

# INTERAÇÃO NO CIBERESPAÇO: Relações compartilhadas nas mídias digitais<sup>1</sup>

Carlos Pernisa JÚNIOR<sup>2</sup>

Doutor

Cristiane TURNES MONTEZANO<sup>3</sup>

Mestranda

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

## Resumo

Esse artigo tem o objetivo de levantar alguns questionamentos e reflexões acerca da interação mediada que ocorre na plataforma de vídeos YouTube buscando mapear, catalogar e classificar as possíveis formas de interação proporcionadas pelas ferramentas disponibilizadas pela própria plataforma de vídeos e seus usos. Para tanto faremos um breve retrospecto, através do método exploratório, de carácter bibliográfico acerca de alguns dos conceitos envolvidos nos estudos sobre interação, para com base neles apontarmos os caminhos que utilizaremos para promover a discussão pretendida e através dela buscaremos formular possíveis eixos e itens de avaliação de interação no site. As propostas de discussões iniciadas aqui serão usadas como um caminho inicial para construção de fichas de análise da interação em vídeos no YouTube, que auxiliarão na coleta e organização de dados iniciais para a pesquisa. (Nesse caso buscaremos utilizar esse estudo na análise do eixo de avaliação referente a interação do objeto de pesquisa da dissertação que é hospedado no YouTube)

**Palavras-chave:** História da Mídia Digital; Interação; Ciberespaço; YouTube.

## Introdução

“A realidade da vida cotidiana é partilhada com outros”(BERGER e LUCKMANN, 1966, p. 47). Essa afirmação feita por Peter Berger e Thomas Luckmann em “A Construção Social da Realidade: Tratado de Sociologia do Conhecimento” elucidada o porquê dos estudos sobre a relação e interação social estarem constantemente presentes nas ciências sociais. Erving Goffman escreveu um livro inteiro para destrinchar o modo como o “Eu” se coloca e se relaciona em sociedade. O estudo feito por ele em 1959, em “A Representação do Eu na Vida Cotidiana”, tornou-se um clássico para pensar e analisar as interações.

É inegável que as interações sociais sempre resultam em extensas e intermináveis pesquisas, que se prolongam pelos novos cenários gerados pela sociedade que constantemente produz novas formas de se relacionar. E atualmente isso se intensifica ainda mais com a evolução dos meios de comunicação que passaram a criar maneiras de conexão

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

<sup>2</sup> Doutor. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, email: [carlos.pernisa@ufjf.br](mailto:carlos.pernisa@ufjf.br)

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, email: [c.turnes@hotmail.com](mailto:c.turnes@hotmail.com)

entre as pessoas e o ambiente com aspectos únicos. Com a midiatização e evolução tecnológica a tarefa de buscar entender as interações sociais se tornou mais complexa e árdua.

Por diversas razões, já não se pode considerar “a mídia” como um corpo estranho na sociedade. Com a midiatização crescente dos processos sociais em geral, o que ocorre agora é a constatação de uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade. (BRAGA, 2012).

Com isso em vista, julgamos ser importante e necessário realizar pesquisas que busquem de algum modo contribuir para a compreensão dessas novas interações. Neste artigo, buscaremos propor eixos e itens avaliativos acerca das interações que ocorrem no site de vídeos YouTube, a partir da observação das ferramentas da plataforma e dos conteúdos produzidos especialmente para ela, para, deste modo, produzir uma possibilidade de ficha de análise das possíveis interações nos materiais disponibilizados na plataforma. É importante destacar que essa é parte de uma pesquisa mais extensa que buscará analisar três elementos, um deles a interação, dos audiovisuais produzidos por um canal do YouTube, que é um nativo digital e tem no site seu principal meio de divulgação.

Para isso, traçaremos uma breve revisão sobre o assunto e apresentaremos os caminhos e conceitos que conduzem nossos estudos e que permeará nossa futura análise visto que a interação será um dos principais eixos e itens de avaliação de nosso objeto de pesquisa. Nosso objetivo é desenvolver e definir pontos iniciais a serem considerados na condução da pesquisa e de nosso olhar sobre o objeto. E também a partir das questões aqui levantadas pensar sobre as colocações e possibilidades de interação disponibilizadas pelas ferramentas da plataforma YouTube, local em que nosso objeto se encontra, o que nos leva a acreditar que entender as lógicas desse ambiente seja relevante para compreensão de nossa análise.

