



A UESC no *Youtube*: democracia e visibilidade das produções audiovisuais dos alunos de Comunicação Social no ciberespaço¹

Ana Luisa de Castro Coimbra²
Leonardo Assunção Bião Almeida³
Mirela Souto Alves⁴
Poliana Ribeiro Alves⁵

Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA

Resumo: O mundo vive momento de alterações em seus processos comunicacionais, graças a globalização e às inovações tecnológicas. Nesse contexto, a Internet se consolidou como um espaço inclusivo, transparente e universal, uma vez que é livre das limitações que são associadas a qualquer outro suporte de comunicação existente, dando subsídios à uma renovação das condições de vida pública. Este artigo pretende discutir o papel do *Youtube* no processo de democratização da comunicação no ciberespaço, analisando como ele consolida um estilo de comunicação interativa coletiva, assim como investigar a importância do mesmo como meio de veiculação de vídeos produzidos pelos alunos de Comunicação Social da UESC (Universidade Estadual de Santa Cruz), sendo uma forma de propagação e escoação da produção videográfica produzida pelos alunos.

Palavras-chave: ciberespaço; *Youtube*; democratização.

1. Introdução

As novas tecnologias traçam um novo perfil para a sociedade contemporânea. Meios tecnológicos surgem com o intuito de acompanhar a velocidade das informações ou mesmo dinamizar a rotina dos seres humanos. Acompanhando tal ritmo acelerado, a Internet aperfeiçoa as limitações presentes nos outros meios de comunicação vertical, como a televisão e o rádio, transformando-a em comunicação transversal, dialógica e interativa. Destituindo fronteiras e independente de posições geográficas, supera

¹Trabalho apresentado na Sessão Mediações e interfaces comunicacionais, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da UESC - BA, email: luisacoimbra@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da UESC - BA, email: leonardobiao@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da UESC - BA, email: mirelasouto@yahoo.com.br.

⁵ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social – Rádio e TV da UESC - BA, email: polianaba@gmail.com.



padrões geopolíticos e permite uma total visibilidade dos fluxos informacionais que acontecem pelo mundo.

Provido de uma linguagem universal, o ciberespaço promove uma interação global por meio de seu conteúdo que é disponibilizado pelos próprios usuários, configurando o que Pierre Lévy (2000) denominou de “hiperdocumento mundial” acessível e em constante mutação. Assim, de mero leitor ou espectador, o homem passou a ser sujeito ativo nos processos comunicacionais.

O ciberespaço é uma realidade que se mostra diante de nossos olhos, instituindo uma comunicação aberta, pois existe um livre acesso a essas informações sem distinção de classes e multimodal, pois é permitido um acesso ilimitado de vários meios de comunicação ao mesmo tempo. A expansão deste meio se deve ao considerável crescimento do número de computadores e provedores, o que facilitou o acesso da diversidade dos grupos. Essa expansão visível acontece de maneira muito mais rápido que qualquer outro meio de comunicação já visto na sociedade.

Promovendo uma liberdade de expressão em larga escala, o ciberespaço dá voz aos cidadãos de todas as classes, grupos e etnias sem discriminação. Todos podem contribuir com suas produções sejam elas em forma de textos, imagens, músicas ou vídeos. O dinamismo da Internet e a sua comunicação de todos para todos necessitava de um meio bem estruturado e desburocratizado que escoasse essas produções audiovisuais. Assim, em 2005 surge o *Youtube* que traz sua idéia principal uma comunicação bidirecional, pois o usuário pode atuar tanto como emissor quanto como receptor dos vídeos disponibilizados no *site*.

Todo esse avanço tecnológico da globalização na comunicação, juntamente com as inovações, faz com que ocorra uma interconexão da sociedade adequada ao ciberespaço. Esses fluxos de informação não permitem um consenso ideológico devido a polissemia de sentidos e interpretações tornando esse espaço um grande incentivador de uma comunicação livre e democrática. A Internet como meio de sinergia universal, possibilita aos seus usuários um maior conhecimento cultural e também de entretenimento, tornando-se mais presente, indispensável e necessário na rotina da sociedade. Toda sua democratização e virtualização no que tange ao fluxo de informações são refletidas devido a interatividade e hibridação da linguagem e dos conceitos presentes na rede



2. Metodologia

Para o estudo da democratização da comunicação no ciberespaço através do *Youtube*, foram realizadas pesquisas bibliográficas especializadas no assunto, de extrema necessidade para embasamento teórico desde artigo. Os principais autores utilizados foram: Pierre Lévy, que estuda em profundidade as novas tecnologias e os avanços do ciberespaço; Manuel Castells e o seu conceito de sociedade em rede e sua perspectiva sobre a Internet e a sociedade; e Jesús Martín-Barbero com sua idéia de globalização comunicacional. Como o foco de análise são os vídeos dos alunos de Comunicação Social da UESC, o site *Youtube* foi utilizado para coleta de dados estatísticos.

