

Por um estudo dos *vlogs*: apontamentos iniciais e contribuições teóricas de Marshall McLuhan

Fausto Amaro

Faculdade de Comunicação Social do Estado do Rio de Janeiro

Resumo

Com o advento da banda larga, os brasileiros vêm presenciando uma popularização crescente da internet, o que, conseqüentemente, acarreta novas apropriações e usos do meio. Dentro desse contexto de desenvolvimento, vemos o fenômeno dos *vlogs*. Principalmente hospedados no Youtube, esses vídeos demandam relativamente poucos recursos, como uma câmera de vídeo e uma internet de alta velocidade. Desse fato, temos a proliferação de inúmeros novos produtores de conteúdo. Pretendemos com esse artigo fazer algumas considerações teóricas sobre esse fenômeno, utilizando-se principalmente das contribuições de Marshall McLuhan.

Palavras-chave

Videolog; Meio de Comunicação; Internet; McLuhan

Abstract

With the advent of broadband, the Brazilian has been witnessing a growing popularity of the Internet, which consequently leads to new appropriations and uses of the medium. Within this development context, we see the phenomenon of the *vlogs*. Mostly hosted on YouTube, these videos require relatively few resources, such as a camcorder and a high speed internet. From this fact, we have the proliferation of numerous new content producers. We intend to do with this article some theoretical considerations on this phenomenon, using mainly the contributions of Marshall McLuhan.

Key words

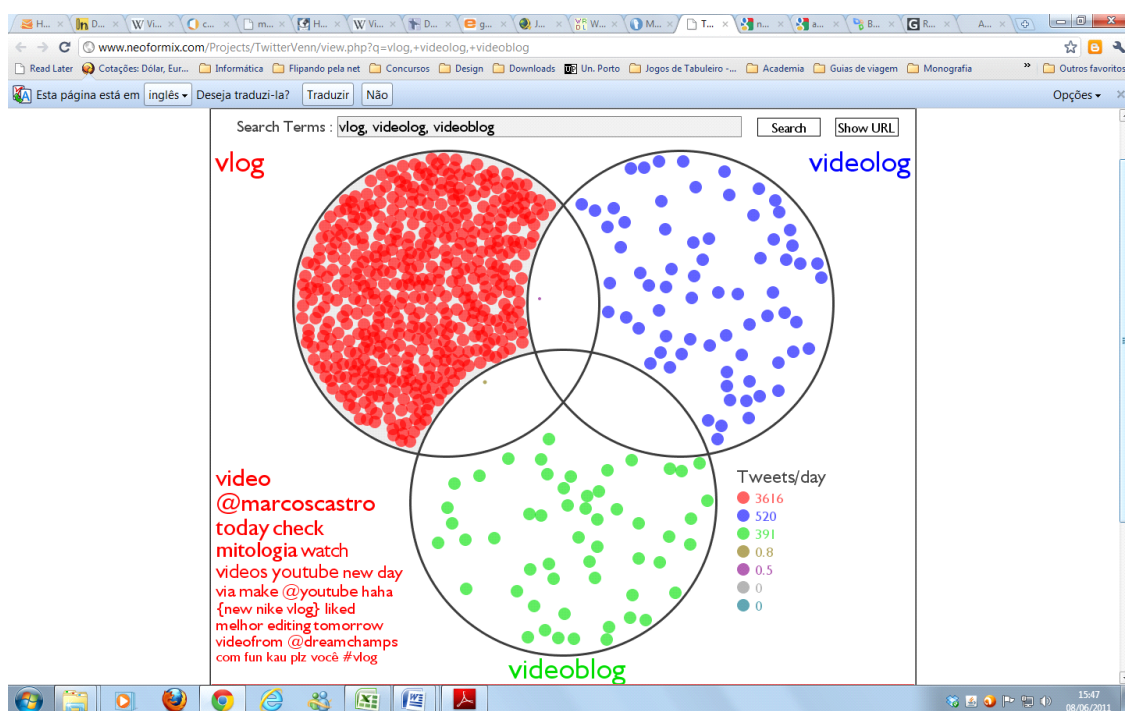
Videolog; Media; Internet; McLuhan

Introdução

Inicialmente, é pertinente salientar que a proposta desse artigo se insere dentro das pesquisas para o desenvolvimento da minha monografia na Faculdade de Comunicação Social da Uerj. Aqui procurarei apresentar minhas primeiras reflexões, achados estatísticos e os avanços teóricos iniciais do meu projeto. Este surgiu da percepção de uma lacuna nos estudos brasileiros sobre os *videologs*, fenômenos da cultura contemporânea. Entendemos que, pela variedade de conteúdo disponível e pela

crecente qualidade visual e técnica dos vídeos, o *vlog*, e obviamente também o Youtube, mereçam maior atenção da academia.

