

O YouTube como espaço para transmissão de conteúdo informativo na internet¹

Cristiane TURNES MONTEZANO²

Iluska COUTINHO³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, MG

RESUMO

Esse artigo pretende realizar um estudo sobre o quadro “Assuntos em PAUTA” do canal no YouTube “Nostalgia” para compreender a plataforma YouTube e os formatos existentes nela e como eles podem ser usados para disseminação da informação através desse espaço de comunicação. A pesquisa recorre à metodologia de Análise da Materialidade Audiovisual desenvolvida por Iluska Coutinho no âmbito do grupo NJA (Núcleo de Jornalismo e Audiovisual) e também a conceitos de jornalismo descritos no livro “Dramaturgia do Telejornalismo”, da mesma autora. A partir desses conceitos podemos inferir que o produto reúne características da TV aberta quanto a técnica de edição, qualidade da imagem e componentes, estruturas visuais com elementos da linguagem narrativa YouTuber. Os audiovisuais analisados acumulam bons índices de engajamento dos internautas.

Palavras-chave: YouTube, formato YouTuber, Canal Nostalgia, Jornalismo, Informação

INTRODUÇÃO

Na descrição sobre de seu site o YouTube se apresenta como um espaço com a missão de “dar a todos uma voz e revelar o mundo”. Afirmando que acredita “que todos têm o direito de expressar opiniões e que o mundo se torna melhor quando ouvimos, compartilhamos e nos unimos por meio das nossas histórias”⁴. Esse novo conceito de produção de material audiovisual proposto pela plataforma se popularizou rapidamente dando origem inclusive a um formato de vídeo para chamar de seu, o YouTuber.

Pensando nisso tentaremos compreender como o formato e linguagem YouTuber, juntamente com a plataforma em que está inserida, pode ser usado para disseminação da

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação no curso de Jornalismo da UFJF, integrante do Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais, email: c.turnes@hotmail.com

³ Doutora em Comunicação Social, professora do curso de Jornalismo e do PPGCOM da Faculdade de Comunicação da UFJF, orientadora do trabalho, email: iluskac@globo.com

⁴ <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/>

informação por meio desse de comunicação. Para isso tomamos como objeto empírico o quadros de um canal específico hospedado no YouTube, o quadro “Assuntos em PAUTA” do “Canal Nostalgia”.

Nosso o material empírico é composto pelos vídeos do quadro “Assuntos em PAUTA”. Ele é parte de um projeto relativamente recentes do canal, sendo criado em julho de 2017. Traremos para análise os vídeos disponibilizados até o momento da definição do recorte de análise da pesquisa, que foi realizado no dia 20 de setembro de 2018. Ele é constituído por 3(3) itens. O canal em análise possui mais de 11 milhões de seguidores, estando entre os vinte (20) canais brasileiros com mais inscritos no site de vídeos (em dados coletados em 24 de novembro estava em décimo sexto lugar⁵) demonstrando forte influência na internet.

Por estarmos analisando uma plataforma considerada recente e um formato atual buscamos um método de análise que consiga proporcionar uma melhor observação do objeto. Para tanto utilizaremos como base no nosso procedimento de análise a Análise da Materialidade Audiovisual, conceito desenvolvido no âmbito do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (CNPq-UFJF) por Coutinho, como possível metodologia de análise de objetos audiovisuais. A proposta é pensar na produção de modo geral texto+som+imagem+tempo+edição, haja vista que a recepção se dá pelo todo e não de maneira fragmentada. Dessa maneira pensa-se que a interpretação gerada a partir dessa metodologia seja mais completa ao possibilitar a observação de todos os aspectos do audiovisual sem decomposições. E assim possa dar conta de verificar o objeto de uma maneira mais eficiente e ampla.

A fim de traçar parâmetros que nos ajudem a identificar semelhanças entre o jornalismo e a produção de conteúdo do canal até como maneira de definir os aspectos de caráter informativo dos vídeos, utilizaremos algumas das propostas de análise da produção jornalística encontradas no livro “Dramaturgia do Telejornalismo” de Coutinho, visto que o formato *youtuber* por ser fundamentalmente caracterizado como

⁵Dados retirados do site internacional Social Blade, que copia dados das principais plataformas da internet, incluindo o Youtube, para através de gráficos acompanhar o crescimento dos perfis encontrados nos mesmos. <https://socialblade.com/youtube/top/country/br/mostsubscribed>. Os dados variam muito no início dessa pesquisa o canal estava em décimo primeiro e posteriormente na décima quarta posição

um relato de experiência acaba por optar por narrativas em tons de dramatização, tendo nesse fator uma possível interseção entre os dois gêneros do audiovisual.

