



**Daniela Fernandes de Oliveira**

**Navegando pelo tubo: a comunicação individual de massa e os vídeos transmitidos pelo usuário comum**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação Social do Departamento de Comunicação da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Angeluccia Bernardes Habert.

Rio de Janeiro  
Março de 2009



**Daniela Fernandes de Oliveira**

**Navegando pelo tubo: a comunicação individual de massa e os vídeos transmitidos pelo usuário comum**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação Social do Departamento de Comunicação Social do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

**Profa. Dra. Angeluccia Bernardes Habert**  
**Orientador**

Departamento de Comunicação Social – PUC/Rio

**Prof. Dr. Miguel Serpa Pereira**

Departamento de Comunicação Social – PUC/Rio

**Profa. Dra. Maria Paula Sibilia**

Departamento de Comunicação Social – UFF

**Prof. Nizar Messari**

Vice-Decano de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 14 de abril de 2009

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização expressa do autor, do orientador e da universidade.

## Daniela Fernandes de Oliveira

Trabalha desde 1997 com Comunicação e tem experiência no desenvolvimento de projetos de comunicação para diferentes meios (internet, impressos e outros) e áreas (comunicação corporativa, assessoria de imprensa e redação); Especializou-se em Comunicação Empresarial pela FGV-RJ (Cademp), em 2005; Graduiu-se em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), em 1998. Teve também vivência internacional por meio de intercâmbio estudantil para os Estados Unidos (Rotary Internacional), em 1991. Em 2007, ingressou no Programa de Pós-Graduação Stricto-Sensu do Departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), tendo defendido esta dissertação de mestrado em abril de 2009.

### Ficha Catalográfica

Oliveira, Daniela F.

Navegando pelo tubo: a comunicação individual de massa e os vídeos transmitidos pelo usuário comum / Daniela F. Oliveira ; orientador: Angeluccia Bernardes Habert. – 2009

122 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)– Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

Inclui bibliografia

1. Comunicação social – Teses. 2. Youtube. 3. Comunicação individual de massa. 4. Vídeos virais. 5. Filmes de família. 6. Video biografias I. Habert, Angeluccia Bernardes. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Para Fábio.

## Agradecimentos

Primeiramente, aos *youtubbers*, cujos filmes fazem parte desta tese.

À PUC-Rio, por proporcionar a realização deste trabalho.

À professora Angeluccia Habert, pelas infinitas e estimulantes orientações, sempre realizadas com muita parceria e amizade.

Aos professores do curso de Mestrado, muito obrigada.

À professora Patrícia Burrowes, que instigou as primeiras idéias e estimulou o aprofundamento deste estudo.

Aos colaboradores do Departamento de Comunicação, que muito ajudaram em todos os momentos.

À professora Paula Sibilia, da UFF, pela acolhida e pelo diálogo.

Aos colegas de turma, por nossos férteis diálogos, por sua amizade e força.

À minha família, sempre.

Ao Beleza Natural, meus chefes e colegas de trabalho - especialmente Clarisse Bretas, Juliana Rocha e Márcia Silveira, que tocaram a Área de Comunicação com muita competência durante minha ausência.

Aos amigos queridos, que suportaram as ausências, os devaneios e ainda revisaram este texto.

Ao meu marido Fábio, que me dá forças para seguir nesta jornada, mostrando que tudo é viável.

E, por último, a Deus, pois sem Ele nada é possível.

## Resumo

Oliveira, Daniela Fernandes; Habert, Angeluccia Bernardes. **Navegando pelo tubo: a comunicação individual de massa e os vídeos transmitidos pelo usuário comum.** Rio de Janeiro, 2009. 122p. Dissertação de Mestrado. Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Recentemente, de maneira mais extensiva, mas desde o fim da década de 90, um fenômeno pôs em cheque os papéis de quem produz e de quem consome informação no mundo. Esta dissertação procura analisar esse fenômeno na internet, chamado aqui de comunicação individual de massa. Especificamente, o foco deste estudo é o site de compartilhamento de vídeos YouTube, cujo *slogan* é *broadcast yourself*, ou seja, “transmita você mesmo”, e que conta com mais de 78 milhões de vídeos publicados – são cerca de 240 mil filmes adicionados todos os dias. Integrante da fase *web 2.0*, na qual pessoas “comuns” passaram a publicar textos, fotos, vídeos, comentários, desenhos e outros tipos de conteúdo na internet, o YouTube, originalmente concebido por três amigos desejosos de compartilhar com outros amigos seus vídeos pessoais, hoje integra o Google Inc., um dos maiores grupos do mercado *web*. Além das réplicas de conteúdos já exibidos no cinema, na TV e em outros meios, a grande maioria dos vídeos publicados e exibidos no site é totalmente inusitada. Para a análise, foram agrupados os vídeos produzidos por usuários comuns em três categorias: filmes virais, de família e videobiografias. Por meio das análises desses filmes e do diálogo com teóricos, são elaboradas questões atuais, como identidade, autoria e agenciamento coletivo, que parecem refletir bem a sociedade conectada.