## **2. Interação, alguns breves apontamentos**

O estudo da interação social permeia e atravessa amplamente as pesquisas relacionadas às ciências sociais. Os sociólogos Peter Berger e Thomas Luckmann, no clássico “A Construção Social da Realidade: Tratado de Sociologia do Conhecimento”, dedicam um tópico do primeiro capítulo para a discussão sobre a importância da compreensão das práticas envolvidas nessas dinâmicas e de como essa experiência pode trazer vários apontamentos sobre as construções de nossas relações em sociedade.

No livro de 1966, os pesquisadores ressaltam o primeiro tipo de interação humana a face a face alçando ela a mais importante experiência e pontuando que dela se derivariam todas as outras. Por isso, entendê-la é um primeiro passo para pensar em qualquer outro tipo

[...] na situação face a face a subjetividade do outro me é acessível mediante o máximo de sintomas. Certamente, posso interpretar erroneamente alguns desses sintomas. [...] Contudo, nenhuma outra forma de relacionamento social pode reproduzir a plenitude dos sintomas da subjetividade presentes na situação face a face. Somente aqui a subjetividade do outro é expressivamente "próxima". Todas as outras formas de relacionamento com o outro são, em graus variáveis, "remotas". (BERGER e LUCKMANN, 1966, p. 47).

No entanto apesar da inquestionável unicidade dessa experiência e de sua importância como ponto de origem das formas de interação, novas e complexas formas de interação surgiram a partir de “ferramentas” e “meios” de comunicação se apresentariam como proporcionadores de outras experiências interacionais com outras características e potenciais capazes de produzir subjetividades distintas e singulares, com dimensões antes difíceis de serem imaginadas, cada uma a sua época, desenvolvendo outros caminhos de relacionamento social. Elas proporcionaram o ponto de maior bifurcação das interações sociais que ficou conhecida como interação mediada. Com a chegada da Modernidade e a popularização das mídias e com o rápido desenvolvimento das mesmas, começaram a se multiplicar os estudos que se debruçaram no entendimento dos processos envolvidos nesse tipo de interação, que não era exatamente novo, mas que se tornava cada vez mais complexo, carregado de dinâmicas particulares e propício ao desenvolvimento de outras formas de se relacionar em sociedade.

John B. Thompson, no livro “A Mídia e a Modernidade: Uma teoria social da mídia”, para entendê-la, parte da criação de tipificações. Ele distingue três tipos básicos de interação: a interação face a face; a interação mediada; e a quase-interação mediada.

A interação face a face, já citada anteriormente, segundo ele possui duas características que merecem destaque: o fato dela ser dialógica com uma troca de informações entre as pessoas participantes de modo fluido e por ela conter uma série do que ele denomina de “deixas simbólicas” que seriam as expressões e gestos que acompanham o que é dito e que carregam significados que complementam a informação que está sendo transmitida:

A interação face a face acontece no contexto de co-presença; os participantes estão imediatamente presentes e partilham um mesmo sistema referencial de espaço e de tempo. [...] As interações face a face tem também um caráter dialógico, no sentido de que geralmente implicam ida e volta no fluxo de informação e comunicação, os receptores podem responder (pelo menos em princípio) aos produtores, e estes são

também receptores de mensagens que estão endereçadas pelos receptores e seus comentários. Uma outra característica da interação face a face é que os participantes normalmente entregam uma multiplicidade de deixas simbólicas para transmitir mensagens e interpretar as que cada um recebe do outro. As palavras podem vir acompanhadas de piscadelas e gestos [...] (THOMPSON, 1995, p. 78).

Já a interação mediada é caracterizada pelo uso de meios técnicos como o papel ou telefone, por exemplo, e ela seria marcada por permitir a comunicação entre pessoas separadas por distâncias ou tempo “possibilitam a transmissão de informações e conteúdos simbólicos para indivíduos situados remotamente no espaço, no tempo ou em ambos.” (THOMPSON, 1995, p. 78). Porém nesse tipo há a necessidade de inserção de informações contextuais, que seria tentativas de criação de informações complementares já que nela há perda de “deixas simbólicas” e o momento e lugar da transmissão de informação não é totalmente clara e a falta desses elementos poderia vir a interferir na comunicação e atrapalhara a interpretação das mesmas. Alguns exemplos disso seriam adicionar a data no cabeçalho da carta para informar em que momento ela foi escrita, e o uso de respostas de confirmação ao telefone como o “uhum” indicando que está sendo ouvido o que está sendo falado no outro lado da linha.