É importante esclarecermos também qual nomenclatura utilizaremos quando falarmos dessas videografias de si (COSTA, 2009a) . Para escolher o melhor termo para defini-las, efetuei uma busca comparativa no site Twitter Venn para verificar qual seria o termo mais empregado pelos usuários (do Twitter) para designar esse fenômeno. Como esperava, o resultado pendeu amplamente para "vlog" .



Segundo Burgess e Green:

O *vlog* (abreviação para '*videolog*') é uma forma predominante do vídeo "amador" no Youtube, tipicamente estruturada sobre o conceito do monólogo feito diretamente para a câmera, cujos vídeos são caracteristicamente produzidos com pouco mais que uma webcam e pouca habilidade em edição. Os assuntos abordados vão de debates políticos racionais a arroubos exacerbados sobre o próprio Youtube e detalhes triviais da vida cotidiana. (2009, p. 192)

A princípio, este será o conceito de *vlog* empregado durante o artigo, feitas apenas algumas considerações. Apesar de inicialmente todo canal de *vlog* possuir um caráter eminentemente amador, com o tempo há um claro refinamento das habilidades de edição e produção dos vídeos, aproximando-se e confundindo-se com produtos profissionais. O caráter primordial dos vídeos é realmente o monólogo, ainda que em alguns casos haja a presença de mais de um "protagonista", o que, a meu ver, retira um pouco da essência do *vlog* (o relato de apenas uma pessoa em frente à câmera). Os

assuntos abordados estão realmente dentro do espectro variado sinalizado pelos autores no excerto.

Hospedados majoritariamente no Youtube, os *vlogs* demandam relativamente poucos recursos, como uma câmera de vídeo ou uma *webcam* e um computador conectado a internet de alta velocidade. Com efeito, temos a proliferação de um sem número de novos produtores de conteúdo audiovisual para internet. Esse crescimento da importância do usuário, agora também produtor, foi determinante para a revista americana Time escolher simbolicamente "Você" (em referência a todos os internautas) como "Personalidade do Ano" de 2006. Interessante notar que há uma clara referência aos produtores de vídeos, uma vez que o "You" (você, em inglês) aparece dentro de uma janela do Youtube.



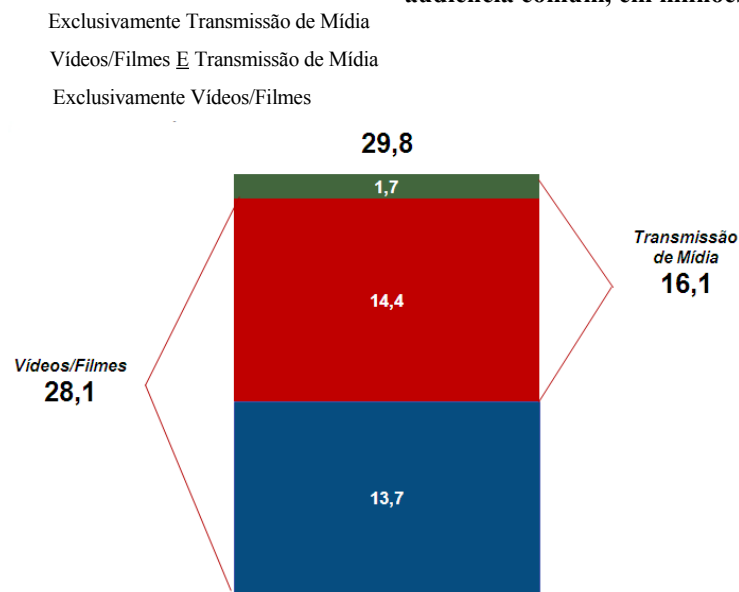
Dessa forma, percebe-se a importância dos *videologs* no cenário midiático contemporâneo, enquanto meios de comunicação emergentes (ou veículos inseridos dentro de um meio maior, qual seja, o Youtube - essa questão será discutida mais a frente), o que por si só já demanda estudos mais aprofundados para análise e reconhecimento de padrões nesses produtos culturais. O presente artigo será dividido em três partes. Na primeira, abordarei o Youtube, principal suporte para o armazenamento e visualização dos *vlogs*, enfocando sua história e as motivações iniciais dos criadores desse site. Em seguida, trarei a proposta de "blog com vídeos" de Maria Bethânia, para refletir se os *vlogs* podem também ser considerados meios de

comunicação. Por último, mostrarei como algumas idéias de McLuhan podem ser utilizadas para entendermos melhor o objeto deste artigo.