## Palavras-chave

Youtube; Comunicação individual de massa; Vídeos virais; Filmes de família; Video biografias.

## **Abstract**

Oliveira, Daniela Fernandes; Habert, Angeluccia Bernardes.(Advisor)  
**Surfing on YouTube: the mass self communication and the videos broadcasted by common users.** Rio de Janeiro, 2009. 122p. M.Sc. Dissertation – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Recently, more extensively, but since the end of the 90s, a phenomenon has changed the roles of those who produce and consume information in the world. This dissertation attempts to analyze this phenomenon, called here “mass self communication”, which took place in the internet in recent years. Specifically, the focus of this study is the website YouTube, whose slogan is “broadcast yourself”, and has over 78 million uploaded videos - about 240 thousand movies are being added there every day. Of the web 2.0 phase, in which ordinary people publish text, photos, videos, comments, drawings and other types of content on the internet, YouTube, originally conceived by three friends willing to share with their group their personal videos, today integrate Google Inc., one of the largest worldwide technology corporation groups. In addition to the large amount of cloned content, copied and digitalized from blockbuster movies, clips, TV soap opera and other sources, most of the videos published and displayed in YouTube are brand new. For the analysis of these videos produced by common users, they were grouped in three categories: viral films, family movies and video biographies. Some selected issues, particularly of identity, authorship and agency are then discussed, raising speculations about the nature and prospects of a interconnected society.

## **Keywords**

Youtube; Mass self communication; Viral films; Family movies; Video biographies.

## Sumário

1. Pelos poderes da imagem	11
2. Internet: um fenômeno de desterritorialização e de reterritorialização	14
2.1. Caminho sem volta: da Arpanet à web 2.0	18
2.2. Novas maneiras de fazer a internet	21
2.3. Navegar é preciso: o caminho percorrido até aqui	28
3. YouTube: caleidoscópio digital	36
3.1. Broadcast yourself ou uma câmera na mão e uma idéia na cabeça	41
3.2. Uma garrafa lançada ao mar	46
4. As “videobiografias” e o show do eu	49
4.1. O diário de arte de Valentina	52
4.2. As confissões de um Emo	60
4.3. Geriatric1927 através do espelho	69
5. Filmes de família	77
5.1. “Sherry” e o filme de família em sua acepção original	80
5.2. “Isernhagen”: contaminado pela produção cinematográfica e Televisiva	84
5.3. O filme de família de Liam	86
6. Vídeos virais	90
6.1. O guerreiro Jedi e a bricolagem	95
6.2. “Dança do quadrado”: antes pixels, agora átomos	99
6.3. MadV, o máscara, convoca você	104
7. Da dificuldade de concluir uma história que ainda não acabou	106
8. Referências bibliográficas	109
9. Glossário	119

## Lista de Figuras

Figura 1 – Página inicial do site Yahoo! em 17/10/1996	16
Figura 2 – Página inicial do site Yahoo! em 13/01/2009	17
Figura 3 – Total de conexões de banda larga no Brasil de 2002 a 2007	19
Figura 4 - Cortejo Del Quijote, Octavio Ocampo, 2000. Óleo sobre telas	34
Figura 5 – Tabelas dos países que mais acessam e mais disponibilizam vídeos no YouTube.	39

“A idéia de se fazer reproduzir pela câmera exerce uma enorme atração sobre o homem moderno... A idéia de uma difusão em massa da sua própria figura, de sua própria voz, faz empalidecer a glória do grande artista teatral.”

Walter Benjamin em **“A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica”**.

“Um homem precisa viajar. Por sua conta, não por meio de histórias, imagens, livros ou TV. Precisa viajar por si, com seus olhos e pés, para entender o que é seu. Para um dia plantar as suas próprias árvores e dar-lhes valor. Conhecer o frio para desfrutar do calor. E o oposto. Sentir a distância e o desabrigo para estar bem sob o próprio teto. Um homem precisa viajar para lugares que não conhece para quebrar essa arrogância que nos faz ver o mundo como o imaginamos, e não simplesmente como é ou pode ser; que nos faz professores e doutores do que não vimos, quando deveríamos ser alunos, e simplesmente ir ver”.

Amyr Klink em **“Mar sem fim - 360 graus ao redor da Antártica”**.