O terceiro tipo de mediação, a "quase-interação mediada", é para Thompson, aquela que ocorre por intermédio dos antes chamados “meios de comunicação de massa”, como o rádio e a TV, os meios mais tradicionais de comunicação. Sobre esse tipo ele faz três principais apontamentos: primeiro ela se “dissemina através do espaço e do tempo” tendo assim um alto efeito de propagação por não ser limitada por eles, segundo elas “ são produzidas para o número indefinido de receptores potenciais”, ou seja também se é reduzida a limitação quanto a quantidade de pessoas que recebem a informação, porém o terceiro apontamento é de que ela “é monológica, isto é, o fluxo da comunicação é predominantemente de sentido único. O leitor de um livro, por exemplo, é principalmente receptor de uma forma simbólica cujo remetente não exige (e geralmente não recebe) uma resposta direta e imediata”(THOMPSON, 1995, p. 79).

É perceptível um traço em comum nessas novas formas de interação que surgiram, uma quase espécie de negociação, ao passo que elas permitiram uma redução nas limitações de troca de informação entre indivíduos no tempo, espaço e em certa medida número de receptores, algo foi perdido ou sofreu algum outro tipo de limitação. Ganhos de expansão foram alcançados em detrimento da não presença de alguns elementos na construção da comunicação.

Contudo as mídias continuaram em processo de evolução, com o desenvolvimento de novas tecnologias aplicadas a novos meios de comunicação, e as formas de interação e relações sociais mais uma vez foram impactadas. E essas perdas ainda que não tenham deixado de existir foram significativamente encurtadas e reduzidas.

## **2.1. O ciberespaço como mediador: As construções de realidade e interação nos ambientes virtuais**

O começo dessa mudança se deu pela criação de uma máquina com um sistema operacional bastante inovador: o computador. Como definido por Janet Murray, em “Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço”: “O computador não é, em sua essência um condutor, mas um motor. Ele não foi projetado para transmitir informações estáticas, mas para incorporar comportamentos complexos e aleatórios.”

Essa característica fez o computador mudar a relação homem- máquina ao ponto que surgiu o termo derivado: interatividade, na tentativa de dar conta de nomear a interação técnica produzida por esse aparelho: “A palavra interatividade, derivada do neologismo inglês interactivity, foi cunhada para denominar uma qualidade específica da chamada computação interativa (interactive computing)”(FRAGOSO 2000). Suely Fragoso no artigo “De interações e interatividade” explica mais detalhadamente:

A denominação 'computação interativa' era, no entanto, insuficiente para deixar clara a qualidade da modificação na relação usuário-computador implicada pela incorporação de periféricos de entrada e enunciação de dados que permitem acompanhar, em tempo real, os efeitos das intervenções do usuário e o desenvolvimento dos processos. Afinal, a computação sempre fora interativa, pois também através dos cartões perfurados e controladores elétricos o usuário e o sistema efetivamente interagiam. Tudo indica que foi justamente para enfatizar essa diferença qualitativa que surgiu a expressão 'interatividade'.(FRAGOSO, Suely, 2000, p.3)

Mais a frente com a chegada da Internet o potencial do computador foi mais ainda inflado, pois ela permitiu o desenvolvimento de um sistema de troca de informações entre vários desses dispositivos através do espaço, constituindo uma comunicação rede com quase nenhuma limitação de comparada aos meios anteriores

[rede] como uma expressão de um "não ser" e como a forma formante de uma complexidade outra, não decomponível nem delimitável, não portadora de uma essência, mas produtora de possibilidades, de conexões emergentes imprevisíveis, temporárias e reconhecíveis somente em parte. (DI FELICE, Massimo, 2017, p. 57).

Surgiu então algo além de um meio de comunicação, mas um ambiente digital com potenciais inovadores no tocante à interação mediada. Contemplou-se a possibilidade de

criação de mundos, uma espécie de nova realidade construída. Esse novo lugar chamado por muitos pesquisadores de “ciberespaço”, termo cunhado pelo escritor William Gibson, em seu livro *Neuromancer*, e adotado nos estudos em comunicação. Esse novo lugar que não se realiza em um espaço físico traz em sua constituição elementos que o tornam um tanto quanto singular e com características e aspectos que transcendem a forma de interação entre seus usuários em comparativo com as mídias anteriores. “Dentro do ciberespaço, o território rugoso e resistente é esfacelado; existe como um espaço liso, fluido e feito para a circulação” (MUSSO, 2003, apud MELLO e TEIXEIRA).

