

Nos corredores do Labirinto Youtube: o jardim em que vídeos florescem e veredas se bifurcam

Mírian Rita Lucena Silva*

Resumo

O presente artigo empreende uma caminhada por algumas das recâmaras de um jardim em que vídeos florescem há mais de sete anos. Os corredores do YouTube foram analisados com “lupas especiais”, fabricadas a partir das contribuições de pioneiros em pesquisas sobre o site e de algumas das teorias da Cibercultura. A partir de “mapas de viagem” elaborados pelos desbravadores que percorreram os corredores desse labirinto, apresentamos algumas das metáforas que classificam o site e seu funcionamento. Nessa empreitada percebemos que o YouTube fornece uma espécie de plataforma aberta à participação de públicos diversificados, com motivações variadas. O site uniu três níveis diferentes de participação: produção, seleção e distribuição, criando diferentes pontos de produção e de consumo de mídia, o que mostra que o labirinto YouTube pode estar influenciando em uma nova prática midiática.

Palavras-chave: YouTube. Cibercultura. Mídia

Abstract

This paper undertakes a journey through some of the chambers of a garden in blooming videos that for more than seven years. The corridors were analyzed with YouTube “special magnifiers,” made up from contributions of pioneers in research on the site and some of the theories of Cyberculture. From “travel maps” prepared by explorers who walked the corridors of this maze, we present some of the metaphors that classify the site and its operation. In this endeavor we realized that YouTube provides a kind of platform open to diverse audiences with varying motivations. The site joined three different levels of participation: production, selection and distribution, creating different points of production and consumption of media, which shows that the labyrinth YouTube may be influencing a new media practice.

Key-words: YouTube. cyberculture. media

* Mestre em Comunicação pela Universidade Católica de Brasília. Pesquisa novas mídias e o site YouTube há quatro anos. Jornalista com experiência de 10 anos em produção, reportagem e edição de texto em TVs públicas e comerciais (entre elas: TV Globo, TV Record, TV Brasília e TV Diário) e em agências de radiojornalismo que transmitem conteúdos para rádios de todo o país. mirianrita12@gmail.com

Pés na trilha: lupas e olhos a postos

Imagine um labirinto repleto de reentrâncias em que, a cada minuto, se acomodam “n” possibilidades de áudio e vídeo. Agora visualize dentro de cada uma dessas possibilidades uma mescla de números e dados estatísticos, unidos a gráficos e rankings diversos. Há mais de sete anos os corredores desse dédalo virtual são percorridos por pesquisadores e curiosos variados. É que as recâmaras do YouTube despertam incontáveis definições. De acordo com a investigação do desbravador Henry Jenkins, o YouTube é um site fundamental para a produção e distribuição da mídia alternativa; para os estudiosos Frank Kessler e Mirko Tobias Schäfer, o site se constitui em um sistema que administra informações híbridas; segundo os estudos do professor Robert Gehl, o YouTube é uma câmara de curiosidades à espera de curadores; e, sob a lupa atenta dos desbravadores Pelle Snickars e Patrick Vonderau, muito além de uma plataforma de expressão para uma comunidade, o YouTube estrategicamente combina conteúdo em vídeo com dados numéricos.

Em busca de mais definições, também empreendemos uma jornada por algumas das reentrâncias do site. As pistas e apontamentos encontrados no decorrer dessa caminhada foram classificados durante quase três anos de pesquisa. O trabalho foi transformado em uma dissertação de mestrado, em que propomos um paralelo entre o YouTube e o conto de ficção policial “O Jardim de Veredas que se Bifurcam” (2007), do escritor argentino Jorge Luis Borges. De acordo com a narração de Borges, o personagem Dr. Yu Tsun era um espião que prestava serviços aos alemães dentro da Inglaterra. Ele conheceu o sinólogo Stephen Albert, que lhe revelou um misterioso labirinto invisível do tempo, idealizado décadas antes por T’sui Pên, bisavô do Dr. Yu Tsun.

Por treze anos, ele escreveu um romance destinado a fazer com que todos os leitores se perdessem, contendo a seguinte frase: “Deixo aos vários futuros (não a todos) meu jardim de veredas que se bifurcam”. O jardim citado era o romance caótico; o trecho “aos vários futuros (não a todos)” corresponde à imagem de uma bifurcação no tempo e não no espaço, que cria a possibilidade do surgimento de diversos

futuros em inúmeros tempos, que também se proliferariam, criando outras possibilidades e bifurcações. Por essa razão, os capítulos do romance do bisavô do Dr. Yu Tsun não seguiam uma ordem lógica. Para o autor, o tempo não era uniforme, mas constituído de infinitas séries, em uma rede crescente e vertiginosa de tempos divergentes, convergentes e paralelos. Ou seja, em algumas situações, as veredas dos vários futuros



convergiam, divergiam ou seguiam, paralelamente.