Youtube: um pouco de história

Dados do IBOPE/Nielsen de janeiro de 2011 relatam que 29,8 milhões de brasileiros assistem vídeos pela internet, o que representa aproximadamente 70% do total de internautas daquele mês. Somente na subcategoria Vídeos/Filmes, a que nos interessa aqui, por incluir os vídeos assistidos em sites de compartilhamento de vídeo como o Youtube, foram 28,1 milhões de usuários únicos. Segundo o Alexia, site de ranqueamento e medição de visitação de páginas da web, o Youtube é o 4º site mais visitado do Brasil.

Audiência das subcategorias Vídeos/Filmes e Transmissão de Mídia – total de usuários únicos e audiência comum, em milhões



A popularização da transmissão desses vídeos *online* foi impulsionada pela disseminação da banda larga no Brasil. O tempo gasto para carregar um arquivo de vídeo na internet de alta velocidade quando comparado com a conexão discada (aproximadamente, 56 kbps de velocidade de conexão) é revelador dessas diferenças, como nos mostra a tabela da União Internacional das Telecomunicações.

Time needed to download online content at different connection speeds

Content	Connection speed	256kbps	2Mbps	10Mbps	100Mbps
Google home page (160 KB)		00:00:05	00:00:01 *	00:00:00 *	00:00:00 *
Music track (5MB)		00:02:36	00:00:20	00:00:04	00:00:00 *
Video clip (20MB)		00:10:25	00:01:20	00:00:16	00:00:02 *
CD / low quality movie (700MB)		06:04:35	00:46:40	00:09:20	00:00:56
DVD / high quality movie (4GB)		34:43:20	04:26:40	00:53:20	00:05:20

Source: ITU calculation.
Note: * Rounded values.

Após essa contextualização inicial sobre os dados de acesso, relevante para entendermos o crescimento da produção e visualização de vídeos online, abordarei agora especificamente o Youtube.

Evidentemente, há uma lacuna nos estudos sobre esse portal de vídeos, talvez devido a sua recente criação (em 2005). Contudo, em 2009, ela foi parcialmente preenchida com o lançamento do livro "Youtube e a revolução digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade", de autoria de Jean Burgess e Joshua Green. Além de analisar o Youtube como empresa de sucesso, eles se preocupam também em contar a história do site e citar casos de pessoas comuns que através de seus canais conquistaram destaque na grande rede.

O livro se propõe a fomentar o debate e servir de estímulo para pesquisas futuras mais aprofundadas. Os autores no decorrer da obra traçam um estado da arte sobre os estudos acerca do Youtube. Nesse sentido, eles delimitam o possível início de um despertar da academia:

O livro *The Television Will Be Revolutionized* (A Televisão Será Revolucionada, 2007), de Amanda Lotz, é um dos primeiros trabalhos acadêmicos publicados a tratar especificamente do Youtube. Suas considerações sobre o Youtube foram evidentemente adicionadas em um momento posterior à conclusão do livro, que foi finalizado no final de 2006, quando o serviço estava apenas começando a receber maior atenção da imprensa e do meio acadêmico. (BURGESS; GREEN, 2009, p.58)

Em outro capítulo do livro supracitado, os autores abordam o surgimento do Youtube, criado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do PayPal (site de serviços de pagamento online) em fevereiro de 2005. Seu propósito inicial era "eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet" (BURGESS; GREEN, 2009, p.17). Daí, o primeiro slogan do site ser: "Your Digital Video Repository" (Seu Repositório de Vídeos Digitais, em tradução livre). Hoje, com as

múltiplas apropriações feitas pelos usuários, que acabaram subvertendo aquele propósito inicial, o slogan é "Broadcast yourself" (algo como "Transmita Você Mesmo"). Em seu segundo ano de "vida", com 100 milhões de visualizações por dia e 65 mil novos vídeos publicados diariamente, o Youtube foi adquirido pelo Google, o gigante de buscas da internet, pelo "singelo" valor de US\$ 1,65 bilhão. Quatro anos depois, em 2010, sua popularidade disparou e, hoje, já são 24 horas de vídeos publicados por minuto e 2 bilhões de visualizações por dia (um aumento de quase 2.000% em relação a 2006).

É válido lembrar que, inicialmente, o Youtube era alvo de críticas da imprensa e da opinião pública por hospedar apenas conteúdo de baixa qualidade técnica e artística, e também por publicar na rede ilegalmente o conteúdo de canais de TV e de filmes. Essa visão mudou quando os usuários, e algumas produtoras de vídeo, passaram a produzir conteúdo exclusivamente para o Youtube. Obviamente, o conteúdo ilegal continua presente, mas vem cedendo espaço às produções originais (BURGESS; GREEN, 2009). Atualmente, as barreiras à circulação de conteúdo protegido por direitos autorais são maiores. O Google vem fiscalizando mais atentamente a veiculação de músicas e vídeos postados sem a devida autorização dos autores.