Com um mediador com características tão diferentes, e tão propício à interação com o mínimo de limitações, passa a ser necessário repensar as análises na comunicação, como destaca o pesquisador Massimo di Felice, em seu livro *Net-ativismo: da ação social para o ato conectivo*:

A construção de uma comunicação em rede, caracterizada por circuitos informativos interativos, obriga-nos a repensar as formas e as práticas de interação social para além da concepção funcional estruturalista, baseada nas distinções identitárias entre emissor e receptor, produtor e consumidor, empresa e público, instituições e cidadãos, público e privado, que já não conseguem mais explicar a complexidade das relações das formas metageográficas do habitar contemporâneo. (DI FELICE, Massimo, 2017, p. 53).

Com essa percepção, estudos mais específicos sobre o que ocorre nesse novo “espaço” se iniciaram. Thompson, por exemplo, reviu as tipificações definidas por ele em seu livro citado anteriormente diante da constatação de que as anteriores não davam conta de compreender em sua totalidade a interação no ambiente digital. Em 2018, em artigo publicado na revista *Theory, Culture & Society*, o pesquisador acrescenta mais um tipo de interação que ele denomina “interação mediada on-line”:

[...] mas agora, à luz da revolução digital e do expressivo crescimento da internet e de outras formas de comunicação em rede, adicionaria um quarto tipo – que vou chamar simplesmente de interação mediada on-line. O que quero captar com esse conceito são as novas formas de ação e interação que foram criadas pela comunicação mediada por computador que ocorre em ambientes on-line. (THOMPSON, 2018).

O sociólogo destaca como principal ponto de diferença e contraste com os outros tipos de interação formulados anteriormente por ele o caráter de multiplicidade que as relações mantidas no online possuem. Na Web, amplia-se a interação mediada permitindo que ela seja realizada para muitos e ainda num sistema de trocas entre os vários participantes de maneira simultânea.

Como outras formas de interação mediada, esta envolve a extensão das relações sociais através do espaço e do tempo e certo estreitamento no leque de pistas simbólicas. Mas difere dos outros dois tipos de interação mediada em dois aspectos-chave: diferentemente da quase-interação mediada, é de caráter dialógico; e, ao contrário da interação mediada (por exemplo, conversas telefônicas), é orientada para uma multiplicidade de outros destinatários – é de muitos para muitos, e não de um para um. (THOMPSON, 2018).

Thompson ainda acrescenta mais um ponto importante: o tipo de conexão entre pessoas que se realiza através dessa mediação virtual não pode ser feito de outra forma e ainda ressalta a relação criada nos sites de redes sociais (SRS):

[...] o Facebook e os outros SRS facilitam uma forma distinta de interação social on-line, criando uma rede em constante expansão de relacionamentos sociais caracterizada por graus variados de familiaridade, fragilidade e pela troca de conteúdo simbólico em múltiplos formatos e modalidades – mensagens, comentários, fotos, vídeos, feeds de notícias etc. – que é disponibilizado para outras pessoas com diversos graus de abertura e limite. (THOMPSON, 2018).

O que é visto na interação que ocorre nesse espaço é um quase um agregador das características positivas alcançadas pelos meios de comunicação, porém com uma redução significativa das perdas que até então pareciam inevitáveis. Fluxo e troca mútua de informações de modo instantâneo e dialógico mesmo entre muitos participantes se faz possível ainda durante a construção da mensagem/comunicação e as “deixas simbólicas” quando perdidas em algum nível – que varia de acordo com a plataforma escolhida para troca de informações – é em alguma medida “recuperada” nas tentativas de substituição pela criação de uma nova forma de expressá-la seja pelo uso de fotos, vídeos e mais recentemente emojis, gifs e figurinhas de WhatsApp por exemplo.

E para entender esse contexto comunicacional Alex Primo propõe dois tipos de interação: mútua e reativa. Em que ele leva em consideração três elementos inter-relacionados: os participantes, a relação e o contexto.

Quanto aos sistemas que compõem, pode-se dizer que a interação mútua se caracteriza como um sistema aberto, enquanto a interação reativa se caracteriza como um sistema fechado.[...] Quanto ao processo, a interação mútua se dá através da negociação. Já os sistemas interativos reativos se resumem ao par estímulo-resposta. (PRIMO, 2000, p. 86-87).

Ou seja, Primo pensa em interações fechadas em que a ação comunicacional termina em si mesma, como por exemplo o ato de curtir um vídeo, o processo termina ali não há desenvolvimento depois disso, essas interações ele chama de reativas porque a ação que vem por parte da audiência são quase automatizadas, se aproximando de uma respostas por reflexo. Enquanto a interação mútua seria aquela que é aberta, ela não está presa ao simples

toque em um botão mas exige algo mais dá audiência, como os comentários em que a resposta é realizada num espaço quase sem restrições para que o usuário se expresse, mas primo ainda vai um pouco além e explica que na interação mútua o ideal é uma comunicação que se complete com algum tipo de “resposta” ou “retorno” do produtor/emissor a essa interação da audiência/receptor.