Semelhante ao jardim do romance, no YouTube, passado, presente e futuro podem ser encontrados em infinitas possibilidades: divergindo entre si, convergindo ou mesmo seguindo paralelamente. Dentro do site o tempo não é uniforme, mas construído a partir de infinitas séries de vídeos. Desta forma, o YouTube pode representar um labirinto invisível em que as veredas parecem se bifurcar; onde as pessoas se perdem em “n” possibilidades de áudio e vídeo.

As recorrentes caminhadas dentro do labirinto YouTube continuam. Dia após dia esse jardim em que os vídeos florescem alarga seus domínios. Para prosseguirmos na busca por pistas dentro do site caminharemos por algumas veredas. Nas páginas seguintes passaremos pelo corredor da vereda espiralada, repleta de números impressionantes; seguiremos até a vereda que apresenta o início despretencioso do site; chegaremos então à vereda das interrogações: seria o YouTube um labirinto midiático? E por fim ancoraremos na vereda final, onde os caminhos pelas recâmaras “iutubiáticas” se bifurcam e parecem nunca se findar. Lupas a postos, vamos seguir a jornada por esse labirinto em que vídeos florescem e veredas se bifurcam.

YouTube: uma espiral em números.....

Caminhar pelas reentrâncias do YouTube pode ser como enveredar por uma espiral de números estratosféricos. De acordo com estatísticas do próprio site, mais de quatro bilhões de vídeos são vistos por dia. O tráfego pelos corredores virtuais chega a ser assustador: 60 horas de conteúdo são carregadas a cada minuto. Para se ter uma idéia, só em

2011 foram mais de 1 trilhão de visualizações. Contudo, será que todos esses números representariam um labirinto de miragens temporais e atemporais, como parte de mais uma das ilusões da internet – suposto espaço para grandes possibilidades democráticas e democratizantes? Ou será que essa plataforma midiática traria em seu bojo a possibilidade de uma maior visibilidade para os materiais diversos dos produtores

de conteúdo, trazendo espaço para a pluralidade de mensagens em vídeos?

Ao nos depararmos com tantos índices dentro do YouTube, podemos entender que a forte presença de dados numéricos pode representar uma espécie de culto aos números, que é o código genético de uma sociedade regida pela informação (MATTELART, 2006). Para Mattelart, o início dessa dependência de quantificar informações surgiu nos séculos XVII e XVIII, época do auge das grandes navegações. É possível afirmar, em consonância com o sociólogo, que a influência dos descobrimentos que se iniciaram no século XVII reverbera, ainda hoje, nos mares atuais da informação. A pujante força dos números estabelece uma forte relação com o site. Também ficaram nítidas as recorrentes mudanças e aprimoramentos para que esse jardim de vídeos pudesse florescer cada vez mais.

Debruçados sobre algumas das recâmaras do site, os pesquisadores Pelle Snickars e Patrick Vonderau (2009) chegaram à conclusão de que o YouTube ultrapassa os limites conceituais de uma possível plataforma de expressão de sua comunidade. Segundo as ponderações dos dois autores, o site estrategicamente combina conteúdo em áudio e vídeo com dados numéricos, além de apresentar vídeos em conjunção com visualizadores de estatísticas, e não com perfis detalhados de seus usuários (SNICKARS; VONDERAU, 2009). Para os pesquisadores, as informações a respeito do número de visualizações, comentários, avaliações e contagens contribuem para que o comportamento dos autores de vídeos postados se transforme em um subproduto de todas as transações informacionais que acontecem dentro do site, considerando-se que os dados brutos presentes nos vídeos

constantemente realimentam os algoritmos de pesquisa dentro desse labirinto virtual.

Dessa forma, quem envia conteúdos para o YouTube também é convidado a transmitir os metadados que facilitem a identificação desse material. E ainda: o autor de conteúdos também é medido a partir dessas informações – metadados – presentes nos vídeos. Tudo isso contribui para que o YouTube figure como uma plataforma a ser explorada e analisada de acordo com seu conteúdo em vídeo, números e metadados. Andemos agora pelas reentrâncias embrionárias desse labirinto virtual.

Um início um tanto quanto ao acaso.....

O site nasceu a partir da necessidade de dois jovens expandirem suas formas de comunicação. Eles participa-



vam de um jantar com um grupo de amigos no estado da Califórnia em janeiro de 2005. Steve Chen fez vários vídeos com sua câmera pessoal

e queria disponibilizá-los a outros amigos por meio da internet. Os vídeos – arquivos digitais – eram muito grandes para serem enviados via e-mail. Chad Hurley, amigo de Chen, também morava na Califórnia. Ele queria mandar alguns arquivos em vídeo para familiares da Pensilvânia. De acordo com entrevista concedida à revista Fortune, Chad Hurley revelou que essa foi a questão que despertou os dois jovens para construir uma ferramenta eletrônica que fornecesse espaço na internet para o compartilhamento de arquivos em vídeo.