2 A IMPORTÂNCIA DO YOUTUBE

A internet tem possibilitado uma nova relação das pessoas com conteúdos em geral, encurtando distâncias e gerando novas formas de comunicação. Quanto aos códigos e formas de oferta de conteúdo na web, uma se mostrou de alguma maneira dominante em especial nos últimos anos: a produção em vídeo. Segundo a Pesquisa TIC Domicílios, levantamento sobre internet e tecnologia de maior importância no Brasil, produzida pelo Centro de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br)⁶ e divulgada em 24 de julho desse ano houve um crescimento de 22% no consumo de vídeos na internet entre 2012 e 2017. Esse resultado levou o ato de visualizar e assistir vídeos a se tornar, junto com o consumo de áudio, a prática multimídia mais realizada por brasileiros na internet. O audiovisual ganhou espaço cativo até mesmo em redes sociais e qualquer outra plataforma digital ligada à internet como Facebook e WhatsApp. E a grande referência desse tipo de circulação e oferta na internet é o YouTube, site de compartilhamento de vídeo. Segundo o *ranking* de sites Alexa⁷ o YouTube era até dia 23 de novembro desse ano a terceira página mais acessada do país, só ficando atrás do Google.com.br e Google.com, principal plataforma de busca da internet e proprietária do YouTube desde 2006.

O site de vídeos é um dos primeiros modelos de muitas das plataformas digitais atuais, que não produzem conteúdo, funcionam mais como um repositório que dá uma nova validação ao material ampliando consideravelmente seu potencial de alcance de público e repercussão. E isso permitiu uma mudança efetiva no tocante da relação entre receptor e emissor. Pois deu ao público em geral ferramentas para que qualquer pessoa pudesse produzir conteúdo. A célebre frase de Glauber Rocha “Uma câmera na mão e uma ideia na cabeça”⁸(Lima 2015), dita por volta de 1960 em sua proposta da criação de um

⁶Informações encontradas no site da Agência Brasil <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/consumo-de-video-online-ja-e-preferido-por-71-dos-internautas-do-pais>

⁷Informação retirada do site Alexa dia 23 de novembro de 2018 (os números são atualizadas a cada 3 meses) <https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>

⁸Uma Câmera na Mão e Uma Ideia na Cabeça. Glauber Rocha e a Invenção do Cinema Brasileiro Moderno – de Frederico Osanam Amorim Lima 2015

cinema brasileiro que mais tarde seria concebido como Cinema Novo, poderia muito bem ser aplicada a esse contexto, não é exagero dizer que atualmente qualquer produto audiovisual se faz possível não só de ser criado e finalizado mais também possuir um alcance antes jamais pensado.

2.1 O YOUTUBE E AS CARACTERÍSTICAS DO FORMATO YOUTUBER

O espaço o YouTube apesar de muito contemporâneo e ainda pouco explorado em um breve período de tempo se tornou uma das plataformas mais acessadas da internet que levou ao advento dos YouTubers, os blogueiros da nova geração que produzem seus conteúdos em vídeos para o site e possuem grande apelo em especial entre o público jovem.

O YouTube dentro desse contexto recriado e com novos potenciais, transformou um modo de comunicar, conduzindo-o a novos patamares, criando um formato para chamar de seu. Dentro dessa parcela de usuários se destacaram os antigos blogueiros⁹, colaboradores e participantes ativos na criação de conteúdos na web quando despontaram as primeiras páginas pessoais e independentes realizadas por pessoas comuns dentro da rede.

Os blogs têm hoje diversas colorações (literária, acadêmica, jornalística, política, pessoal...) e se caracterizam como publicações abertas, constituindo redes sociais planetárias (cujo conjunto chama-se “blogosfera”), livres e democráticas, dando vozes a quem quiser se expressar. Cria-se, assim, uma verdadeira esfera mundial de conversação. Essa democratização da palavra pública não significa, apenas, que “qualquer um” possa dizer “qualquer coisa”, isso é verdade e ótimo para a democracia, mas emergem, também, pensamentos complexos, idéias inovadoras, escritas rebuscadas, novas formas de arte e política. Fora do controle dos mass media, as novas funções pós-massivas dos blogs (emissão livre, conexão e reconfiguração) colaboram, sem sombra de dúvidas, para um enriquecimento da esfera comunicativa e, logo, da política mundial. (LEMOS, 2009, on-line)

Os blogueiros que iniciavam suas narrativas no espaço web por meio de sites pessoais viram o local perfeito para transmitir seu conteúdo de um jeito mais atrativo e com mais alcance agora em formato de vídeo. E por conta disso passaram a serem chamados vlogueiros e posteriormente com um formato mais consolidado foram denominados no meio também como YouTubers. Eles conquistaram grande destaque sendo que muitos deles vivem atualmente dos ganhos adquiridos a partir de seus vídeos.