Mesmo que uma classificação binária pareça um pouco quanto reducionista por estarmos tratando de um meio de tamanha complexidade como o online, ela apresenta um ponto importante para nossa pesquisa ao proporcionar uma divisão mais clara da diferença da interação pontual produzida por clicks – como o curtir ou mesmo comentários mais simplificados como “bom vídeo” –, e interações que se propõe a criar uma relação mais efetiva de troca em fluxo daquele que produz conteúdo e sua audiência.

### **3. Interatividade no YouTube, possíveis eixos de análise**

A partir desses apontamentos e observações, pretendemos indicar e produzir uma espécie de ficha de análise dos processos de interatividade em canais hospedados no YouTube.

Tendo em vista a importância de todas essas discussões sobre a interação no ambiente digital e dos esforços em se compreender os processos interativos que ocorrem na Web, acreditamos ser importante trazer a reflexão sobre como isso ocorre no YouTube. A escolha por esse espaço para observação se deve à importância alcançada pelo YouTube no ambiente digital em relação a materiais audiovisuais (foco principal de nossa pesquisa de dissertação em que a análise e explicação de escolha da plataforma é mais detalhada), segundo o site Alexa – que produz estatísticas e análises de fluxo em rede do tráfego de usuários em sites –, o YouTube é a segunda plataforma mais acessada em todo o mundo, além de que com seus mais de dois bilhões<sup>4</sup> de usuários é considerada a segunda rede social com maior número de usuários ativos no mundo de acordo com o relatório “Global Digital 2019”, feito pela We Are Social em parceria com a Hootsuite. E aqui ainda cabe pontuar que mesmo que originalmente o site não seja uma rede social ou tenha sido criado pensando nesse tipo de modelo de promoção de interação social, ele apresenta uma série de ferramentas que se aproximam bastante das formas interacionais que ocorrem em redes sociais, e tornam um ambiente com potencial interativo ao ponto que ele seja inclusive classificado como tal em pesquisas como a citada logo a cima. Esse aspecto inclusive já

---

<sup>4</sup> dados fornecidos pelo próprio YouTube

chamava atenção de Burgess e Green já em 2009 “Mas, para uma pequena parcela de usuários, o YouTube é um site de relacionamento social” que ainda pontuavam que o YouTube era diferente dos sites mais óbvios de relacionamento, como o Facebook, por gerar conexões sociais baseadas no próprio conteúdo dos vídeos (BURGESS e GREEN, 2009). Atualmente em que essa parcela já não é mais tão pequena assim é preciso reconhecer que com o número de usuários ativos de 2 bilhões podendo comentar, curtir, descurtir conteúdos e seguir canais, é inevitavelmente que relações e laços sejam estabelecidas e desenvolvidas na plataforma web. E por essa característica em particular e sua importância nesse espaço onde o chamado a participação é uma característica que em tese a destacaria em relação a outras mídias –“ constitui um modo de abordagem direta e persistente do espectador que o convida naturalmente a uma reação. [...] o conteúdo da mídia tradicional não convida explicitamente ao diálogo ou à participação intercriativa” (BURGESS e GREEN, 2009, p.79) – que um olhar mais atento a esse aspecto interacional da plataforma se faz necessário.

Acreditamos portanto que essas especificidades e tamanho alcance e notoriedade tornam uma análise do YouTube uma possibilidade de contribuição para os estudos de interação. Levando essas colocações e questões em consideração, propomos um olhar analítico sobre as possibilidades de interação existentes na plataforma YouTube, buscando mapeá-las e classificá-las. Ressaltamos mais uma vez que esse artigo faz parte de uma pesquisa mais extensa e que nosso objetivo aqui é pensar em formas de mapeamento e catalogação das formas de interação que ocorrem no site, para com base nelas fazer escolhas mais assertivas e congruentes sobre quais materiais produzidos por meio dessa interação é mais caro aos nossos objetivos de pesquisa. Para isso, nossa proposta é utilizar como base para o mapeamento de forma adaptada a lista de elementos interativos para sites de jornalismo on-line feita por Steve Outing, colunista da revista *Editor & Publisher Interactive*, que faz apontamentos sobre as potencialidades do uso de interatividade em sites, como apontam Alex Primo e Márcio Cassol no artigo “Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias”.

