

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO – UFMA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, SAÚDE E TECNOLOGIA - CCSST
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - MESTRADO

ANTÔNIO CARLOS SANTIAGO FREITAS

DA TV PARA A INTERNET: Estudo sobre o Resgate e o Compartilhamento de
Matérias Jornalísticas no YouTube

IMPERATRIZ - MA
Maio/2021

ANTÔNIO CARLOS SANTIAGO FREITAS

DA TV PARA A INTERNET: Estudo sobre o Resgate e o Compartilhamento de
Matérias Jornalísticas no YouTube

Dissertação apresentada para obtenção do título de mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão. Linha de Pesquisa: Processos Sociopolíticos na Comunicação Contemporânea.

Orientadora: Profa. Dra. Roseane Arcanjo Pinheiro

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Freitas, Antônio Carlos Santiago.

DA TV PARA A INTERNET: : Estudo sobre o Resgate e o Compartilhamento de Matérias Jornalísticas no YouTube / Antônio Carlos Santiago Freitas. - 2021.

121 p.

Orientador(a): Roseane Arcanjo Pinheiro.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz - Maranhão, 2021.

1. Análise de conteúdo. 2. Entrevista. 3. Jornalismo. 4. Memória. 5. YouTube. I. Pinheiro, Roseane Arcanjo. II. Título.

ANTÔNIO CARLOS SANTIAGO FREITAS

DA TV PARA A INTERNET: Estudo sobre o Resgate e o Compartilhamento de Matérias Jornalísticas no YouTube

Dissertação apresentada para obtenção do título de mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão. Linha de Pesquisa: Processos Sociopolíticos na Comunicação Contemporânea.

Orientadora: Profa. Dra. Roseane Arcanjo Pinheiro

Aprovado em: ____/____/ 2021.

BANCA EXAMINADORA

Roseane Arcanjo Pinheiro (Orientadora)
Doutora em Comunicação
Universidade Federal do Maranhão - UFMA

Izani Pibernat Mustafá
Doutora em Comunicação Social
Universidade Federal do Maranhão - UFMA

Maria Érica de Oliveira Lima
Doutora em Comunicação Social
Universidade Federal do Ceará - UFC

Dedico este trabalho à minha família, em especial minha mãe e minha esposa, pelo amor e incentivo incondicional e a todos que contribuíram com o meu crescimento profissional e acadêmico.

AGRADECIMENTOS

Mais do nunca, sou grato à Deus pelo dom da vida, pela saúde e pela divina proteção recebida nesta caminhada.

À minha mãe Iracilda Barbosa Santiago, a dona Dadinha. Mulher de coragem e garra que, sozinha, fez o possível e o impossível para que os filhos tivessem a formação que ela não teve. Hoje, ela tem a grata felicidade de ver um filho concluindo um curso de mestrado e uma filha finalizando o doutorado. À minha irmã, Eleonora Barbosa, e à minha tia, Irene Barbosa, minha gratidão por sempre torcerem por mim.

À minha esposa Gildeane Rodrigues, pelo amor, incentivo e apoio incondicional. Certamente, ela é a pessoa que mais enxerga meu potencial, até mais do que eu.

À minha orientadora, professora Dra. Roseane Arcanjo Pinheiro, não só por dedicar horas e dias do seu tempo para esta dissertação, mas, sobretudo, pela amizade construída ao longo dos últimos anos. Com ela, o percurso no mestrado foi leve e humanizado.

Às minhas amigas Sarah Dantas e Mab Nathasje, pessoas iluminadas que tive a honra de conhecer e de dividir aprendizados, angústias e alegrias neste mestrado. A vocês minha gratidão, admiração e amizade.

Ao Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM), da Universidade Federal do Maranhão, e todo o corpo docente e quadro de funcionários, por tudo que aprendi e vivi nestes últimos dois anos.

À professora Denise Ayres, pelo incentivo e pelo empréstimo de livros, cujas leituras foram essenciais para a construção da fundamentação teórica desta pesquisa.