Trazendo a discussão para o problema específico do artigo (os *vlogs*), os autores do livro também relatam uma pesquisa de 2007, realizada por eles, com os 4320 vídeos de maior acesso no Youtube (nas categorias Mais Vistos, Mais Adicionados aos Favoritos, Mais Respondidos e Mais Comentados). Destes, aproximadamente 50% eram publicados por usuários comuns; e, dentro do universo dos vídeos Mais Comentados, 40% eram *vlogs*. Esses dados demonstram o papel proeminente dos vídeos produzidos pelos usuários já em 2007. Os *vlogs* também são vistos por Burgess e Green (2009) como promotores de uma socialização no Youtube, por meio dos comentários de usuários, o compartilhamento de links e a "troca de visitas".

Vlog é um meio de comunicação?

Henry Jenkins, na introdução de seu livro *Convergence culture: where old and media collide* (2006), nos fala do modelo de comunicação proposto por Lisa Gitelman (2008), o qual atuaria em dois níveis. De um lado, "um meio é uma tecnologia que permite a comunicação"; por outro, "é um conjunto de protocolos associados ou práticas socioculturais que tem crescido em torno da tecnologia" (JENKINS, 2006, p.14, tradução

nossa). Assim, as novas tecnologias, enquanto ferramentas, são substituíveis, mas os meios, enquanto linguagem cultural, sobrevivem. O Youtube, por exemplo, pode vir a desaparecer, da mesma forma como ocorreu com outros grandes portais anteriormente. No entanto, o formato dos vídeos produzidos por usuários (*vlogs*), enquanto novas formas de comunicação, continuará presente.

Fiz essa inserção inicial, pois, recentemente (em meados de março), um debate esquentou a discussão sobre os meios de comunicação. Conforme noticiado no jornal O Globo, na matéria "O valor da cultura na internet em discussão", a famosa cantora brasileira Maria Bethânia recebeu aval do governo para captar R\$ 1,3 milhão de reais, por meio da Lei Rouanet, para o seu projeto artístico pessoal "O Mundo Precisa de Poesia". A princípio, essa notícia não representaria nada demais, em se tratando de um projeto para rádio, teatro, cinema ou televisão. O que despertou a discussão, em jornais, revistas e nas redes sociais, foi o fato de o meio que irá suportar tal ação ser a internet. Os principais argumentos utilizados pelos críticos para condenar tal proposta foram o valor elevado, que não corresponderia aos custos reais, e o alto cachê cobrado por Maria Bethânia (cerca de R\$ 600 mil, segundo a matéria). O que particularmente nos interessa dessa questão é o teor do projeto. "O Mundo Precisa de Poesia" pretendia ser um blog em que Bethânia postaria diariamente seus vídeos declamando poesias de autores consagrados. Em outras palavras, ela faria um *videoblog*.

Mesmo não sendo contemplado originalmente na Lei Rouanet, projetos criativos para internet surgem cada vez mais e se destacam, mesmo sem suporte financeiro. A conquista desse polpudo auxílio, à parte o debate criado em torno da questão, sinaliza que a internet começa a ser vista como um meio de comunicação com potencial para atingir grande parte da população brasileira. Segundo, pesquisa do IBOPE Nielsen Online, no quarto trimestre de 2010, 73,9 milhões de pessoas acessaram a internet no Brasil.

Por meio da internet, as pessoas podem acessar o Youtube, onde é possível consumirmos cultura de qualidade, e não somente vídeos engraçados, trechos de programas de TV, clipes musicais e famosos em situações embaraçosas. McLuhan, ainda que se referisse a outros meios, pode contribuir para entendermos melhor essas discussões sobre o *vlog* de Bethânia:

É instrutivo acompanhar as fases embrionárias de qualquer desenvolvimento, pois em geral elas são muito mal compreendidas — quer se refiram à

imprensa, ao automóvel ou à TV. Justamente porque as pessoas, no início, não se dão conta da natureza do novo meio, a nova forma vibra alguns golpes reveladores nos espectadores de olhos mortos-vivos. (MCLUHAN, 1969, p. 281)

Em tempo, *vlogs* não são produtos culturais novos. Antes de iniciar a pesquisa para esse artigo, acreditava que os primeiros vlogueiros haviam surgido entre o final da década de 1990 e o início dos anos 2000. No entanto, descobri que o primeiro *videolog* foi produzido há 35 anos, como explicarei mais adiante. Uma das primeiras notícias sobre *vlog* publicadas no Brasil data de novembro de 2004, veiculada na Folha de São Paulo. Ela relata da seguinte forma o fenômeno que ocorria na internet: "Estimulados pelo acesso à internet com conexão de banda larga e pela queda dos preços das câmeras digitais, internautas começaram a incrementar seus blogs com vídeos e criaram uma nova categoria de diário virtual: os videoblogues" (BARRETO, 2004).