Steve Outing, por sua vez, discute a problemática da interatividade na Web. Seus comentários interessam particularmente a este estudo pois, mesmo que ele venha a focar-se mais especificamente em jornais e revistas digitais, levanta uma série de limitações dos sites que se auto-proclamam "interativos". Além disso, o autor oferece uma série de sugestões para a maximização da interação nessas páginas eletrônicas. (PRIMO; CASSOL, 1999).

Para classificar esses elementos mapeados, utilizaremos os conceitos de interação reativa e mútua desenvolvidos por Alex Primo, já citados anteriormente.

### 3.1. Mapeamento

Após uma análise prévia do YouTube e dos conteúdos criados por canais que produzem especialmente para a página, tendo em vista os elementos listados por Outing, selecionamos quais deles seriam mais pertinentes para o nosso estudo e buscamos, quando possível, adaptá-los ao nosso objeto. É importante destacarmos que ainda acrescentaremos mais um elemento bem característico da plataforma, que são os convites de reação rápida aos vídeos, como “curtir, descurtir e compartilhar”. Aqui os denominaremos de “chamados para ação de engajamento”, mais à frente detalharemos melhor esse elemento.

Dessa forma, elencamos os seguintes itens avaliativos de mapeamento das relações de interatividade proporcionados pelo site:

- a) Chat;
- b) Redes sociais dos membros do canal;
- c) Pedido de feedback dos vídeos através de comentários
- d) Criação de enquetes
- e) Adicionando comentários de usuários
- f) Construir interatividade nas narrativas
- g) Usar comentários on-line como uma ferramenta de produção de novos conteúdos
- h) Chamados para ação de engajamento (lembrete)

#### 3.1.1. Aplicando ao YouTube

- a) **Chat:** durante as transmissões ao vivo, também conhecidas nos ambientes digitais como *lives*, há uma caixa para comentários a serem feitos em tempo real. O *chat* permite a interação tanto entre aqueles que estão vendo os vídeos de conversarem entre si, como também, em alguma medida, a interação entre o interator que a assiste com o interlocutor que a transmite, visto que esse normalmente responde perguntas feitas no *chat* e lê comentários e opiniões no decorrer da transmissão.
- b) **Redes sociais dos membros do canal:** os donos de canais no YouTube normalmente divulgam suas redes sociais oficiais em seus canais, reafirmando que é uma forma de que sua audiência entre em contato com eles e de estreitar laços, para além do momento dos vídeos e que os possam conhecer melhor. Inclusive, alguns

- incentivam a visita em seus Instagrams, Twitter, Facebook, dentre outros, promovendo enquetes sobre o conteúdo que será divulgado no canal em suas contas pessoais nessas redes.
- c) **Pedido de *feedback* dos vídeos através de comentários:** em grande parte das produções feitas para a plataforma, há um apelo do interlocutor para que a audiência comente sobre o que achou do tema do vídeo, o formato usado, e ainda pede, por vezes, também sugestões para as próximas produções.
  - d) **Criação de enquetes:** a criação de enquetes é bem comum na plataforma. Inclusive há a aba “Comunidade”, espaço nos canais destinado especialmente à função de promover interação entre o produtor de conteúdo e sua audiência, e que tem como um dos seus principais usos pelos canais essa função. As enquetes são normalmente para a audiência opinar sobre os assuntos discutidos nos vídeos do canal e também para escolherem, dentre algumas opções, os temas dos próximos conteúdos a serem produzidos.
  - e) **Adicionando comentários de usuários:** em transmissões ao vivo, os comentários feitos pela audiência são lidos, respondidos e usados, por vezes, até para iniciar novas discussões durante a *live*. Nos vídeos pré-gravados, apenas postados no *site*, em alguns casos são lidos comentários feitos em vídeos postados anteriormente.
  - f) **Construir interatividade nas narrativas:** as narrativas desenvolvidas são construídas de modo a tecer espécies de convites para interação ao longo dos vídeos, pois os interlocutores buscam inserir na narrativa questões a serem comentadas pela audiência com a intenção de incentivá-los a expressar suas opiniões.
  - g) **Usar comentários *on-line* como uma ferramenta de produção de novos conteúdos:** os comentários feitos pela audiência são utilizados de modo direto para pensar a criação de novos conteúdos e temas a serem discutidos nos vídeos do canal.
  - h) **Chamados para ação de engajamento (lembrete):** a plataforma oferece algumas possibilidades rápidas de manifestação de reações e de utilização (apropriação) dos vídeos. São elas: curtir ou descurtir; se inscrever no canal (para ser avisado quando há novos conteúdos postados); ativar o sininho (ícone de “sino”, que se ativado notifica com maior frequência o usuário sobre os vídeos adicionados, permitindo que ele tenha mais opções de configuração do recebimento das notificações, como a periodicidade delas e em quais redes sociais ela deve aparecer); salvar (deixar o

vídeo salvo para assistir mais tarde); e compartilhar (em redes sociais, outras páginas na Internet e enviar para amigos através de plataformas *online*).