⁹ Indivíduos que realizam postagens em blogs, páginas normalmente pessoais na internet. O termo surgiu a partir do nome blog, algo que posteriormente se repetiu com a criação dos termos vlogueiro e Youtuber, que designam as pessoas que produzem vídeos para o YouTube.

A mídia sempre buscar manter proximidade de seu interlocutor seja a TV, rádio ou impresso mas essa dinâmica é ressignificada no Youtube até mesmo no uso dos termos já conhecidos de outras mídias. O locutor se dirige diretamente ao seu interlocutor, mas vai por vezes um pouco além ao utilizar gírias ligadas ao público jovem em especial as do meio digital. E ainda pelo convite ao engajamento do receptor através da inscrição nos canais dos YouTubers para ser avisado quando há novos conteúdos postados, algo que recorda a assinatura em revista ou jornais, só que gratuita nesse caso. Esse artifício que foi aperfeiçoado com a criação de um sinalizador, um ícone de “sininho” que dá mais controle ao usuário acerca até mesmo de como ele receberá a informação de novos conteúdos para assistir, ao mesmo tempo em que a imediação se acerca de uma relação entre amigos já que os “lembretes” chegando através da rede remetem há algo que o “usuário web” já está familiarizado. Assim, os avisos de novas postagens promovem uma retroalimentação dos aparatos do ambiente virtual que tem cada vez mais facetas adicionadas em seu uso.

Ainda há a “Comunidade” do canal espaço especialmente destinado a seus inscritos em que o interlocutor interagem diretamente com o conteúdo do canal, inclusive ajudando em decisões quanto ao que será produzido, optando através de votações abertas os temas que terão futuros vídeos. Dinâmica que também pode ocorrer através do espaço de comentários em que o consumidor pode interagir manifestando sua opinião sobre o conteúdo ou respondendo perguntas ou posicionamentos feitos pelos vlogueiros que durante o vídeo os “lembra” dessa possibilidade.

3 QUADRO ASSUNTOS EM PAUTA

Nosso o material empírico é composto parte dos vídeos veiculados no quadro “Assuntos em PAUTA”. O quadro é fruto de projetos relativamente recentes do canal, tendo sido criado em fevereiro de 2017. Foram analisados vídeos três (3) do quadro de atualidades. Os vídeos selecionados apresentam-se como conteúdo interessante para estudo porque além de ser recente, trazem uma proposta diferenciada por tratar-se de um material informativo em um formato hoje muito popular que aculula cada vez mais espectadores, especialmente o público jovem, o formato “*youtuber*”. Esse modelo agrega muitas potencialidades principalmente devido ao espaço em que é usado, uma plataforma audiovisual de acesso público, que permite experimentações e inovações na estrutura visual dos produtos ali postados e poderia potencialmente ampliar o acesso à informação. O canal em análise possui mais de 11 milhões de seguidores, como descrito anteriormente,

posicionando-se entre os 15 canais brasileiros com mais inscritos no site de vídeos (em dados coletados em 8 de junho estava em décimo quarto lugar¹⁰), demonstrando forte influência em na internet.

Nosso objetivo é compreender as novas dinâmicas proporcionados pelo YouTube, como o formato e linguagem YouTuber, juntamente com a plataforma em que está inserida, pode ser usado para disseminação da informação através desse espaço público de comunicação a partir do quadro “Assuntos em Pauta” do “Canal Nostalgia”. E a importância do uso das novas tecnologias para disseminação da informação; e temos como a proposta pensar no YouTube como um espaço de fomento a propagação de informação com caráter jornalístico.