A matéria em nenhum momento cita o Youtube, pois até então esta não era uma ferramenta disseminada entre os vlogueiros. Eles se utilizavam de outros recursos, como sites próprios, blogs pessoais, portais exclusivos para *videologs*. A matéria enfatiza as dificuldades enfrentadas por esses "desbravadores" de um novo formato de produção de conteúdo.

A título de informação, elenco alguns artigos brasileiros, não explorados aqui pelas limitações físicas do artigo, mas que abordam, sob enfoques teóricos diferentes, aspectos importantes do *vlog* e do próprio Youtube: Reis (2009), Costa (2009a, 2009b, 2009c), Arruda et al (2011), Oliveira (2009). Nos EUA, destaco o trabalho do professor Dr. Michael Wesch da Universidade de Kansas que coordena um grupo de pesquisa sobre etnografias digitais, com foco no Youtube.

McLuhan: uma contribuição teórica para o estudo dos *vlogs*

McLuhan continua atual?

É difícil pensarmos em um teórico da comunicação atual que tenha alcançado ainda em vida a mesma notoriedade acadêmica, pública e midiática que Marshall McLuhan obteve. Durante as décadas de 60 e 70, era usual a participação de McLuhan em programas de rádio, *talkshows* e outros programas de auditório na TV americana, como fica retratado nas imagens do documentário "McLuhan's Wake". Vemos também

como ele não se iludia com o fato de ser uma celebridade, aliás nem gostava de usar essa palavra para descrevê-lo. Simplesmente, aproveitava o fato de as pessoas, o cidadão comum, poderem ter acesso a suas ideias e pensar por si próprios. Por esse motivo, aliás, seus conceitos teóricos se tornaram tão populares na época, ainda que muitos não o tenham captado em sua essência.

O ponto que pretendia chegar com essa digressão inicial é que as ideias de McLuhan, ainda que em descrédito no meio acadêmico atualmente, foram assimiladas pela opinião pública e são utilizadas muitas vezes como expressões do senso comum, vide o conceito de aldeia global e o aforismo "os meios como extensão do homem". Alguns exemplos passaram por mim recentemente e, por isso, os citarei abaixo. Eles demonstram que ainda hoje, McLuhan possui bastante relevância.

Em 1996, em matéria da revista *Wired*, McLuhan foi declarado o "patrono da revolução digital". Já em recente matéria no jornal *O Globo*, que abordava as relações de dependência do homem em relação ao *gadgets*, o nome de McLuhan voltou mais uma vez a ser lembrado. Coube a professora Karin Breitman, do Departamento de Informática da PUC-Rio, enriquecer o debate, lembrando que já nos anos 60 McLuhan alertava para os efeitos dos meios sobre os sentidos humanos. Em suma, o texto da matéria tratava da menor demanda de memória que exigimos de nosso cérebro, uma vez que podemos armazenar todos nossos dados pessoais e profissionais em artefatos tecnológicos externos. Ora, isso nada mais é do que o entorpecimento dos sentidos que um novo meio sempre ocasiona, como já dizia McLuhan (1969).

No documentário "A Era do Videogame", veiculado no Discovery Channel e dividido em cinco episódios de aproximadamente 45 cada, um dos entrevistados, Ken Perlin, professor de Ciências da Computação da NYU, utiliza claramente a ideia de McLuhan - os meios como extensão do homem - mas, talvez por desconhecimento, não oferece os devidos créditos. Outro exemplo, envolvendo essa mesma questão das extensões do homem, permeou toda a "matéria de capa" da Revista *Galileu*. Sob o título de "Máquinas que pensam", a matéria mostrava como as máquinas, no caso, os supercomputadores, cada vez mais, ampliarão o potencial físico e psíquico do homem no desempenho de suas atividades profissionais e pessoais. Qualquer semelhança com as ideias defendidas por McLuhan em seu livro mais famoso não é mera coincidência.

No que tange ao resgate acadêmico de McLuhan, Erick Felinto em seu artigo "Materialidades da Comunicação: Por um novo lugar da matéria na Teoria da

Comunicação" (2001) sinaliza para "o recente retorno das menções a McLuhan na área da teoria da comunicação, após um prolongado período de quase completo esquecimento" (FELINTO, 2001, p.6).