3. Análise

3.1. A queda da panóplia

A sociedade em rede (CASTELLS, 1999) é um conceito baseado na revolução tecnológica responsável pela remodelação da sociedade e é caracterizada pela introdução do informacionalismo nos âmbitos socioculturais. Através dela, redes globais se conectam e desconectam indivíduos, grupos ou mesmo nações, interligando-os em interesses comuns. Nessa rede onde não há seqüência linear de tempo, tudo se dá em tempo real, ou seja, ocorre a interatividade e uma constante troca de informações entre os conectados. Para Barbero o que acontece é um processo de globalização comunicacional que confirma essa troca de informações. “O processo de globalização que agora vivemos, no entanto, é ao mesmo tempo um momento de potencialização da diferença e de exposição constante de cada cultura às outras, de minha identidade àquela do outro” (2004,60)

Essa mundialização da cultura através das mídias interativas configura o *status* da Internet como uma esfera pública sem limitações onde a única ordem é liberdade de expressão. A esse fenômeno, Lévy denominou de “omnivisão”, possibilitando uma indexação universal ela permite que a sociedade se explore e se conheça aperfeiçoando o processo de transparência e desestruturando o conceito de panóplia instaurado pela televisão. Desse modo os indivíduos não são apenas espectadores.



A omnivisão distingui-se da televisão porque permite a cada um não apenas “ver a distancia”, mas também dirige o próprio olhar. Ela distingue do panóptico, pois, em vez de uma assimetria organizando a visão total de um centro para uma periferia cega, ela favorece uma simetria que permite que cada um veja tudo a partir de qualquer parte. (LÉVY, 2004, 375)

Lévy também aponta que a nova esfera pública tem três características essenciais: a inclusão, a transparência e a universalidade. O ciberespaço é mais inclusivo do que os outros meios de comunicação, já que não somente permite que qualquer um se expresse, como autoriza o acesso a qualquer informação sem que essa tenha que passar pelas mãos de um centro responsável.

Nem os editores, nem os redatores-chefes de revistas ou jornais, nem os produtores de rádio e de TV, nem os responsáveis por museus, nem os professores, nem os estados, nem os grandes grupos de comunicação podem mais controlar as informações e mensagens de todos os tipos que circulam na nova esfera pública. (LÉVY, 2004, 371)

Graças a essa liberação da palavra na Internet, os cidadãos podem se tornar mais informados, mais ativos e socialmente mais conscientes do que aqueles que não se utilizam da rede, já que têm acesso a conteúdos que transcendem barreiras nacionais, institucionais e lingüísticas.

3.2. Democratizando a comunicação

Impossível imaginar uma sociedade na conjuntura atual vivendo em um regime totalitário. Os avanços tecnológicos têm contribuído e muito para a disseminação dessa idéia. Com eles, tornou-se mais fácil a comunicação universal ocasionado um maior esclarecimento políticos, econômicos ou sociais do nosso planeta.

O ciberespaço é hoje um meio de comunicação de massa democratizado onde o acesso à informação é ilimitado. Para Castells “o ciberespaço tornou-se uma ágora eletrônica global em que a diversidade da divergência humana explode numa cacofonia de sotaques” (2003, 114-115). Os outros *mass medias* cumprem o seu papel informacional, porém com limitações. Por trás de todo meio de comunicação vertical há



um nó central que controla os fluxos de informação que chegam aos cidadãos, de acordo com o interesse da empresa ou de alguma outra força que lhe dá suporte. Partindo desse pressuposto, a liberdade de expressão tão almejada acaba por não passar do *status* de utopia.