Aos amigos Rodrigo Reis e Thays Reis, pela assistência e orientações durante as etapas de seleção do mestrado. Ouso dizer que não estaria no programa sem colaboração dos dois.

Aos representantes dos canais investigados no *YouTube*, Fábio Marckezini e Danilo Rodrigues, por cederem entrevistas e por colaborarem com o desenvolvimento da pesquisa.

Ao grande apoio da professora Michelly Carvalho na reta final da pesquisa, sobretudo, pela colaboração na revisão ortográfica.

Agradeço a todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte de mais uma etapa da minha vida acadêmica. Muito Obrigado!

*“Andar com fé eu vou,
que a fé não costuma faiá”*

(Gilberto Gil)

RESUMO

A presente pesquisa investiga as rotinas produtivas dos canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov e seu acervo de Vídeos, no YouTube, o que compreende a captação dos materiais, as dinâmicas de circulação e os indicativos de temáticas postas para o consumo do público. As páginas têm por finalidade recuperar e compartilhar vídeos jornalísticos antigos da televisão brasileira na internet. O jornalismo - cuja temporalidade (FRANCISCATO, 2003) está essencialmente fincada no presente com a produção de narrativas sobre os fatos da vida social - acaba por documentar fragmentos da realidade que podem ser revisitados posteriormente, como ocorre nos canais investigados. Com base nos estudos de midiatização e circulação, pontua-se a participação das novas mídias, a exemplo do YouTube, na reconfiguração de práticas e experiências sociais. Discute-se ainda o fenômeno da memória, a partir das contribuições de Halbwachs (2013) e o seu conceito de memória coletiva, além de relacionar as definições de lugares de memória (NORA, 1993) e enquadramentos da memória (POLLAK, 1989) com as práticas que decorrem dos novos meios de comunicação. Para cumprir os objetivos, foram realizadas entrevistas em profundidade (DUARTE, 2010) com os administradores dos canais, captando nuances do processo de resgate e compartilhamento das memórias jornalísticas. Além de olhar para as rotinas estabelecidas nas páginas, o estudo se volta para outras instâncias do processo comunicacional. Para isso, categorizou-se 761 arquivos jornalísticos publicados pelos acervos, através da análise de conteúdo (BARDIN, 1977) que verificou características das publicações, como temas abordados, origem dos vídeos, ano de produção, duração média, gêneros de informação e programas recorrentes. Os resultados obtidos mostram que as rotinas e a disponibilização de memórias se efetivam a partir de fatores relacionados à própria lógica operacional da plataforma de YouTube, bem como das expectativas e subjetividades de cada administrador e do envolvimento estabelecido com os usuários que transitam pelos acervos.

Palavras-chave: YouTube, memória, jornalismo, entrevista, análise de conteúdo.

ABSTRACT

The research proposes to look into the productive routines of the Arquivo Marckezini channels and Pedro Janov e seus Arquivos, on YouTube, which includes the catchment of materials, the dynamics of circulation and the guide of themes put up for public consumption. The pages are intended to retrieve and share old journalistic videos from Brazilian television on the internet. Journalism - whose temporality (FRANCISCATO, 2003) is primarily focused in the present with the production of narratives about social life - reports extracts of reality that can be revisited later, as take place in the investigated channels. Based on mediatization and circulation studies, is verified the engagement of new media, such as YouTube, in the overhaul of social practices and experiences. The phenomenon of memory is also argued based on the concept of collective memory (HALBWACHS, 2013) places of memory (NORA, 1993) and frameworks of memory (POLLAK, 1989) from the practices that arise from the new media. In order to fulfill the research aims, in-depth interviews were conducted (DUARTE, 2010) with the channel administrators, gathering details in the rescuing process and sharing journalistic memories. In addition to looking at the routines established on the pages, the study heads toward to other stages of the communicational process, with the categorization of 761 journalistic files published by the collections, by means content analysis (BARDIN, 1977) that verified features of the publications, such as themes covered, origin of videos, year of production, average duration, information genres and frequent programs. The results achieved points that the routines and the availability of memories are effected based on the operational logic of the YouTube platform, as well as the expectations and subjectivities of each administrator and the involvement set out with the users who transit through the collections.

