G1. **Revista Time elege YouTube a melhor invenção do ano.** 07 de Novembro de 2006. Disponível em <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1340903-6174-363,00.html>>. Acesso em 05.11.2013.

GROSSMAN, Lev. You — Yes, You — Are TIME's Person of the Year *in* **Time Magazine.** Nova York. 25 de Dezembro de 2006. Disponível em <<http://content.time.com/time/magazine/article /0,9171,1570810,00.html>>. Acesso em 07.11.2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Tradução Susana Alexandria. 2ª edição. São Paulo: Editora Aleph, 2012. (páginas 27 – 53)

_____. O que aconteceu antes do YouTube? *In* BURGESS, Jean e GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital:** como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Tradução Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009. (páginas 143 – 164)

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem.** Rio de Janeiro, Cultrix, s/d. (páginas 9 – 66)

MERIGO, Carlos. **Há 35 anos, Sam Menkle começou o primeiro videolog do mundo.** Brainstorm9, Maio de 2011. Disponível em: <<http://www.brainstorm9.com.br/web-video/ha-35-anos-sam-menkle-comecou-o-primeiro-videolog-do-mundo/>>. Acesso em 15.jan.2014.

NOVAIS, Thiago. **Observatório Potter.** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por: <larilayne@gmail.com> em 08.dez.2013.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da Linguagem e Pensamento:** Sonora, Visual, Verbal. 3ª edição. São Paulo: Iluminaras, 2005. (páginas 369 – 412)

SIBILIA, PAULA. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira: 2008. (páginas 29 – 52)



POLONI, Gustavo; MAIA, Felipe; CAPUTO, Victor. **O Império Nerd contra-ataca.** Revista Info, 17 de junho de 2011. <<http://info.abril.com.br/noticias/tecnologia-pessoal/o-imperio-nerd-contra-ataca-17062011-3.shl>>. Acesso em 15.jan.2014.