O nosso objeto está localizado no YouTube e como tal é produto de todas as transformações e singularidades que este espaço de comunicação possui. Como plataforma recente e em constante inovação e mudança, encontramos poucos modelos de análise que oferecessem uma referência para melhor observar essa estrutura. Pensado nessas limitações propomos uma análise dos vídeos tendo como base a Análise da Materialidade Audiovisual, conceito desenvolvido no âmbito do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (CNPq-UFJF) por Iluska Coutinho, como possível metodologia de análise de objetos audiovisuais. A proposta é pensar na produção de modo geral texto+som+imagem+tempo+edição, haja vista que a experiência audiovisual ocorre pelo todo e não de maneira fragmentada. Dessa maneira pensa-se que a interpretação gerada a partir dessa metodologia seja mais completa ao possibilitar a observação de todos os aspectos do audiovisual sem decomposições. E assim possa dar conta de verificar o objeto de uma maneira mais eficiente e ampla.

Apresentamos a análise da materialidade audiovisual como proposta de uma metodologia para chamar de nossa, que busca aproximar-se das especificidades do fazer, investigar e narrar o telejornalismo. Os procedimentos aqui descritos, [...] buscam explicitar aspectos da narrativa telejornalística, preservadas as marcas da materialidade audiovisual que as constituem, tendo como princípio não a decomposição de texto/som/imagem. (COUTINHO, 2016)

¹⁰Dados retirados do site internacional Social Blade, que compila dados das principais plataformas da internet, incluindo o Youtube, para através de gráficos acompanhar o crescimento dos perfis encontrados nos mesmo. <https://socialblade.com/youtube/top/country/br/mostsubscribed>. Os dados variam muitos no início dessa pesquisa o canal estava em décimo primeiro.

Com o objetivo de refletir acerca do modo como é definido o caráter informativo dos vídeos utilizaremos algumas concepções acerca da produção jornalística, buscando evidenciar semelhanças com as estruturas típicas do jornalismo e como estas se manifestam na produção de conteúdo informativo no YouTube. Para tal utilizamos alguns dos conceitos abordados no livro “Dramaturgia do Telejornalismo” de Coutinho, considerando que o formato *YouTuber* por ser fundamentalmente caracterizado como um relato de experiência acaba por optar por narrativas em tons de dramatização, tendo nesse fator uma possível interseção entre os dois gêneros do audiovisual.

O quadro “Assuntos em PAUTA” do Canal Nostalgia foi iniciado em 3 de fevereiro de um modo meio desprezioso. Assim para entender sua criação é preciso explicar um pouco das mudanças ocorridas no canal, e especialmente a criação do quadro “História” que apresentaria um novo conceito do "Nostalgia" que viria a ser aplicado em projetos futuros. Em 2016 o canal começou a investir em vídeos mais longos e elaborados abordando História, o que se tornaria o primeiro quadro diferenciado que nasceu no canal e que deixava de falar sobre programas e cultura pop do passado para uma temática e explicação mais densa relacionada à história do mundo e do Brasil. A partir dessa mudança houve uma queda na periodicidade das postagens, o canal passou a produzir menos vídeos pois necessitava de mais tempo para finalizar seu material. Tendo como objetivo de não deixar o espectador por muito tempo sem “programação”, e manter os vínculos com o canal, o realizador passou a fazer alguns vídeos mais simples denominados Nostalgia Expresso. No primeiro vídeo desse projeto ele fala que muitas pessoas que o acompanham começaram a reclamar nos vídeos longos e que não tinham tempo para tal experiência e que pensando neles produziria vídeos “no mesmo modelo que (seus espectadores) estão acostumados a ver no canal, só que reduzidos em 10 minutos”. Então dentro desse novo formato Castanhari fez um vídeo sobre a guerra civil na Síria, tema que na época estava sendo muito discutido e noticiado. Com uma resposta positiva de seus seguidores ele passou a realizar vídeos com temas relacionados a assuntos em voga e “em PAUTA”.

Ao pensar em como se iniciou o “Assuntos em PAUTA” e no nome do quadro onde começou a ser realizado (Nostalgia Expresso) é fácil associá-lo a um formato de jornalismo recorrente na televisão o boletim. Esse formato trata-se de uma notícia narrada pelo locutor ou repórter de modo compacto e sem edições. Algo próximo do formato

adotado nesse quadro. Castanhari aparece no cenário usual do programa Nostalgia, uma pequena sala com uma estante cheia de objetos da cultura pop (bonecos do Batman, Dragon Ball, Star Wars dentre outros) de frente para uma câmera única, com enquadramento em primeira pessoa e primeiro plano (do peito para cima). A roupa usada pelo *YouTuber* no quadro também não é muito diferente da que normalmente usa nos demais vídeos, sendo sempre figurinos bem casuais, camisetas básicas e por vezes casacos jeans ou estilo college por exemplo. Tanto o cenário, como a roupa usados pelo interlocutor, assim como o enquadramento de realização são os mais usados nesse formato.