Keywords: YouTube, memory, journalism, interview, content analysis.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Homepage do canal Arquivo Marckezini no YouTube	54
Figura 2 - Exemplo da sobreposição de logotipo em vídeo publicado no canal Arquivo Marckezini.	57
Figura 3 - Homepage do canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos no YouTube.	65
Figura 4 - Página do catálogo do acervo físico do canal Pedro Janov.....	68
Figura 5 - Anúncio de Danilo Rodrigues no site Mercado Livre.....	69
Figura 6 - Frase sobreposta à imagem informa que o vídeo foi publicado pelo canal Pedro Janov	71

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Distribuição por ano dos arquivos jornalísticos do canal Arquivo Marckezini	82
Tabela 2 - Distribuição por ano dos arquivos jornalísticos do canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos	92

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Temas abordados nos vídeos jornalísticos publicados no canal Arquivo Marckezini	77
Gráfico 2 – Emissoras que produziram os vídeos jornalísticos disponibilizados pelo canal Arquivo Marckezini	80
Gráfico 3 - Distribuição por década dos arquivos jornalísticos postados pelo canal Arquivo Marckezini	81
Gráfico 4 - Estimativa do tempo de duração dos vídeos jornalísticos analisados	83
Gráfico 5 - Gênero dos programas informativos.....	84
Gráfico 6 - Programas que mais aparecem entre os vídeos analisados	85
Gráfico 7 - Temas abordados nos vídeos jornalísticos publicados no canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos.....	86
Gráfico 8 - Emissoras que produziram os vídeos jornalísticos disponibilizados pelo canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos.....	89
Gráfico 9 - Distribuição por década dos arquivos jornalísticos postados pelo canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos	91
Gráfico 10 - Estimativa do tempo de duração dos vídeos jornalísticos analisados ...	93
Gráfico 11 - Gêneros dos programas informativos.....	94
Gráfico 12 - Programas que mais aparecem entre os vídeos analisados	95

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 NOVAS TECNOLOGIAS E O JORNALISMO NA CULTURA DA MEMÓRIA	20
2.1 Memória coletiva e os lugares de revisitação do passado	23
2.2 A narrativa jornalística como elemento fundante de memórias	27
3 BASES CONCEITUAIS PARA ENTENDER ROTINAS, INTERAÇÕES E A CIRCULAÇÃO NO YOUTUBE	33
3.1 A circulação na cultura comunicacional sob a perspectiva da mediatização	37
3.2 O uso do YouTube como arquivo cultural: possibilidades e limitações	41
4 METODOLOGIA	46
4.1 Compreendendo as rotinas dos canais	48
4.2 Análise de conteúdo	50
5 POR TRÁS DOS ACERVOS: AS ROTINAS PRODUTIVAS DOS CANAIS PEDRO JANOV E SEU ARQUIVO DE VÍDEOS E ARQUIVO MARCKEZINI	53
5.1 Informações preliminares do Arquivo Marckezini	54
5.1.1 Administração do acervo e critérios de publicação: as rotinas de Fábio Marckezini no YouTube	55
5.1.2 Marckezini e as relações firmadas com o público	63
5.2 Informações preliminares do canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos	64
5.2.1 Administração do acervo e critérios de publicação: as rotinas de Danilo Rodrigues no YouTube	66
5.2.2 Pedro Janov e o público	74
6 MEMÓRIAS REDESCORBERTAS: ANÁLISE DOS ARQUIVOS JORNALÍSTICOS NO YOUTUBE	76
6.1 Arquivo Marckezini	77
6.1.1 Temas abordados	77
6.1.2 Origem dos conteúdos	79
6.1.3 Ano de produção	81
6.1.4 Média de tempo dos vídeos	83
6.1.5 Gêneros dos programas	84
6.1.6 Programas recorrentes	85
6.2 Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos	85
6.2.1 Temas abordados	86
6.2.2 Origem dos conteúdos	89
6.2.3 Ano de produção	90
6.2.4 Média de tempo dos vídeos	93
6.2.5 Gêneros dos programas	93
6.2.6 Programas recorrentes	94
6.3 Mediatização da memória: rotinas e artefatos de notícias	95
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	101