A YouTube Inc. nasceu em um pequeno escritório, em cima de uma pizzaria, situada na região do Vale do Silício, na Califórnia, em fevereiro de 2005. O site foi lançado em junho do mesmo ano de maneira discreta. No princípio, o slogan era Your Digital Video Repository. No espaço destinado a explicar para que o site servia, estavam as seguintes palavras, destacadas pelas lupas dos desbravadores Burgess e Green (2009) em uma das primeiras obras traduzidas para o português dedicada ao estudo do YouTube:

Exiba seus vídeos favoritos para o mundo. Faça vídeos de seus cães, gatos e outros bichos. Publique em seu blog os

vídeos que você fez com sua câmera digital ou celular. Exiba seus vídeos com segurança e privacidade aos seus amigos e familiares no mundo todo [...] e muito, muito mais! (BURGESS; GREEN, 2009, p. 20).

No embrião do que hoje é a YouTube Inc. estão dois jovens com formação em Design e Ciência da Computação. Hurley cresceu nos subúrbios da Filadélfia e estudou Design na Universidade da Pensilvânia. Steve Chen nasceu em Taiwan e desde a infância apresentava aptidões matemáticas. Nos Estados Unidos estudou Programação na Academia de Matemática e Ciência de Illinois. Na Universidade de Illinois, cursou Ciência da Computação. Hurley e Chen trabalharam juntos na PayPal, empresa de pagamento e transferência de dinheiro via internet. Nesse ambiente, os dois amigos conheceram Jawed Karim, que viria a ser o terceiro cofundador do site. Todavia, Karim deixou o negócio para voltar à faculdade em novembro de 2005.

Nove meses após o início de tudo, o YouTube recebeu um financiamento da Sequoia Capital, em novembro de 2005, e foi oficialmente lançado um mês depois, em dezembro, segundo informações do Histórico da Empresa presentes no próprio site. Quase um ano mais tarde, em outubro de 2006, o jardim de vídeos foi comprado pela Google Inc. Chad Hurley e Steve Chen se tornaram os primeiros membros da equipe de diretores. Em seguida, os dois jovens passaram a desempenhar as funções de diretor executivo – Chad Hurley – e de diretor de tecnologia – Steve Chen. Desde que a YouTube Inc. foi comprada pela Google, o labirinto virtual expandiu seu número de corredores, empreendendo negócios em parceria com provedores de conteúdo como CBS, BBC, Universal Music Group, Sony Music Group, Warner Music Group, NBA, The Sundance Channel, entre outros.



Em 9 de outubro de 2006, um vídeo intrigante foi postado no YouTube. Com pouco mais de um minuto e meio de duração, o clipe era enérgico, de baixa resolução, marcado por movimentos de câmera bruscos e enquadramento desleixado. Aparentemente gravado perto de uma rua movimentada, as duas pessoas que aparecem no vídeo tinham de mover-se para abordar a câmera. “Oi

YouTube, aqui são Chad e Steve. Nós somos os co-fundadores do site, e nós só queríamos dizer obrigado. Hoje temos algumas novidades interessantes. Fomos adquiridos pela Google.” O clipe curto, intitulado “Uma Mensagem de Chad e Steve”, fazia parte do comunicado oficial do YouTube, que declarava que o negócio com a Google finalmente foi resolvido, fazendo os dois jovens empresários da Web, Chad Hurley e Steve Chen, bilionários. Em uma das aquisições mais faladas na Web, até à data, a Google pagou US\$ 1,65 bilhão em ações para o YouTube, uma empresa iniciante de tecnologia de empreendimento financiado, apenas um ano antes (SNICKARS; VONDERAU, 2009, p. 9) tradução livre .



Na época em que o site foi vendido à Google, a companhia empregava 67 pessoas – incluindo Hurley e Chen. Com a venda, a YouTube Inc. passou de 67 para 600 funcionários. Entre eles, os co-

fundadores Hurley e Steve Chen. Para manter o crescimento, o labirinto em áudio e vídeo exigia investimentos permanentes em infraestrutura, que passaram a ser feitos pela Google. Antes, o site trazia o slogan Your Digital Video Repository. Atualmente, as páginas do YouTube exibem Broadcast Yourself, o que configura um convite explícito para transmitir-se por intermédio desse dédalo em vídeos. Essa foi uma das bifurcações no tempo e no espaço de maior relevância geradas pelo YouTube. Essa mudança de paradigma – de um recurso de armazenamento pessoal de conteúdo em vídeo para uma plataforma destinada à expressão – coloca o YouTube no contexto do que seria uma revolução encabeçada por usuários (Burgees; Green, 2009).