[...] o YouTube também produz formatos narrativos próprios: como a ideia de apresentação diante da câmera, que pode ser um novo gênero utilizado pelos *youtubers*. Neste caso, os canais conhecidos como canais de *youtubers* são caracterizados, principalmente, por vídeos onde há apenas a apresentação de um assunto por um apresentador diante da câmera em um cenário ao fundo. (LOBÃO, 2017, p.26)

Essas características buscam a aproximação e uma comunicação mais interpessoal entre emissor e consumidor. Reafirmam ainda a ideia do emissor se apresentar como uma pessoa “comum”, um amigo. Essa perspectiva ou modelo é constante na apresentação dos vídeos analisados; ao chamar seu espectador dessa forma - “Olá meus **queridos amigos, tudo bem com vocês?** Eu sou Felipe Castanhari” - e em por muitas vezes ao se colocar de alguma forma no relato ao utilizar situações pessoais para explicações e analogias. A utilização desses recursos como estratégia de identificação com o público, já recorrente no YouTube, também pode ser vistas por vezes no jornalismo como Coutinho explica em seu livro *dramaturgia do telejornalismo*

[...] as marcas e os fazeres do jornalismo são cada vez mais narrados, seja como uma perspectiva normativa/educativa ou de paródia/crítica. O (tele)jornalista passa, com frequência, a tomar parte da proposta de humanização do relato, fazendo com que o encontro - ou simulação do mesmo - entre emissora e público seja mediado também pelo dramas do próprio repórter (COUTINHO e MATA, 2011, p. 373/374)

Muito em função disso; esse uso de narrativa também (re)conhecida em conteúdos de cunho informativo não parece estar deslocado e é comprado e bem aceito pelo espectador. Todos os vídeos desse quadro são acompanhados pela vinheta específica do “Nostalgia Expresso”, que é a logo criada para esse tipo de conteúdo com uma trilha sonora específica. Ela é seguida da já usual apresentação pessoal introdutória de Felipe

Castanhari, uma marca do canal, seguida do tema abordado no vídeo. O também já usual pedido de engajamento se inscrevendo no canal, curtindo e compartilhando o conteúdo é sempre colocado no vídeo; há pequena variação na maneira de inserir essa convocação que pode estar no início do vídeo após a apresentação ou no final. Outra marca é a logomarca do canal, que é uma letra “N” estilizada, sempre presente no canto direito inferior do vídeo.

Ao final dos vídeos também normalmente Castanhari indica algum outro vídeo feito no canal que possui alguma relação com o tema e que é linkado no chamado “card” localizado no canto superior direito da tela; esse tipo de recurso é uma das marcas do webjornalismo que associa as potencialidades do hipertextualidade e da memória. Os vídeos ainda são organizados em uma playlist. A descrição dos vídeos também segue um padrão de informações. Nela há os links para as redes sociais pessoais (Instagram, Facebook, Twitter) de Felipe Castanhari, e para realizar a inscrição no canal. Além dos hiperlinks correspondentes as matérias que aparecem e são mencionadas no vídeo, por fim há a ficha técnica com informação dos responsáveis pelo roteiro, montagem, edição, artes e pesquisa.

3.1 Análise do vídeo: Entenda a Guerra na Síria de um jeito muito simples!

O vídeo possui 4.615.359 visualizações e 19.522 comentários, com 631 marcações como gostei e 7,8 mil¹¹ como não gostei, sendo publicado em 3 de fevereiro de 2017. A produção tem 10 minutos e busca de uma forma dinâmica explicar o que motivou a guerra na Síria e como que as consequências dela estava levando a população a buscar refúgio em outros outros países. Na descrição o vídeo é apresentado assim “Não entendeu ainda a tal Guerra da Síria? É difícil mesmo, mas calma, vou explicar de um jeito MUITO simples! Aqui a Síria é um grande colégio dirigido por um diretor que é odiado por todos!”, nela também há o um link para uma matéria da BBC que explica como os brasileiros podem ajudar os refugiados sírios.