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 107

APÊNDICES 113

1 INTRODUÇÃO

O acesso facilitado ao ciberespaço cria e reconfigura padrões socioculturais. Um olhar mais atento para o site de compartilhamento de vídeos YouTube implica perceber usos, apropriações, sentidos e as relações sociais estabelecidas a partir da ação dos usuários conectados na internet. Atualmente, o site é o segundo endereço da web mais acessado no Brasil e no mundo, atrás apenas do Google, de acordo com o *Alexa Ranking*¹. O YouTube se tornou popular por facilitar o compartilhamento de vídeos na internet e utilizar recursos de rede social que permitem diálogos e interações entre os integrantes de sua comunidade.

Dados do YouTube² de 2020 mostram que, mensalmente, são mais de dois bilhões de pessoas conectadas ao site e, diariamente, mais de um bilhão de horas assistidas de vídeos - aproximadamente $\frac{3}{4}$ das exibições vêm de dispositivos móveis. Também chama atenção a quantidade de conteúdos carregados na plataforma - cerca de 500 horas por minuto. Em escala global, o site possui versões locais em mais de 100 países e em até 80 línguas diferentes, cobrindo 95% dos usuários da internet.

Os números citados impressionam e desvelam alguns indicativos do *modus operandi* de como a sociedade contemporânea produz e consome informação, a partir das mídias digitais. No YouTube, os sujeitos são cocriadores da mensagem e passam a expor suas individualidades e influenciar outras pessoas. Lugar onde o conhecimento é propagado e onde nossa memória se perpetua, a plataforma é terreno fértil para o surgimento de novas sociabilidades.

Uma das práticas desenvolvidas pelos usuários do site é recuperar gravações antigas da TV, experiência que surgiu junto com a fundação da plataforma, em meados de 2005. Há quem se dedique a alimentar canais no YouTube somente com esta finalidade. São colecionadores ou curadores que alimentam intensa paixão por televisão. Eles digitalizam fitas VHS, preparam legendas, escolhem palavras-chave, realizam publicações e constroem bibliotecas online de vídeos. Este é um ponto importante levantado por Burgess e Green (2009), quando observam o uso do YouTube como arquivo cultural. Um grande arquivo vivo resultante da atividade coletiva de milhares de usuários, cada qual com seus interesses e motivações.

¹ Site que fornece dados de tráfego na internet. Consulta realizada através do site: <https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>. Acesso em: 31 jul. 2020.

² Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>. Acesso em: 31 jul. 2020.

Há ainda um público cativo que navega pela plataforma e encontra nesses espaços gatilhos que servem de estímulo para reviver memórias da infância e juventude ou para se compreender o conhecimento social acerca das experiências do passado. A pesquisa YouTube *Insights* 2017³ refinou importantes informações sobre a procura por vídeos na plataforma. Entre 5.450 usuários entrevistados, 77% concordaram encontrar um vídeo no site não localizado em qualquer outro lugar. A pesquisa também revelou que 66% dos usuários consultados procuraram recentemente no YouTube um vídeo nostálgico ou amado do passado⁴.

Com a ação colaborativa dos usuários que vão construindo acervos, a partir de gravações caseiras, o YouTube pode ser visto como um lugar de memórias (NORA, 1993) ou servindo para que memórias sejam enquadradas (POLLAK, 1989). Essa forma de utilização da plataforma atenta para a carência de acervos audiovisuais ou para as poucas iniciativas de sucesso fora do YouTube que ofereçam aos usuários da internet repositórios de vídeos, sobretudo, com registro de acontecimentos históricos.