Segundo a publicação de Hurley no blog oficial da YouTube Inc., em outubro de 2009, o site alcançava a marca de um bilhão de vídeos visitados por dia. Meses depois, em maio de 2010, o blog oficial do YouTube traria uma nova informação: dois bilhões de vídeos assistidos por dia. Número difícil de ser previsto em maio de 2005, quando os fundadores do site testavam a primeira versão beta. A princípio, a missão era oferecer um lugar para os vídeos e compartilhá-los com o mundo.

Com o tempo, essas aspirações criaram uma comunidade vibrante e inspiradora, que ajudou a transformar um murmúrio de interesse em algo muito maior que

qualquer um de nós poderia ter imaginado. Hoje, graças a você, nosso site já ultrapassou mais um marco: YouTube ultrapassa mais de dois bilhões de acessos por dia. Isso é quase o dobro da audiência do horário nobre das três maiores redes de televisão dos EUA combinadas. O que começou como um site para vloggers de quarto e vídeos virais evoluiu para uma plataforma global que suporta HD e 3D, programas de temporadas inteiras de esportes ao vivo para 200 países. Trazemos filmes dos estúdios de Hollywood e cineastas independentes para platéias distantes. Ativistas documentam a agitação social, buscando transformar as sociedades, e liderando figuras cívicas e políticas a transmitirem entrevistas para o mundo. (Sobre o YouTube, Histórico da Empresa. Disponível em: http://www.youtube.com/t/company_history. Acesso em: 15/01/2011. tradução livre)

Inteligência coletiva distribuída em uma... **I**nova mídia?

Como no conto policial de Jorge Luis Borges, o labirinto YouTube proporcionou várias bifurcações principalmente no campo teórico. A tenra idade do site ainda não propiciou a formação de uma grande e sólida base teórica de referenciais.

Entretanto, gostaríamos de contribuir para o fomento de mais pesquisas sobre o tema, apresentando aqui algumas das correntes científicas que têm percorrido as reentrâncias desse dédalo. Ao completar cinco anos de existência, um vídeo comemorativo oficial do YouTube trouxe a seguinte frase: “We provide the platform; you provide the inspiration”. Prosseguiremos nessa caminhada observando o labirinto YouTube sob a lupa e estudos do ciber-teórico e filósofo Pierre Lévy (2003), que previu anos antes:

o estabelecimento de conexão telefônica entre terminais e memórias informatizadas e a extensão das redes digitais de transmissão ampliam, a cada dia, um ciberespaço mundial no qual todo elemento de informação encontra-se em contato virtual com todos e com cada um. Essas tendências fundamentais, já atuantes há mais de 25 anos, farão sentir cada vez mais seus efeitos nas próximas décadas. O atual curso dos acontecimentos converge para a constituição de um novo meio de comunicação, de pensamento e de trabalho para as so-



iedades humanas (LÉVY, 2003, p. 11).

Levando em consideração as palavras de Lévy, podemos dizer que as manifestações descritas pelo Histórico da Empresa do YouTube poderiam se encaixar em uma grande onda de fundo tecnológico, traduzida em dados, textos, imagens, sons e mensagens de todos os tipos, produzidas de forma cada vez mais digital (Lévy, 2003). Seguindo a perspectiva dos estudos de Lévy, podemos apontar o YouTube como um dos locais presentes no ciberespaço que parece promover um novo meio de comunicação, de pensamento e de trabalho para as sociedades humanas. A produção de conteúdos para o YouTube é feita de forma coletiva, podendo fazer parte do que Lévy chamou de inteligência coletiva:

É uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências. Acrescentemos a nossa definição este complemento indispensável: a base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuos das pessoas [...] (LÉVY, 2003, pp.28 e 29).

Lévy prossegue dizendo que “[...] ninguém sabe tudo, todos sabem alguma coisa, todo o saber está na humanidade. Não existe nenhum reservatório de conhecimento transcendente, e o saber não é nada além do que as pessoas sabem” (LÉVY, 2003, p. 29). O ciberteórico segue em seus apontamentos afirmando que a inteligência é distribuída por toda parte. Durante toda a caminhada pelos corredores e reentrâncias do site percebíamos pequenas mudanças e transformações ao longo desses sete anos, que tornaram o YouTube um dos maiores sites de compartilhamento de vídeos do mundo. Os aprimoramentos constantes foram feitos para que a plataforma fosse prática e de fácil manuseio, promovendo a visita de mais e mais pessoas dentro de suas recâmaras. Ao constatarmos a importância do YouTube no compartilhamento de variadas formas de expressão em todo o mundo, deparamo-nos com a seguinte questão: qual(is) seria(m) a(s) possível(is) definição(ões) para o site? Para conseguirmos responder a(s) essa(s) pergunta(s), recorreremos aos estudos trilhados por alguns desbravadores que percorreram

seus corredores. Sob a luz dos estudos de Henry Jenkins (2009) encontramos três funcionalidades do YouTube, sendo que a

primeira delas é que:

o YouTube emergiu como um site fundamental para a produção e distribuição da mídia alternativa – o marco zero, por assim dizer, da ruptura nas operações das mídias de massa comerciais, causada pelo surgimento de novas formas de cultura participativa. [...] o YouTube estimula novas atividades de expressão [...] (JENKINS, 2009, p. 348).