### 3.2. Classificação

Por meio desse primeiro mapeamento, construiremos uma ficha de análise (TABELA 1), na qual buscaremos classificar essas possibilidades de interação observadas através dos conceitos desenvolvidos por Alex Primo, de interação mútua e reativa, para identificar os níveis de relação que a plataforma permite que usuários e produtores de conteúdo tenham. Segundo Primo, "os sistemas reativos se fecham na ação e reação. Um pólo age e o outro reage." Enquanto que a "interação mútua se dá através da negociação. [...] Na interação mútua, onde se engajam dois ou mais agentes, o relacionamento evolui a partir de processos de negociação."

TABELA 1  
Ficha de análise- Classificação de interação

Ficha de análise- Classificação de interação			
	Reativa	Mútua	Observação
Chat		X	O <i>chat</i> nas <i>lives</i> permite tanto que os espectadores interajam simultaneamente entre si como também com o interlocutor do vídeo.
Redes sociais dos membros do canal	X	X	A interação aqui até pode ser mútua e parte muito da forma como o membro do canal irá interagir com os espectadores em suas redes sociais. Porém quando e se ela acontecer é importante pontuar que ela se dará em mais efetivamente um outro espaço e não no YouTube em si, salvo momentos em que o produtor de conteúdo tentar trazer de alguma forma a interação que ocorreu em suas redes sociais para vídeos na plataforma.
Pedido de <i>feedback</i> dos vídeos através de comentários	X	X	Mútua, quando esse <i>feedback</i> de alguma forma causa algum impacto na produção dos próximos vídeos. Quando acaba sendo apenas uma reação do espectador ao que foi pedido, ganha um caráter de interação reativa.
Criação de enquetes	X		As enquetes normalmente são espaços para perguntas sobre quais temas são preferidos pelos usuários; se gostam ou não de determinado conteúdo; e por vezes as enquetes são abertas para que o espectador escolha os conteúdos dos próximos vídeos. Porém, essas são escolhas predeterminadas por algumas opções dadas e assim a ação funciona mais como uma votação, tornando a interação mais reativa.
Adicionando comentários de usuários		X	Essa interação mútua pode ter dois níveis: um mais baixo, quando os comentários adicionados pelos

			usuários apenas aparecem nos vídeos; e um mais intenso, quando esses geram discussões por parte do ou dos interlocutores que apresentam o audiovisual.
Construir interatividade nas narrativas		X	Para que a interação se torne mútua e para que tenha um grau mais intenso, nesse caso, dependerá de dois fatores: o espectador comprar o chamado para interatividade desenvolvido na narrativa e a forma como o interlocutor fará uso da interação estabelecida por ele. Caso esse segundo fator não seja realizado, mas o primeiro seja bem sucedido, a interação pode ocorrer entre os espectadores, que, estimulados por uma proposta interessante, podem comentar no comentário um dos outros.
Usar comentários <i>on-line</i> como uma ferramenta de produção de novos conteúdos		X	Aqui, diferente das enquetes, a abertura para que os usuários comentem o que quiserem e quando esses comentários se tornam efetivamente produções no canal, a interação acaba se tornando mútua.
Chamados para ação de engajamento	X		São ligadas a funções reativas, ações rápidas de reação do espectador, definidas por um simples clique, como curtir, descurtir, seguir, salvar e compartilhar.

FONTE – Criada pelo autor.

Podemos inferir a partir dessa análise que as interações reativas são em geral ligadas às funções já colocadas pela plataforma, que são quase automatizadas por seus usuários, como o curtir ou descurtir nos vídeos; compartilhamento; ativação de notificações; e a possibilidade de seguir. E que as interações mútuas ficam a cargo dos processos que envolvem os comentários como espaço de interação.

#### 4. Considerações Finais

Este artigo busca propor caminhos iniciais para análises da interatividade em audiovisuais produzidos especificamente para a plataforma de vídeos YouTube. Para tanto, fizemos uma breve revisão bibliográfica sobre estudos e conceitos sobre interação social e seus diferentes tipos até a interação mediada pelo ambiente digital, para por meio dos apontamentos realizados, procurar possíveis formas de mapeamentos, catalogação e classificações das possibilidades de interatividade das ferramentas disponibilizadas pelo site YouTube.