O jornalismo, por ser um mecanismo de mediação entre os fatos e o público, deveria trazer na sua essência a liberdade de expressão. Porém, isso não é o que acontece. O conceito de liberdade está associado com o que nós julgamos como verdade. Verdades estas que desde sempre foram ditadas pelas classes dominantes, o que acarreta em uma perda de valor factual simbólico, pois tais verdades incorporam os valores de quem as conta. Assim, o ciberespaço oferece um ambiente onde qualquer um pode dizer o que quiser, seja ele dominador ou dominado, tornando-se um meio onde o internauta sente-se a vontade para expor as suas idéias. Da mesma forma que recebe tais informações tem o direito de aceitá-las ou não, assim como acontece em qualquer outro *mass media*. A diferença consiste na réplica. Na Internet, o homem ganha voz e a comunicação se democratiza.

Durante dois séculos a batalha pela informação foi inseparável de uma batalha jurídica e política para definir suas regras de proteção. No caso atual é o contrário, um grande bazar se instala, livre de qualquer regulamentação. Todo o mundo pode alimentar a rede com informação e ninguém controla (...) Nunca um sistema técnico criou tanto a sua própria legitimidade suprimindo de um só galgo as realidades do poder, as desigualdades, as mentiras e as relações de força que desde sempre cercam as informações. (WOLTON, 2003, 108-109).

Segundo Castells (2003) a liberdade de expressão dentro da Internet se espalhou pelo planeta uma vez que na rede a comunicação acontece de forma interativa e de maneira irrestrita, sendo que a Internet tornou-se um componente indispensável no fortalecimento da sociedade informacional. Dentro desse contexto, existe uma união global promovida através de comunidades virtuais e mídias interativas, uma democracia local de rede com mais liberdade e mais participação foi criada caracterizando a “ciberdemocracia”(LÉVY,2004)



A comunicação midiática aparece, portanto, como parte das desterritorializações que acarretam as migrações sociais e as fragmentações culturais da vida urbana; do campo de tensões entre a tradição e inovação, entre a grande arte e as culturas do povo; do espaço em que se redefine o alcance do público e o sentido da democracia. (BARBERO, 2004,64)

Compartilhando do pensamento de Barbero, o espaço aberto pela Internet permitiu a sociedade uma nova forma de ver e pensar. Partindo agora de vários conceitos, culturas, ideologias, o mundo e o internauta se mostram através dessa rede, dessa fusão concretizada entre a sociedade moderna e a sociedade digital. Em busca de uma comunicação mais democrática, o fenômeno da globalização informacional reafirma e consolida a diversidade do ciberespaço, permitindo um fortalecimento e ampliação desse âmbito cultural, agregando a ele uma formatação infinita. Tais mudanças revolucionam o mundo contemporâneo e o continuará fazendo.

3.3. *Broadcast Yourself*

A busca pelo reconhecimento de todos se tornou o sonho de muitas pessoas na sociedade contemporânea. A questão da visibilidade social ganha força com a sociedade do consumo, impulsionada pela profusão e apreciação de imagens. Essa sociedade é estratificada, onde há uma divisão entre as classes, divisão essa que é mediada pelo seu grau de mobilidade, pela sua liberdade de se escolher onde está. Ligada aos ideais de consumismo e reconhecimento social, os meios audiovisuais, como a televisão e o cinema se inserem nessa ideologia caracterizando no imaginário do expectador o desejo preconizado pelo consumo. Esse mundo dos sonhos alimentado por esses meios, despertam em muitas pessoas a vontade de querer ser integrante desse universo, de participar desse sonho coletivo que o leva a ganhar visibilidade. Mas, fazer parte do mundo televisivo ou cinematográfico, não é tão simples. A saída é a Internet, que proporciona à sociedade mais uma forma de escoamento das mais diversas produções artísticas, porém, sem as limitações básicas de qualquer outro meio audiovisual.

Dar voz aos internautas, sem regras, sem mascarações, sem seleções, sem preocupações com a estética videográfica empregada na construção das imagens. Assim, surge o *Youtube* tendo como slogan a expressão “*broadcast yourself*” que significa “transmita-se”. A mídia “abre as portas” para todas as culturas e povos que querem se mostrar, se ver e também serem vistos. Através do *Youtube* o internauta após



se cadastrar com alguns de seus dados pessoais, pode postar qualquer vídeo sendo este de sua autoria ou não.

Nessa rede de fluxos, chamada Internet, permite-se uma troca de arquivos (músicas, textos, jogos, *software* e vídeos) sem ganho de dinheiro conhecido como “napsterização da rede”, havendo um compartilhamento de informações. Para André Lemos ela potencializa a sinergia dos estoques de informações pessoais, ameaçando aqueles que sempre dominaram a emissão, colocando o manancial de informação de cada internauta em contato revelando a real essência do ciberespaço: “computadores abertos compartilhando informações entre eles” (LEMOS,2002,120).