Diálogo teórico com McLuhan para o estudo dos vlogs

Uma das proposições de McLuhan diz respeito às influências que um meio de comunicação recebe de seus antecessores. Nesse sentido, o *vlog* se beneficiou de uma cultura participativa e de uma "liberação do pólo emissor" (Lemos, 2003) que já estava presente na internet desde os *blogs*, *fotologs*, *podcasts*, *fanfictions*. Aliás, o próprio fenômeno de vídeos independentes produzidos por pessoas comuns é mais antigo do que poderíamos pensar. Já na década de 1970, videoartistas famosos, como Yoko Ono, John Cage, Nam June Paik e Wolf Vostell, realizavam suas performances, *happenings* e festivais (MORAN, 2010, p. 1213-1214). As grandes barreiras, no entanto, eram o alto custo de uma ilha de edição e a forma de divulgação do conteúdo produzido. Esses dois obstáculos começaram a ser transpostos com o surgimento do vídeo digital e com o advento da internet (e suas redes sociais).

Outro ponto convergente, em relação à teoria mcluhaniana, diz respeito ao vídeo como uma extensão do homem moderno. McLuhan, em sua obra mais famosa, "Os meios de Comunicação como extensões do homem", propõe que os meios de comunicação atuariam como amplificadores de nossas faculdades físicas e mentais. Na Enciclopédia Intercom de Comunicação (2010), no verbete sobre Vídeo, temos a seguinte afirmação:

O vídeo está em toda parte: no âmbito doméstico como memória familiar, na arte, no entretenimento, em sistemas de vigilância, na nanotecnologia, na medicina e é claro **como extensão do olho humano no espaço extra-terrestre**. Quase onipresente, ele se encontra em diversas áreas de conhecimento. (MORAN, 2010, p. 1211, grifo nosso)

Os *vlogs* potencializam, assim, a visão e a audição humana ao proporcionarem múltiplas possibilidades de representação e construção do conhecimento, principalmente, a partir desses dois sentidos. Eles também facilitam o processo comunicacional ao permitirem uma redução das distâncias, uma nova relação com o tempo, uma maior difusão de ideias e pensamentos, criam novos entendimentos e propiciam outra dinâmica para a lógica da interação humana.

De forma complementar, Bruno Costa, doutor em Comunicação pela PUC/RS, afirma que "as videografias de si podem revelar de modo especialmente singular como o olho eletrônico da câmera se torna mais um elemento presente na criação das imagens de si mesmo, faz parte do processo de constituição dos *selves*" (COSTA, 2009a, p. 208).

Outrossim, para McLuhan (1969), os meios são extensões de nós mesmos e ao mesmo tempo dependem de nós para existir. Sua inter-relação e evolução começam a funcionar antes mesmo de nos darmos conta desses novos meios. As condições e as apropriações do vídeo na internet por usuários comuns são anteriores ao surgimento do Youtube e, até mesmo, da nomenclatura *vlog*. Aliás, podemos ir além e situar a "estrutura de sentimento" (WILLIAMS, 1997) para os *vlogs* atuais em um período bem anterior à própria internet.

Ainda que inicialmente eu acredita-se que os primeiros vlogueiros haviam surgido entre o final da década de 1990 e o início dos anos 2000, acabei descobrindo que o primeiro *videolog* foi produzido há 35 anos. Segundo o site de notícias Brainstorm9, Sam Klemke desde os seus 19 anos (na década de 70) já fazia vídeos de curta duração, onde relatava seu amadurecimento pessoal. Klemke produzia seus vídeos como um experimento pessoal, acima de tudo. Inegável associá-lo aos atuais vlogueiros.

Nos anos 1980 com o vídeo digital e a redução de preço das câmeras, as filmagens de família aumentam em quantidade e também podem ser consideradas apropriações do usuário a uma tecnologia nascente. Finalmente, no início da década de 90, encontramos um exemplo brasileiro do que poderia ser considerado os primórdios de um formato parecido com o *vlog* atual. Rafinha Bastos, apresentador do CQC e homem mais influente do mundo no Twitter, revelou, em entrevista a Revista Info, que já fazia vídeos para internet no início da década de 1990:

Nos anos 1990, Rafinha [Bastos] mudou-se para os Estados Unidos para tentar a sorte no basquete profissional. Foi lá que ligou a facilidade de criação e edição de vídeo como poder de distribuição de conteúdo na internet. Montou a página do Rafinha, site onde publicava suas piadas, e começou a fazer sucesso com sátiras de videoclipes [...] Mas a relação do comediante com a internet vai além do microblog. No YouTube, divulga trabalhos e publica esquetes. Um deles, a série sobre os nojos específicos do seu cachorro Walmor, foi visto mais de 2 milhões de vezes.

Na década de 2000, enfim, temos o "boom" dos *vlogs*, com um aumento exponencial na quantidade e qualidade dos vídeos produzidos. É difícil precisar quem primeiro se auto intitulou como tal. No Brasil, além de Rafinha Bastos, um dos

primeiros e mais populares vlogueiros talvez tenha sido Ronald Rios, do canal "Com a palavra, Ronald Rios". Um dado interessante sobre Rios é que após ser contratado pela MTV para ter seu próprio programa, ele parou de postar novos vídeos no Youtube.