Ele inicia com a vinheta específica do “Nostalgia Expresso”, que é o logo criado para esse tipo de conteúdo com uma trilha sonora específica. Após isso Felipe Castanhari faz a sua apresentação pessoal que é normalmente a mesma marcando uma característica do programa. Castanhari começa falando em como a guerra na Síria é notícia em vários

¹¹ Informações atualizadas no dia 22 de novembro de 2018

meios de comunicação, momento em que são inseridos na tela vários *prints* de matérias abordando o tema. Então logo em seguida convida as pessoas a se inscreverem no canal. Após esse trecho o YouTuber relata que vem percebendo que muitas pessoas não estão entendendo exatamente o que está acontecendo e que pretende explicar então o assunto (imagens de refugiados no plano total do vídeo). Para tal ele anuncia que tentará fazê-lo a partir de uma analogia entre o país e a estrutura social e funcionamento de uma escola. A partir daí ele começa a explicar sobre o governo atual da Síria. A medida que ele dá algumas informações a partir de sua narrativa(verbal), imagens relacionadas são adicionadas ao redor de Castanhari variando seu posicionamento, como por exemplo do lado direito da tela seja na parte inferior ou superior e também ao lado esquerdo no canto superior. Em outros momentos vídeos que mostram a guerra na Síria tomam toda a tela. Há ainda animações com um mapa para mostrar quais países têm alguma relação diplomática com o que está acontecendo.

Ao final do vídeo o apresentador expressa uma certa preocupação em mostrar que por mais que esses fatos pareçam estar longe há maneiras e modos de cada um, mesmo que distante auxiliar os refugiados, com pequenos atos como fazer doações a instituições que estão envolvidas com a ajuda às vítimas da guerra ou ao simplesmente não apoiar discursos de ódio aos refugiados. O canal aponta a Unicef como uma das instituições que estão auxiliando os refugiados e adiciona na descrição do vídeo um link para uma matéria da BBC que apresenta outras sugestões.

3.2 Análise do vídeo: Você está em uma bolha social? Descubra!

Essa produção tem 1.963.933 visualizações, 346 mil curtidas, 5,7 mil não curtidas e 18.750 comentários. Ela possui 6 minutos e 44 segundos e foi publicada em 3 de março de 2017. Nela Castanhari fala sobre as dificuldades de haver discussões entre pessoas que têm opiniões divergentes sobre assuntos delicados como política e como de certa forma a internet e rede sociais através de algoritmos nos levam a nos aproximar cada vez mais de pessoas que pensam como nós nos colocando em uma bolha social, levando à acreditar de modo exacerbado que estamos certos. Sendo descrito assim “Você está em uma bolha social! Só não sabe ainda!”

Segue toda a estrutura usual de vinheta, apresentação e cenário. O tema é apresentado a partir de questionamentos ao público como por exemplo se há troca de

ideias diferentes em sua roda de amigos. E a partir disso dá algumas informações pertinentes sobre o funcionamento das redes sociais e o funcionamento das plataformas de busca como Google e YouTube. Esse vídeo é menor e há menos inserção de imagens e animações mesmo assim elas estão presentes. O uso do termo “nós” e da expressão “é sobre vocês” demonstra a preocupação em mostrar que apresentador e público estão suscetíveis a essa mesma situação. Ao mesmo tempo que busca na sua narrativa trazer o conceito de sempre ser melhor refletir. A narrativa mesmo que não esteja respaldada em contar uma história, traz elementos que criam uma determinada linha de pensamento, que se conclui com uma ideia moral. Tipo de estrutura narrativa que ocorre no jornalismo, já que por vezes a reportagem é contada de maneira a deixar uma lição de moral e reflexão. Algo que o vídeo em menor escala tenta passar.

3.3 Análise do vídeo: A desinformação do WhatsApp e Facebook

Vídeo com 1.765.675 visualizações tendo 223 mil curtidas, 3 mil não curtidas e 6.660 comentários. Possui 8 minutos e 13 segundos. Publicada em 27 de março de 2017, a produção busca falar da importância de se checar as informações recebidas através de redes sociais para não só acabar acreditando em “fake news” como ajudando há espalhá-la. “Como a cultura do compartilhamento rápido de notícias falsas está acabando com os fatos! Aprenda a saber se uma notícia ou corrente de WhatsApp é real antes de compartilhar!” é a descrição da produção.