Segundo Lévy, “o ciberespaço não somente permite que qualquer um se exprima, como autoriza um grau de acesso à informação superior a tudo aquilo que se podia experimentar antes”(2004, 376). A partir daí, o *Youtube* passou a ser galeria de vídeos de todo o mundo para uma platéia ansiosa por novidades. Ele situa uma nova era onde a disseminação de vídeos se torna uma mania, principalmente entre os jovens. De acordo com as idéias de González:

Acontece que a maioria das análises tem sido desenvolvidas privilegiando o aspecto de distinção entre as classes, ma a cultura, além de distinguir, une e identifica. É por isso que a meu juízo nos falta uma categoria que nos permita pensar e analisar também os espaços de onde se produzem e reproduzem ou desestruturam as identidades, ou seja, aquelas áreas do social onde culturas “desniveladas” se encontram e se reconhecem em estruturas de significados similares, mas cada classe, sem problema, ao seu modo(GONZALEZ,1984,51).

A cultura midiática proporcionada pelos *sites* de vídeo tem algo de revolucionário no seu formato, porque produz inovações na estética e em seu sentido, possibilitando novos modos de usar, de fazer e de interagir com as mensagens. Com o *Youtube*, a cultura popular ganhou um novo agente mediador de informação, se tornado um meio alternativo, massivo e democrático.

Pensado em produção audiovisual, os meios tradicionais que os veicula, como cinema e televisão, exige um poder aquisitivo excludente. Assim, para fazê-lo, é necessário investir altas quantias nas produções, que ficavam restritas as elites. Hoje,



qualquer pessoa com uma câmera fotográfica digital ou um celular e um computador pessoal não precisa de mais nada para produzir e difundir seus vídeos.

3.3.1. Os vídeos dos alunos de Comunicação Social da UESC no *Youtube*

Os vídeos que são postados diariamente no *Youtube* pertencem a diversas linhas temáticas. Por lá estão disponíveis vídeos antigos, documentários, entrevistas, novelas, seriados e publicidade. Os vídeos independentes, produzidos por amadores, geralmente são do gênero de ficção, mas a sua maioria são comédias – que por sinal é a preferência do público que visita o site. A produção universitária também ganhou espaço no *Youtube*. Com ele, os audiovisuais produzidos por alunos de comunicação social de todo o Brasil, não ficarão mais restritos ao ambiente acadêmico.

Algumas universidades pelo Brasil, ao perceber a importância disso, já criaram seu próprio *site* para veiculação desses vídeos. É o caso da USP (Universidade de São Paulo). Já a UFRJ (Universidade estadual do Rio de Janeiro), também tem esse projeto, mas em fase de andamento. A UESC, ainda não tem o seu próprio meio de veiculação de suas produções no ciberespaço, mas os alunos já se utilizam do *broadcast* para divulgar essas produções. Em uma pesquisa realizada no mês de junho, foram encontradas trinta e nove produções no *site*. São elas:

NOME DO VÍDEO	NÚMERO DE ACESSOS
1.Amor que fica	325
2.Capoeira BAHIA – Volta ao mundo	39396
3.Celebração da Carne	693
4.Conversa de bar	140
5.Eureka	267
6.Graffiti – a cor das ruas	2587
7. História do <i>Youtube</i>	340
8. Homens invisíveis	819
9. <i>La Divina Proporcione</i>	637



10. Lázaro	32
11. Luxúria	292
12. Mundo de loucos	289
13. <i>My happy day</i>	263
14. No fim somos todos caixas	217
15. Pare	550
16. Reportagem - Indústria pornográfica	778
17. TPM	358
18. TV a dois	858
19. Vidas reincidentes	46
20. O pai da publicidade	186
21. Ela	91
22. Quem souber morre	80
23. Penso logo existo	195
24. DI VI DI DO	39
25. Ecologia	267
26. Tipografia: Ó Pai ó	38
27. Tipografia: Hermanateu na terra de Godah	141
28. Letras de Música	139
29. Quadro a Quadro (Episódio 1)	241
30. Quadro a Quadro (Episódio 2)	257
31. Quadro a Quadro (Episódio 3)	141
32. Filosofia	284
33. Chá <i>tree rock</i>	27
34. O sorriso da banguela	119
35. Um borrão de cinza	154
36. Alma do negócio	148
37. Receita para ganhar passarinho	21
38. Uma realidade de contrastes sociais	108
39. O tempo	29