Em consonância com os pensamentos de Jenkins, o YouTube faz parte de uma organização cultural maior, que representa o encontro entre uma série de comunidades alternativas diversas, que apresentam produção de mídia própria e independente há um tempo, mas que agora se encontram no que o autor definiu como portal compartilhado, que também funciona como um indicador para esses sites alternativos de produção, criando um contexto para conversarem sobre as transformações em curso (JENKINS, 2009). Dentro do YouTube pessoas de idades, países e graus de instrução variados podem obter uma conta e participar da produção ou reprodução de material em vídeo, além de poder ajudar a catalogar o grande número de conteúdos dentro do site, por meio da participação em forma de comentários, avaliações, respostas aos vídeos etc, com nítida e ampla profusão de atividades de expressão. O YouTube forneceu esse ambiente, esse local aberto à participação e à pluralidade.

A segunda questão levantada por Jenkins é que “[...] o YouTube funciona como um arquivo de mídia onde curadores amadores esquadrinham o ambiente à procura de conteúdos significativos, trazendo-os a um público maior (por meios legais e ilegais)” (JENKINS, 2009, p. 348). Tanto visitantes como autores de conteúdo contribuem na hora de classificar os vídeos dentro do site. A importância desses curadores também foi ressaltada pelo professor Robert Gehl (2009), que comparou o YouTube a um arquivo à espera de curadores, a uma espécie digital de Wunderkammer, que funcionaria como um tipo de cabine, câmara ou aposento para curiosidades, maravilhas:

O YouTube oferece apenas o local de armazenamento, abrigo para os objetos de mídia em seus servidores. Quando se trata de acesso e classificação, os usuários do YouTube são os curadores



desse arquivo. Sem a participação deles na construção do YouTube, um site como esse não existiria. (GEHL, Robert. You Tube as archive: Who will curate this digital Wunderkammer? Disponível em: <http://web.mit.edu/comm-forum/mit5/papers/gehl.pdf> . Acesso em: 08/01/2010. Tradução livre)

A declaração de Gehl é facilmente percebida ao lermos as palavras descritas no próprio site, na área intitulada “Ajuda do YouTube”, que traz a seguinte afirmação:

Os membros do YouTube avaliam os vídeos que gostaram. Nós selecionamos alguns dos vídeos mais recentes e os que tiveram notas mais altas para ver se eles podem ser colocados na seção “Vídeos do Momento” da página inicial e da página “Categorias”. Além disso, a nossa equipe de programação recebe sugestões de usuários em editor-br@youtube.com e está sempre à procura de vídeos interessantes. Artigos de Ajuda. Exibição, Pesquisa de Vídeo. Disponível em: <http://www.google.com/support/youtube/bin/answer.py?hl=br&answer=55751>>. Acesso em: 08/01/2011.

Jenkins afirma ainda que colecionadores usam o YouTube para “[...] compartilhar material antigo; fãs usam para expor conteúdo contemporâneo remixado; e, assim, todos teriam a capacidade de congelar um momento no ‘fluxo’ das mídias de massa para tentar concentrar a atenção no que acabou de acontecer” (JENKINS, 2009, p. 349). O pesquisador destaca, também, uma terceira funcionalidade do site:

[...] o YouTube funciona em relação a uma série de outras redes sociais; seu conteúdo espalha-se em blogs e mensagens no LiveJournal, Facebook e MySpace, onde é recomposto para públicos diferentes e se torna o ponto focal para discussões. O conteúdo do YouTube pode ser descrito como “mídia espalhável”, termo que partilha algumas das conotações de “meme” ou “vídeo viral”, ambos os termos comumente utilizados, mas que carrega um sentido maior de ação por parte do usuário (Jenkins, 2009, 349).