Segue toda a estrutura usual de vinheta, apresentação e cenário e de ilustrações que acompanham as informações que são fornecidas. Castanhari inicia com um relato pessoal sobre como ele tem mudado hábitos para não cometer o erro de espalhar notícias falsas. Contexto que podemos por vezes ver no (tele)jornalismo para aproximar e dar credibilidade “O repórter passaria, nesse sentido, a falar de si, estratégia de aproximação e construção de credibilidade”(COUTINHO e MATA, 2011, p. 375). A partir daí ele fala da importância de ter cuidado ao repassar notícias na internet. E como é importante ler e checar as informações recebidas antes de compartilhá-las. Castanhari então dá algumas dicas de como descobrir se a notícia é verdadeira ou falsa. Explicando com situações hipotéticas, representadas com bom humor pelo apresentador, que atitude é melhor tomar.

De modo didático ele discorre sobre os tipos de equívocos que podem ocorrer como a diferença entre uma notícia falsa e aquela que tem um título impactante mas que

não corresponde ao que está no texto da matéria e o porque isso pode ser recorrente. No caso é interessante de se pensar que ele busca dar dicas sobre conter as notícias falsas e os riscos que ela incorre num vídeo postado em março do ano passado (2017). E esse assunto só recebeu mais atenção da grande mídia comercial de TV durante o período do processo eleitoral, em que as chamadas “Fake news” tomaram grandes proporções¹² ao virarem motivo de processos entre candidatos à eleição e contra inclusive o Whatsapp, aplicativo de mensagens do celular mais usado atualmente. A internet talvez por tratar de um tema que se relaciona diretamente com ela, já trazia o alerta e buscava discussões muito antes dos problemas que o tema representava.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa buscou compreender como o formato e linguagem YouTuber, juntamente com a plataforma em que está inserida, pode ser usada para disseminação da informação e divulgação científica através desse espaço público de comunicação a partir do “Assuntos em PAUTA” do canal de Youtube “Nostalgia”. Para tal foi realizada uma análise sobre a plataforma e suas ferramentas, além de como se deu o surgimento do modelo vlogger, mais tarde denominado YouTuber, que despontou como modelo principal dos vídeos criados pelos usuários do serviço. Desse modo buscamos apontar aspectos e características que constituem o formato YouTuber assim como seu uso.

Em nossa investigação acerca do objeto Canal Nostalgia notamos que ele sofreu diversas modificações ao longo dos seus sete anos de criação, inserindo novos conteúdos com diferentes formatos, buscando aprimoramentos tanto quanto na produção técnica e identidade visual, quanto ambicionando um conteúdo com um caráter mais educativo e informativo. Nesse trajeto podemos identificar a criação do quadro “Assuntos em PAUTA” como um projeto de transição. Nele a mudança está apenas no assunto abordado, a edição, enquadramento e inserção de informações seguem o modelo já presente em outros vídeos do canal. Se aproximado do formato boletim do jornalismo; as informações são dadas de maneira sucinta e por vezes com uso de analogias para tentar tornar mais fácil a compreensão. As informações são ainda passadas com seriedade e com o uso de artes, imagens, vídeos e páginas de sites informativos da mídia tradicional para destacá-las,

¹²<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>

reforçá-las e também dar credibilidade. Um tom mais descontraído é usado durante a explanação por meio de exemplos, que dessa forma não comprometem ou colocam em questão a credibilidade das informações passadas.

E esses elementos são bastante valorizados ao que o próprio criador busca sempre evidenciar em seu discurso a cada mudança do canal e novo conteúdo; que a essência do canal sempre será mantida, destacando assim a ideia de fazer uma produção em que haja informação e troca de conhecimento, porém de forma leve, descontraída ao que Castanhari frisa “ a grande questão é em como ela (a história) é contada”¹³, é interessante notar que essa também seja de certo modo uma preocupação do Jornalismo.

Em linhas gerais percebemos um certo hibridismo no produto, que apresenta características da TV aberta quanto a técnica de edição, qualidade e composição estética da imagem e componentes, estruturas visuais, mas com a linguagem narrativa *YouTuber*. Ao passo que ao mesmo tempo ele acaba traçando uma identidade própria. Apresentando assim um modelo interessante, pois além disso acumula bons índices de engajamento dos internautas, com números altos de visualizações, curtidas e comentários. Os vídeos com menor interação em cada item de engajamento possuem mais de 2 milhões e 600 mil visualizações, 14 mil comentários e mais de 300 curtidas. Além é claro de se tratar de um canal que possui uma base de público preestabelecida ao longo de seus sete (7) anos de postagens o que favorece o número alto do envolvimento com os vídeos. Mesmo assim é possível concluir que o projeto foi bem aceito pelos internautas.