Passando pelos conceitos e ideias envolvidos nos estudos da interação, desde sua experiência primária face a face até sua relação mediada por meios técnicos e por fim a interação quase-mediada online possibilitada pelo computador e Internet, observamos a

importância dos estudos nessa área e como as evoluções tecnológicas e as afetações provocadas por elas e seus usos desenvolveram formas específicas de troca de informações e inclusive criação de espaços singulares de conexão, que produzem dinâmicas quase ilimitadas e que exigem cada vez mais um olhar atento de pesquisadores na tentativa de compreendê-las.

Tendo em vista esses apontamentos, buscamos contribuir com a construção inicial de uma possibilidade de mapeamento da interatividade e catalogação como também classificação dela na plataforma YouTube, como forma de auxiliar nossos estudos e escolhas de materiais a serem analisados. Através de nosso mapeamento, catalogação e classificação, foi possível notar que a plataforma oferece várias ferramentas que estimulam algum tipo de interação por parte de seus usuários, especialmente reações rápidas (interação reativa), que podem ser realizadas em um simples click, como ocorre com o curtir no vídeo. A plataforma ainda disponibiliza funções que permitem que o usuário escolha a intensidade de sua interação, como a possibilidade de seguir; ativar o “sininho” para ser notificado sobre os conteúdos postados pelos canais no momento de suas postagens; e também do início de lives, o que permite uma interação mais simultânea entre os espectadores de cada canal, que através deste aviso, têm possibilidade de assistirem de modo mais próximo ao simultâneo (quando não são lives) e assim comentarem entre si do mesmo modo. Quanto a interação mútua, tirando os chats em transmissões ao vivo, ela fica mais por conta do produtor de conteúdo que utiliza a plataforma. E se resume quase que na possibilidade do comentário, ferramenta dada pela plataforma. No entanto, é no uso que o interlocutor dos vídeos faz desse espaço que a possibilidade da interação ser mútua se estabelece como também da recepção dada pelo produtor dos comentários dirigidos a ele ou a seu produto. É importante que ele incentive seus espectadores a comentarem, as estratégias de disponibilizar seus contatos, criar narrativas com aberturas para manifestação de opiniões e tenha o cuidado de responder comentários e efetivamente usar esses comentários para a produção de novos conteúdos.

A pesquisa sobre as interações nos ambientes digitais ainda possui muitas questões a serem discutidas e compreendidas. Esse artigo se coloca apenas como um trabalho inicial para pensar propostas, apontamentos e possibilidades de caminhos na análise da interatividade e que tem objetivos mais ligados a questões em encaminhamento de pesquisa em desenvolvimento. Ainda há muitos aspectos a serem investigados e analisados sobre o tema, mas buscamos contribuir para compreensão das construções de interação em

audiovisuais nos ambientes digitais, porque nossa vida cotidiana na realidade contemporânea é compartilhada nos ambientes digitais.

## REFERÊNCIAS

Alexa - **Topsites**. Disponível em: <<https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>> Acesso em 23 de janeiro de 2021

Blog Hootsuite - **YouTube Stats Marketers**. Disponível em: <<https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/>> Acesso em 23 de janeiro de 2021

BRAGA, José Luiz. **Circuitos versus campos sociais**. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (orgs.). *Mediação & midiaticização*. Salvador: Edufba; Brasília: Compós, 2012.

BERGER, Peter L. LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2004.

BURGESS, Jean. **YouTube 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.

Di Felice, Massimo. **Net-ativismo: da ação social ao ato conectivo**. São Paulo: Editora Paulus, 2017

MELLO e TEIXEIRA. **A interação social descrita por Vigotski e a sua possível ligação com a aprendizagem colaborativa através das tecnologias de rede, 2012**. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/anpedsul/9anpedsul/paper/viewFile/6/871>> Acesso em 19 de dezembro de 2020

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**; tradução: Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

PRIMO, Alex F. T. **Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo**. Revista Famecos, 2000

\_\_\_\_\_; CASSOL, M. B. F. **Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias**. *Informática na Educação: teoria & prática*, Porto Alegre, v. 2, n. 2, 1999. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/InfEducTeoriaPratica/article/view/6286>> Acesso em 19 de dezembro de 2020

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

THOMPSON, John B. **A interação mediada na era digital**. *Revista Theory, Culture & Society*, 2018

\_\_\_\_\_. **A mídia e a modernidade- uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009

**YouTube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com>> Acesso em 19 de dezembro de 2020.