Em concordância com Jenkins, ponderamos que esse terceiro pilar que consiste em se distribuir em outros ambientes e fazer os vídeos florescerem em outros jardins fora dos domínios desse labirinto virtual, se constitui em um diferencial do site. O YouTube reuniu três níveis diferentes

de participação do público: a produção de conteúdos, a seleção desse material e ainda distribuição dos vídeos em outras localidades, criando diferentes pontos de produção e de consumo de mídia, o que mostra que o labirinto YouTube pode estar influenciando em uma nova prática midiática. A combinação harmoniosa entre esses três pilares seria uma das proezas desse labirinto em áudio e vídeo:

[...] Nenhuma dessas atividades é nova, mesmo no contexto da mídia digital, mas o YouTube foi o primeiro a unir essas três funções numa única plataforma e a direcionar tanta atenção ao papel das pessoas comuns nesta paisagem transformada das mídias [...] na era da cultura da convergência, talvez não haja mais uma cultura mainstream forte, mas uma série de diferentes pontos de produção e consumo de mídia; [...] no contexto cultural do YouTube, o que já foram consideradas atividades marginais passaram a ser cada vez mais normais, com cada vez mais pessoas rotineiramente checando e discutindo conteúdos produzidos por amadores, e com as instituições das mídias de massa rotineiramente reconsiderando seus métodos a fim de incorporar esse local alternativo de atividade cultural (JENKINS, 2009, p. 349).

Essa participação de produtores de conteúdo amadores e profissionais dentro de um mesmo ambiente também foi destacada por Burgees e Green (2009), que destacaram o YouTube como “[...] um espaço no qual indivíduos podem representar suas identidades e perspectivas, envolver-se com as representações pessoais de outros e encontrar diferenças culturais” (BURGEES; GREEN, 2009, p. 112). Voltamos a observar esse tema sob o prisma das lupas de pesquisa de Jenkins (2009), que classifica essa característica de transmitir-se na internet como reflexo do surgimento de culturas participativas variadas nas últimas décadas. Esse fato, segundo o autor, teria aberto o caminho para a assimilação pioneira, rápida adoção e usos diversos de plataformas como o YouTube. Em capítulo publicado no livro de Burgees e Green, Jenkins destacou que:

O YouTube tornou-se um porto seguro para dubladores, cantores de karaokê, malas sem alça, observadores de pássaros, skatistas, fãs de hip-hop, federações



nanicas de luta-livre, educadores, feministas da terceira onda, igrejas, pais-cozura, concursos de poesia, jogadores de games, fãs, apoiadores de Ron Paul, ativistas dos direitos humanos, colecionadores, praticantes de hobbies diversos e cada um desses grupos traz consigo um longo histórico de produção de mídia. Se o YouTube parece ter aparecido da noite para o dia, é porque já havia uma miríade de grupos esperando por algo como o YouTube; eles já tinham suas comunidades de prática que incentivavam a produção de mídia DIY [do it yourself] já haviam criado seus gêneros de vídeos e construído redes sociais por meio das quais tais vídeos podiam trafegar. 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. (BURGEES; GREEN, 2009, p. 145).

Ainda de acordo com Jenkins, além de mudar as condições de produção, o YouTube transformou os contextos de circulação e de recepção, promovendo as mais diversas formas de interação, como um espaço compartilhado em que várias vertentes culturais se intersectam. Para o autor, a mídia caseira ganha acesso público, enquanto diversas subculturas produzem e compartilham mídia (2009).

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a

com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações de mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente [participativa] do que outros (JENKINS, 2009, p. 30).

Mesmo que alguns indivíduos dentro das corporações de mídia ainda exerçam maior poder quando comparados a qualquer consumidor individual, ou mesmo conjunto de consumidores dentro do site, segundo as afirmações de Burgess e Green (2009), destaca-se o “uso do YouTube como arquivo cultural” (Burgess; Green, 2009, 119). De acordo com a opinião dos autores, essa visão do YouTube como arquivo:

[...] é importante para o prospecto de cocriação popular da herança cultural amplamente difundida, suplementando as práticas especificamente propositais e altamente especializadas de instituições de manutenção de arquivos culturais com bases governamentais como bibliotecas públicas e museus; ou empresas de mídia e transmissoras (BURGESS, GREEN; 2009, p. 120).

Vereda final (?): caminhos que se bifurcam nas reentrâncias “iutubiáticas”.

Para chegarmos até aqui, usamos mapas de viagem de desbravadores que versaram direta ou indiretamente pelas recâmaras “iutubiáticas” anteriormente. Retomando as definições de Lévy sobre inteligência coletiva, bem como os apontamentos de Burgess e Green, vale ressaltar que, diferentemente de bibliotecas públicas, museus, empresas de mídia e transmissoras, que apresentam uma gestão governamental ou de uma minoria sobre as bases de seus arquivos culturais, o YouTube apresenta uma gestão aparentemente diferenciada. De acordo com Burgess e Green (2009), o valor do YouTube como arquivo cultural reside justamente no fato de que “suas características [são] desorganizadas, sem filtros, vernaculares e extremamente heterogêneas” (Burgess, Green; 2009, 121), ao contrário das instituições governamentais ou das grandes mídias. No entanto, ao nos debruçarmos sobre o objeto desta pesquisa ao longo dos últimos anos, percebemos que definições controversas percorrem vários corredores dentro do labirinto, o que geram diversificadas respostas para a questão,

passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo

para quê o YouTube serve:

[...] um site de relacionamento social produzido por práticas comunitárias; um arquivo caótico de vídeos vernaculares esquisitos, maravilhosos e descartáveis; ou uma plataforma de distribuição de entretenimento de marcas e da grande mídia. Muito da discussão sobre essas controvérsias gira em torno de mudanças ou de mudanças percebidas na cultura do YouTube conforme o site continua a crescer, sela acordos com grandes empresas de mídia e tenta gerar renda a partir de seu modelo de negócio em constante evolução. Ao participar dos debates acerca dessas controvérsias, os YouTubers exercem influência sobre um sistema complexo cujo valor é, em grande parte, derivado de suas contribuições, realizando e protegendo os consideráveis investimentos pessoais que possuem dentro da cultura e da comunidade YouTube (BURGESS, GREEN; 2009, p. 123).

A partir desses apontamentos, percebemos a notória importância do YouTube como plataforma midiática aberta à participação de públicos diversificados, com motivações variadas, muito além da troca de mensagens e facilidades de comunicação entre pessoas mediadas por máquinas previstas pelo matemático Norbert Wiener no fim dos anos 50. O site também apresenta uma infinidade de material de pesquisa que, se consultado, pode oferecer inúmeras pistas da sociedade atual, mergulhada em um mundo de informações; assim também como pode apresentar apenas entretenimento com vídeos variados.

São inúmeras as possibilidades e diversidades de temas dispostos nesse grande e novo arquivo digital. Se fosse possível editar uma única timeline com toda a história do YouTube, com certeza, ela englobaria fatos de possíveis timelines do cinema e da televisão, que passaram a ser postados em forma de vídeos dentro desse labirinto. Também seria a linha do tempo que mais apresentaria vestígios e informações relacionados à sociedade atual, pós-revolução agrícola, industrial e informacional. A cultura participativa, a rapidez e a tecnologia cada vez mais pujantes determinem, provavelmente, que o YouTube esboce a biblioteca de telas prevista por Otlet, em versão revista e atualizada, com o diferencial de apresentar uma produção de conteúdos sem precedentes

artigo chega à mais uma bifurcação do labirinto, tendo plena consciência de que as informações aqui apresentadas podem apenas colaborar, porém nunca esgotar o leque de possibilidades e abordagens de estudos do YouTube. Os principais intuitos ao percorrer tais veredas, foram: contribuir com algumas respostas a respeito do site e colaborar para que novas perguntas possam ensejar mais estudos, para que mais e mais pesquisadores se debrucem sobre as flores desse jardim virtual. Parafraseando o romance policial de Jorge Borges, “deixamos aos vários futuros o jardim em que os vídeos florescem e as veredas se bifurcam”, para que cada futuro desbravador desse labirinto possa se perder em “n” possibilidades, se encontrar em “n” finais diferentes em suas jornadas pelos caminhos e recâmaras “iutubiáticas” desse romance caótico versado em vídeos que retratam a sociedade em que vivemos.

Notas Bibliográficas:

2 Henry Jenkins é reitor e professor de Comunicação, Jornalismo e Artes Cinematográficas da Universidade do Sul da Califórnia. Disponível em: <http://www.henryjenkins.org/aboutme.html> . Acesso em: 03/06/2012.

3 Frank Kessler é professor de História da Mídia da Universidade de Utrecht; Mirko Tobias Schäfer é professor assistente de Novas Mídias e Cultura Digital, do Departamento de Mídia e Estudos Culturais da Universidade de Utrecht. Disponível em: http://www.frankkessler.nl/?page_id=10 e <http://www.mtschaefer.net/personal> . Acesso em: 03/06/2012.

4 Robert Gehl é professor assistente de Novas Mídias do Departamento de Comunicação da The University of Utah. Disponível em: <http://www.robertwgehl.org/> . Acesso em: 03/06/2012.

5 Pelle Snickars é chefe de Pesquisas da Biblioteca Nacional da Suécia e professor assistente no Departamento de Estudos de Cinema da Universidade de Estocolmo; e Patrick Vonderau é professor assistente do Departamento de Estudos de Mídia da Universidade Ruhr, em Bochum. Disponível em: <http://pellesnickars.se/index.php?s=english> e <http://www.film.su.se/pub/jsp/polopoly.jsp?d=6135&a=69064> . Acesso em: 03/06/2012.

6 Sobre, Imprensa e Blogs, Estatística. Disponível em: http://www.youtube.com/t/press_statistics . Acesso em: 03/06/2012.

7 Turning viral videos into a net brand. Disponível em: http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2006/05/15/8376860/index.htm . Acesso em: 22/05/2010.