Atualmente, o grande nome da vlogosfera brasileira é PC Siqueira. Seu canal MASPOXAVIDA está sempre entre os mais populares e mais comentados do Youtube. A saudação inicial "Oi, como vai você?", sempre presente na abertura de seus vídeos, e a linguagem direta e informal podem ser considerados convites à conversa, ao estabelecimento de um diálogo, ou seja, marcas de oralidade. Talvez por isso é que tenhamos uma grande quantidade de comentários aos seus vídeos, além de vários vídeos-resposta, veiculados no próprio Youtube, em concordância e, principalmente, discordando das posições e atitudes de Siqueira. Da mesma forma, o "Boa noite" de Fátima Bernardes e William Bonner no Jornal Nacional nos impulsiona quase que a responder esse cumprimento inicial. Nesse caso, não obstante, a abertura à interação é limitada e pautada pelo modelo tradicional de comunicação (emissor-mensagem-receptor). Com isso, podemos dizer que o canal de PC Siqueira se aproxima mais de uma cultura oralizada do que o JN.

Mais um ponto em comum com McLuhan é a separação do indivíduo do grupo que a palavra escrita, e posteriormente a imprensa, provocam, e que se faz presente na estrutura de produção dos *vlogs*. Por mais que o modo de comunicação primordialmente utilizado nesses vídeos seja o oral, sua estrutura remete a mentalidade escrita em dados momentos, principalmente, no que se refere à gestão do tempo e da memória e ao contexto social (sociedade letrada) que permeia os produtores dos vídeos. Os discursos produzidos nos *vlogs* não se esgotam em um tempo e espaço determinados, assim como ocorre com a escrita. Essa atemporalidade do *vlog*, ou seja, a possibilidade de assistir um vídeo em qualquer tempo sem perda de sentido e conteúdo é similar ao que temos com a leitura de um livro. Além disso, o vídeo não é produzido por uma coletividade, mas, sim, por uma única pessoa, isolada de seu grupo social, em seu quarto e com uma câmera focalizando, normalmente, seu rosto. Esta pessoa é a única que tem "a palavra". A privacidade do quarto, presente desde a escritura de diários íntimos, ganha mais um uso. Há uma ressignificação do quarto em si, que deixa ser apenas um lugar de repouso para se tornar cenário para um veículo de comunicação. Essa discussão sobre os modos de comunicação, oral e escrito, presentes nessas "videobiografias" é bem ampla e não se encerrará com meu artigo.

Os *vlogs* também se aproximam cada vez mais de pertencerem ao que McLuhan chamou de aldeia global, isto é, uma retribalização do mundo, retomando aspectos

presentes nas culturas orais. Deve-se ressaltar, no entanto, que a simultaneidade temporal (ação e reação ocorrendo ao mesmo tempo), marca da oralidade e característica das sociedades tribais, ainda está ausente na grande maioria dos vídeos no Youtube, já que eles são gravados. Não obstante, esse entrave é passageiro, já que o Youtube possui projetos de transmitir alguns de seus canais de maior sucesso ao vivo. Isso já é feito em alguns shows e eventos esportivos.

Na reflexão suscitada ainda na introdução sobre qual seria o meio de comunicação, o Youtube ou o *vlog*, creio que podemos nos valer da analogia que McLuhan faz com a luz elétrica. Segundo ele:

Não percebemos a luz elétrica como meio de comunicação simplesmente porque ela não possui 'conteúdo'. É o que basta para exemplificar como se falha no estudo dos meios e veículos. Somente compreendemos que a luz elétrica é um meio de comunicação quando utilizada no registro do nome de algum produto. O que aqui notamos, porém, não é a luz, mas o 'conteúdo' (ou seja, aquilo que na verdade é um outro meio). (MCLUHAN, 1969, p.23)

Nesse sentido, o Youtube seria como a luz elétrica, um meio de comunicação sem conteúdo, e os *vlogs* (assim como os outros gêneros de vídeo) seriam o conteúdo do Youtube, logo, um outro meio de comunicação.