Podemos então inferir que o dinamismo, vivacidade do interlocutor, comunicação interpessoal cara cara proporcionada pelo YouTube, assim como o convite a reação e engajamento do espectador reforçada pelas ferramentas do site podem ser absorvidos para a produção de um material atrativo de caráter mais informativo e de divulgação científica. E que esse conteúdo realizado de maneira mais profissionalizada absorvendo também fórmulas já estabelecidas na mídia tradicional podem ser outro interessante caminho. O resultado da fusão da linguagem já estabelecida e conhecida entre o público alvo do site e técnicas de construção narrativa e de edição do jornalismo podem gerar produtos audiovisuais com bom engajamento e espaço de debate. Porém nosso conhecimento acerca dos formatos desenvolvidos dentro da web ainda é muito reduzido, temos várias lacunas a respeito das novas mídias e estruturas possibilitadas por elas, assim como suas

¹³fala de Felipe Castanhari em seu vídeo “ADOLF HITLER / HISTÓRIA”

potencialidades a serem estudadas. A transmutação constante do YouTube nos motiva a considerá-lo um objeto de investigação que merece nossa atenção, e que esta deveria ser tão permanente quanto suas mudanças.

REFERÊNCIAS

Agência Brasil EBC - **Consumo de vídeo online já é preferido por 71% dos internautas do país**. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/consumo-de-video-online-ja-e-preferido-por-71-dos-internautas-do-pais>> Acesso em 20 de novembro de 2018

Alexa - **Topsites**. Disponível em: <<https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>> Acesso em 23 de novembro de 2018

BERNARDAZZI, Rafaela. **Youtubers e as relações com a produção audiovisual**. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2016.

BURGESS, Jean. **You Tube e a Revolução Digital : como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade** / Jean Burgess e Joshua Green; com textos de Henry Jenkins e John Hartley ; tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009.

Canal Nostalgia. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCH2VZQBLFTOp6I_qgnBJCuQ> Acesso em 20 de outubro de 2018

_____. (ADOLF HITLER / HISTÓRIA). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=f9DHklkOShY&t=0s&index=17&list=PL2EJIPZ0iJu7vvkXNXKD9lIKb9L1q8JWF>> Acesso em 20 de novembro de 2018

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2016.

_____, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012

EVANGELISTA CUNHA, Simone. **Novos Tempos, Novos Ídolos: Microcelebridades e Práticas de Construção de Audiência no YouTube**. XXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2017.

EXAME - **Os 10 canais do YouTube que mais cresceram no Brasil em 2014**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/os-10-canais-do-youtube-que-mais-cresceram-no-brasil-em-2014/>> Acesso em 23 de novembro de 2018

Folha de São Paulo - **10 maiores influenciadores do Brasil**. Disponível em: <<https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/nova/1578367457451684-10-maiores-influenciadores-do-brasil#foto-1578367457545345>> Acesso em 20 de outubro de 2018

LIMA, Frederico Osanam Amorim. **Uma Câmera na Mão e Uma Ideia na Cabeça. Glauber Rocha e a Invenção do Cinema Brasileiro Moderno**. Prismas, 2015

LOBÃO, Rodrigo. **Narrativas Audiovisuais e Comunicação Pública da Ciência: A Inserção social da TV Nupes/UFJF**. 2018. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Juiz de Fora, 2018.

MCLUHAN & FIORE, Quentin. **Guerra e paz na aldeia global**. Rio de Janeiro: Record, 1971

MONTAÑO, Sonia. **A construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube**. Revista Famecosmídia, cultura e tecnologia, 2017

Percepção CTI - **Percepção Pública da C&T**- Disponível em: <<http://percepcaocti.cgee.org.br/>> Acesso em 20 de outubro de 2018

Provoker site. Disponível em: <<http://provokersite.com/>> Acesso em 23 de novembro de 2018

Social Blade - Youtube, country, Br,mostsubscribed, (Youtube, país, Brasil, mais inscritos). Disponível em: <<https://socialblade.com/youtube/top/country/br/mostsubscribed>> Acesso em: 23 novembro de 2018

ThinkWith Google - **A personalidade mais influente do Brasil é um YouTuber**. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/personalidade-mais-influente-do-brasil-e-um-youtuber/>> Acesso em 23 de novembro de 2018

YouTube Criadores - **Níveis de benefícios**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/creators/benefits/>> Acesso em 23 de novembro de 2018