8 Empresa de capital que empresta valores às companhias em fundação.

9 On October 9, 2006, an intriguing video was uploaded on YouTube. A little more than a minute and a half long, the clip had a gritty, low-resolution look, marked by jerky camera movements and sloppy framing. Apparently shot near a highly frequented street, the two persons appearing in it had to move into position to address



and Steve. We're the co-founders of the site, and we just wanted to say thank you. Today we have some exciting news. We've been acquired by Google". The short clip, entitled "A Message from Chad and Steve", formed part of YouTube's official statement declaring that the deal with Google finally had been settled, making the two young Web entrepreneurs Chad Hurley and Steve Chen billionaires. In one of the most talked-about Web acquisitions to date, Google paid \$1.65 billion in stock for YouTube, a company that had begun as a venture-funded technology startup only a year earlier.

10 Over time, these aspirations have created a vibrant and inspiring community that helped transform a murmur of interest into something far greater than any of us ever could have imagined. Today, thanks to you, our site has crossed another milestone: YouTube exceeds over two billion views a day. That's nearly double the prime-time audience of all three major U.S. television networks combined. What started as a site for bedroom vloggers and viral videos has evolved into a global platform that supports HD and 3D, broadcasts entire sports seasons live to 200+ countries. We bring feature films from Hollywood studios and independent filmmakers to far-flung audiences. Activists document social unrest seeking to transform societies, and leading civic and political figures stream interviews to the world. (BROADCASTING OURSELVES, The Official YouTube Blog, 2010).

11 [...] the YouTube service only provides the storage, placing the media objects on its servers. When it comes to accessing and classifying, the users of YouTube are the curators of this archive. Without user participation in building YouTube's archive, a site like YouTube would not exist.

12 Artigos de Ajuda. Exibição, Pesquisa de Vídeo. Disponível em: <<http://www.google.com/support/youtube/bin/answer.py?hl=br&answer=55751>>. Acesso em: 08/01/2011.

REFERÊNCIAS:

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Edição Revista e Atualizada. Lisboa: Edições 70, 2009.

BORGES, Jorge Luis, 1899-1986. Ficções (1944) / Jorge Luis Borges, tradução Davi Arriguicci Jr.. – São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. Introdução à análise do discurso. 6. ed. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1997.

Broadcasting Ourselves, The Official YouTube Blog, disponível em: <http://youtube-global.blogspot.com/2010/05/at-five-years-two-billion-views-per-day.html> . Acesso em: 22/05/ 2010

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. YouTube e a revolução digital. Tradução Ricardo Giassetti. 1ª. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. The Entrepreneurial Vlogger: Participatory Culture Beyond the Professional – Amateur Divide. In: SNICKARS, Pelle; VONDERAU, Patrick eds. The YouTube Reader. Stockholm: KB, 2009, 89-107p.

ning viral videos into a net brand. disponível em: http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2006/05/15/8376860/index.htm

GEHL, Robert. YouTube as archive: Who will curate this digital Wunderkammer? Disponível em: <http://web.mit.edu/comm-forum/mit5/papers/gehl.pdf>

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. Tradução Susana Alexandria. – 2. Ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

_____. O que aconteceu antes do YouTube? In BURGEES, Jean; GREEN, Joshua. YouTube e a Revolução Digital. – Como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade. Tradução Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009, pp 143-164).

KESSLER, Frank; SCHÄFER, Mirko Tobias. Navigating YouTube: Constituting a Hybrid Information Management System. In: SNICKARS, Pelle; VONDERAU, Patrick eds. The YouTube Reader. Stockholm: KB, 2009, 275-291p.

LEMOS, André; LEVY, Pierre. O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMOS, André. Cultura da Mobilidade. Revista Famecos, Dezembro de 2009, disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/6314/4589>

LÉVY, Pierre; ROUANET, Luiz Paulo (Trad.). A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MATTELART, Armand. História da sociedade da informação. 2. ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Loyola, 2006.

ORLANDI, Eni Puccinelli. Análise de discurso: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 1999.

RAYWARD, W. Boyd. The universe of information: the work of Paul Otlet for documentation and international organization. Moscow: FID, 1975.

RUYER, Raymond. A cibernética e a origem da informação. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1972. 241 p.

SILVA, Mírian Rita Lucena. Veredas do "labirinto" YouTube: um estudo de caso dos vídeos sobre a barreira israelo-palestina. Brasília, 2011. 137f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Católica de Brasília. Brasília, 2011.

SNICKARS, Pelle; VONDERAU, Patrick eds. The YouTube Reader. Stockholm: KB, 2009.

URICCHIO, William. The Future of a Medium Once Known as Television. In: SNICKARS, Pelle; VONDERAU, Patrick eds. The YouTube Reader. Stockholm: KB, 2009.

WIENER, Norbert. Cibernética e sociedade: o uso humano de seres humanos. 2. ed São Paulo: Cultrix, 1958.