Percebemos, assim, como pode ser profícua a contribuição de McLuhan para o estudo de uma nova mídia. Concluo com mais um trecho da obra desse autor que diz respeito à resistência do homem a mudanças nos meios:

O estudioso dos meios logo verá que os novos meios de qualquer período não tardam em ser classificados como pseudo, por aqueles que viviam em função dos padrões de meios anteriores — quaisquer que tenham sido [...] Quando há uma tendência numa certa direção, a resistência a ela assegura maior velocidade à mudança. (MCLUHAN, 1969, p. 226)

À guisa de conclusão

As mudanças proporcionadas na era da internet se dão muito rapidamente. A velocidade das transformações supera de longe todos os outros meios antecessores (rádio, TV, mídia impressa em geral). Isso, inegavelmente, gera uma profusão de conteúdo e uma dificuldade na apreensão teórica desse meio em sua essência. A dificuldade, no entanto, não pode ser encarada como um impedimento à pesquisa. Pelo contrário, deve ser um estímulo. Nunca antes, um meio pôde ser tão estudado em sua gênese e ao mesmo tempo em que ocorrem suas transformações. Outrossim, é

necessário relativizar as conclusões a que chegamos, evitando determinismos e teorias pretensamente absolutas e fechadas em si mesmas.

Citando Henry Jenkins, creio que está "além das minhas habilidades descrever ou documentar completamente todas as mudanças que estão ocorrendo" (JENKINS, 2006, p.12). No meu caso, refiro-me as transformações concernentes ao *vlogs* e ao próprio Youtube. Esse é, aliás, um dos pressupostos básicos de qualquer estudo acadêmico envolvendo os novos *media*, já que os fluxos de informação e inovação são constantes e em grande quantidade. Metaforicamente falando, seríamos como pescadores tentando pescar um cardume com uma simples vara de pescar.

Algumas questões podem ser conjecturadas ao término desse artigo: O *vlog* tende a desaparecer com a apropriação de suas características principais pela TV? Os *vlogs* tendem a se complexificar, adotando um caráter mais informativo e comprometido e menos humorístico? O Youtube, graças aos seus usuários, irá substituir a TV ou será incorporado por ela, sendo apenas um imenso canal com múltiplas opções de "programas"? As respostas a estas indagações ainda são uma incógnita, mas proporcionam excelentes reflexões e debates.

Referências bibliográficas

ARRUDA, Byanca et al. A Exposição do Jovem na Internet: Um estudo sobre o caso Felipe Neto. **BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, 2011. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/arruda-et-al-a-exposicao-do-jovem-na-internet.pdf>>.

BARRETO, Juliano. **Internautas incrementam blogues com vídeos digitais**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u17523.shtml>>. Acesso em: 27 mar. 2011.

BURGUESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

COSTA, Bruno. Personagens de si nas videografias do Youtube. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v.12, n.2, p.206-219, maio-ago. 2009a.

_____. Práticas Autobiográficas Contemporâneas: as videografias de si. **Doc On-Line**, n. 6, p. 141-157, ago. 2009b. Disponível em: <http://www.doc.ubi.pt/06/artigo_bruno_costa.pdf>.

_____. **Videografias de si. Registros do novo ethos da contemporaneidade.** 2009c. 137f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação e Artes, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte.

MORAN, Patrícia. Vídeo Experimental (Verbetes para Enciclopédia). In: **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação.** São Paulo: Intercom, 2010. v.1, p. 1213-1214. Disponível em: <[http://www.folkcom2011.com.br/ Enciclopedia.pdf](http://www.folkcom2011.com.br/Enciclopedia.pdf)>. Acesso em: 15 mar. 2011

_____. Vídeo (Verbetes para Enciclopédia). In: **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação.** São Paulo: Intercom, 2010. v.1, p. 1210-1211. Disponível em: <[http://www.folkcom2011.com.br/ Enciclopedia.pdf](http://www.folkcom2011.com.br/Enciclopedia.pdf)>. Acesso em: 15 mar. 2011

FELINTO, Erick. Materialidades da Comunicação: Por um novo Lugar da Matéria na teoria da Comunicação. **Ciberlegenda**, Niterói, n. 5, jan. 2001.

JENKINS, Henry. **Convergence culture: where old and media collide.** New York: New York University Press, 2006.

LEMOS, André. **Olhares sobre a Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** Tradução Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix, 1969.

MCLUHAN'S WAKE. Direção: David Sobelman e Kevin McMahon. Produção: Kristina McLaughlin, Michael McMahon. Canadá: National Film Board of Canada, 2002. Documentário. DVD (94 min.), color, NTSC.

OLIVEIRA, Daniela. **Navegando pelo tubo: a comunicação individual de massa e os vídeos transmitidos pelo usuário comum.** 2009. 122f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

PEREIRA DE SÁ, Simone Maria Andrade; HOLZBACH, Ariane Diniz. #u2youtube e a performance mediada por computador. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 20, p. 146-160, dez. 2010.

REIS, Vanessa. O Caso Lonelygirl15 – Charles Sanders Peirce e a Narrativa no Ciberespaço. **Ciberlegenda**, Niterói, n. 21, dez. 2009.

WILLIAMS, Raymond. **Marxism and Literature.** New York: Oxford University Press, 1997.