Como narram Ricco e Vannuci (2017), a memória da televisão no Brasil, por exemplo, muito antes da internet, sofreu perdas inestimáveis com os sucessivos incêndios ocorridos nos prédios das emissoras de TV. Os mesmos aconteceram entre as décadas de 1960 e 1980, por força das condições precárias de preservação dos acervos, ou mesmo da ocorrência de atentados criminosos, que destruíram boa parte das sedes das principais emissoras no país. Muito embora os avanços tecnológicos na área da informática e da comunicação tenham otimizado a forma de armazenamento dos arquivos televisivos, o acesso público a essas memórias na *web* ainda é incipiente, e só não é maior devido à ação de telespectadores que, na era do videocassete, tinham como *hobby* gravar programas de TV para assistir depois. Hoje essas pessoas encontram no YouTube possibilidades para expandir suas práticas, ao recuperar fitas e descarregar materiais digitalizados na rede de computadores.

É neste contexto que as narrativas jornalísticas construídas no passado também entram em cena por meio do YouTube. O jornalismo que, essencialmente, se volta para informar a sociedade sobre os acontecimentos contemporâneos e de interesse coletivo, também se firma como uma referência da realidade que é

³ Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/youtubeinsights/2017/>. Acesso em: 31 jul. 2020.

⁴ Vale destacar que pesquisas posteriores realizadas pela plataforma não apresentam dados atualizados sobre o consumo de vídeos antigos.

construída socialmente. A natureza perecível da notícia - a novidade - dá lugar a novas propriedades e o relato jornalístico ganha uma segunda vida, se constituindo numa unidade de memória (CANAVILHAS, 2004). Portanto, o compartilhamento dos conteúdos jornalísticos – que também ocorre nesses canais - exerce um papel importante na conformação das memórias individuais e coletivas (HALBWACHS, 2013) e no estabelecimento de práticas e experiências sociais no YouTube.

Por isso, o problema de pesquisa é entender quais as rotinas produtivas dos canais no YouTube que preservam e promovem a memória da TV brasileira, desde as lógicas de aquisição, seleção e publicação dos arquivos jornalísticos na plataforma. Em busca de respostas, o objetivo do esforço empírico se pauta em investigar o cotidiano e as práticas empreendidas pelos canais Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos⁵ e Arquivo Marckezini⁶, no processo de compartilhamento dos conteúdos jornalísticos antigos que foram transmitidos pela televisão e recuperados pelos usuários no YouTube. A investigação, além de descrever as rotinas de aquisição e seleção dos arquivos, também visa categorizar os vídeos que já foram publicados pelos canais, identificar as características das publicações e os rastros de memórias compartilhados.

Dada a dificuldade de se realizar um mapeamento de todos os canais que têm como proposta, mesmo de forma amadora, a preservação da memória da televisão brasileira, selecionou-se os canais Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos e Arquivo Marckezini a partir da leitura do artigo “A incrível recuperação da memória da televisão brasileira no YouTube”, publicado no site TV História⁷. Este último elencou as seguintes iniciativas existentes na plataforma do YouTube: TV Mofo, Pedro Janov, Videoteca do Puga, Acervo 80 JHL, Fita Jóias, Arquivo AGC, Arquivos 1000, Arquivo Marckezini, Arca da Fuzarca, Juliano Trindade, Ergon 86, Memórias da TV. Ao explorar cada página, verificou-se que Pedro Janov e Arquivo Marckezini são administrados por jornalistas que empreenderam, ao longo da última década, rotinas de publicações de conteúdos antigos, sobretudo de produções jornalísticas - fato que despertou interesse na presente pesquisa, ao investigar o processo de redescobertas

⁵ Link para o canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos: <https://www.youtube.com/channel/UCDeAlnxEWyPcJ7FMY0dsaBQ>. Acesso em 29 mai. 2021

⁶ Link para o canal Arquivo Marckezini: <https://www.youtube.com/channel/UC95rgGfy-ChjpKX97bmSIHg>. Acesso em 29 mai. 2021.

⁷ Disponível em: <https://tvhistoria.com.br/a-incrivel-recuperacao-da-memoria-da-televisao-brasileira-no-youtube-veja-raro-video-de-bozo-e-silvio-santos/>. Acesso em: 31. jul. 2020.

de memórias do jornalismo, bem como seus partilhamentos com as comunidades virtuais.