Os vídeos postados pelos alunos são produzidos dentro das matérias do curso, como Oficina de vídeo, Oficina de Telejornalismo, Oficina de comunicação audiovisual, Produção e direção em TV, Oficina de vídeo educativo e Teoria da imagem ou são trabalhos de conclusão de curso. Os acessos até a data da pesquisa (06 de junho de 2008) totalizam 51492 acessos, um grande avanço para produções muitas bem feitas que agora habitam um mundo sem limites, onde as peças audiovisuais deixam de receber críticas apenas de seus professores e passam a serem avaliadas pelo mundo do ciberespaço.

4. Conclusão

O ciberespaço torna-se cada dia mais presente e necessário no cotidiano dos habitantes urbanos. Sua desmaterialização e virtualização presentes no fluxo de informações são refletidos pela arte eletrônica, e a Internet, sendo um meio ágil de comunicação interativa, recolhe e transforma as mensagens das mídias tradicionais, atualizando-as em tempo real, com grande poder de integração, consistindo num importante canal de entretenimento para milhões de internautas.

Performativa, a Internet e suas páginas eletrônicas permitem aos usuários brincarem com as imagens, sons e textos disponibilizados na rede e assim experimentar dos processos dialógicos que envolvem esse *mass media*. O seu caráter revolucionário evoca sentidos democráticos, comunitários e tribais. De espectadores nos tornamos sujeitos ativos no processo comunicacional.

A comunicação ciberespacial no século XXI se firmou como meio de comunicação de massa, uma vez que, mesmo com a exclusão digital ainda onipresente, o grande público começa também a ganhar voz na nova esfera pública. Através do *Youtube*, os mais diversos grupos sociais passaram a disseminar suas idéias, crenças e costumes, construindo assim um hibridismo cultural capaz de unificar todos os povos em uma única rede. Logo, a cultura popular ganhou um novo agente mediador nos processos comunicacionais, mesmo que somente no espaço virtual. É nessa mídia que a maioria da população se afirma e se mostra cada vez mais na rede.

Com o ciberespaço não há mais preocupação com uma fonte emissora. A interatividade multimídia configura uma navegação simples que se difere da relação do



homem com os outros *mass media*, onde os papéis dessa fonte são bem específicos, o que não acontece na Internet, onde todos ocupam posições simétricas. A grande Revolução Tecnológica Informacional é responsável pela remodelação de nossa sociedade, pautada na busca incessante de dados e informações para melhor se relacionar com os seus e melhor corresponder a busca por informações cada vez mais eficientes e rápidas.

Referências bibliográficas

BARBERO, Jesús Martin – Globalização comunicacional e transformação cultural. In. Moraes, Dênis de (org). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. 2 ed. Rio de Janeiro: Record. 2004.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Trad. Maria Luisa X. de A. Borges; Revisão Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2003.

_____. **A sociedade em rede**. trad. Roneide Venâncio Majer; atualização para a 6ª edição: Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GONZALEZ, Jorge A. **Máss (+) Cultura (s)/ Ensayos sobre realidade plurales**. México. D.F: Pensar la cultura. 1984

LEMOS, André. Aspectos da cibercultura: vida social nas redes telemáticas. In. PRADO, José Luiz (org). **Crítica das praticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas**. São Paulo: Haker Editores, 2002.

LÉVY, Pierre. Pela ciberdemocracia. In. Moraes, Dênis de (org). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. 2 ed. Rio de Janeiro: Record. 2004.

_____. **As tecnologias da inteligência**; trad. Carlos Lineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993.

SANTAELLA, Lúcia. Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulos, 2004.



WOLTON, Dominique. A Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias;
trad. Isabel Crossetti. Porto Alegre: Sulena, 2003.

e-links:

Youtube

Disponível em:

<http://youtube.com/watch?v=kQiMVzuanqk>

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=420ENO001>

<http://www.youtube.com/watch?v=sC95KSLrpQk>

http://www.youtube.com/results?search_query=comunica%C3%A7%C3%A3o+uesc&search=Search
http://www.youtube.com/results?search_query=oficina+de+video+uesc

http://www.youtube.com/results?search_query=video+coletivo+uesc

http://www.youtube.com/results?search_query=video+educativo+uesc

Acessado em 07 de Junho de 2008.