Em um mundo cada vez mais sem fronteiras e, ao mesmo tempo, segmentado, é fundamental que pesquisas explorem as reconfigurações do jornalismo, a partir dos nichos sociais organizados na internet. Nesta perspectiva, a escolha por centrar a discussão no cruzamento entre memória e jornalismo no YouTube partiu do interesse e curiosidade do autor, instigado pelas implicações das práticas que enriquecem a internet com os rastros de memória. O embrião da pesquisa surgiu em meio às discussões realizadas no Grupo de Pesquisa Jornalismo, Mídia e Memória (Joimp), da Universidade Federal do Maranhão - campus Imperatriz, que também dedica especial atenção ao fenômeno da memória no ambiente midiático. É importante observar, portanto, quais caminhos percorre a memória coletiva, quando construída e acionada a partir das redes sociais, captando o que os usuários compartilham entre si, do que se interessam, escolhem, consomem, lembram-se ou esquecem.

A tríade relação entre YouTube, memória e jornalismo, a qual aqui se presta compreender, ainda é pouco abordada nas pesquisas acadêmicas brasileiras. Entende-se que existem lacunas nesse processo comunicacional as quais carecem de inquéritos empíricos mais aprofundados. Coruja (2017), atenta aos estudos sobre o YouTube no campo da Comunicação, mapeou 46 trabalhos em 45 Programas de Pós-Graduação (PPGs), no Brasil, entre os anos de 2010 e 2015 - já que as pesquisas elaboradas entre 2007 e 2009 não foram disponibilizadas no Banco de Teses e Dissertações da Capes para consulta. A autora identificou as dez principais relações articuladas junto ao YouTube nesse período: 1) as potencialidades gerais do site como plataforma e aspectos técnicos; 2) local onde surgem ou se hospedam *vlogs*, canais e *youtubers*; 3) lugar onde são repercutidos acontecimentos e de onde pessoas comuns chegam à fama; 4) música; 5) política; 6) publicidade; 7) parte de narrativas transmidiáticas; 8) parte de estratégias de comunicação institucional; 9) educação; e 10) relação com os meios. No período, não foram localizados estudos que façam a relação entre o fenômeno da memória atrelado às experiências propiciadas pelo YouTube, tampouco articulando essa relação com o campo do jornalismo.

A fim de atualizar as informações levantadas e seguindo as categorias propostas por Coruja (2017), realizou-se uma segunda busca⁸ no Banco de Teses e dissertações da Capes, durante os anos de 2016 a 2018, nos programas de pós-graduação em Comunicação, no Brasil. Encontrou-se quatro pesquisas - três dissertações e uma tese (CERQUEIRA, 2016; FERNANDES, 2016; FERREIRA, 2016; RABELO, 2017) –, cujas problemáticas se voltaram para a valorização contemporânea do arquivo e as ferramentas sociotécnicas que fomentam a memória social.

Olhando especificamente para cada estudo, destaca-se a dissertação de Cerqueira (2016). A autora investigou aspectos da cultura participativa em produções que utilizam a plataforma como banco de dados audiovisual para gerar novos conteúdos. Para tanto, dois objetos foram analisados: o primeiro trata-se de um vídeo, cujo título é “Brasil em cartaz”, criado pelo músico Thiago Corrêa e que apresenta uma seleção de imagens garimpadas no YouTube sobre as manifestações de 2013; no segundo, Cerqueira descreve o projeto *YouTag*, um *software* criado por Lucas Bambozzi, que possibilita a geração de vídeos online. Pelo *software*, usuários definem palavras-chaves, frases ou títulos e o sistema seleciona imagens já existentes no YouTube, dando origem a um novo vídeo. A pesquisadora concluiu que a plataforma surge como “arquivo de criação coletiva, local onde experiências particulares e acontecimentos públicos são depositados por cidadãos espalhados por todo o globo, território fértil para a experimentação de novas combinações” (CERQUEIRA, 2016, p. 110).

Fernandes (2016) dissertou sobre a experiência do site Propagandas Históricas, que acumula arquivos na web como anúncios, comerciais televisivos e *jingles* de rádio. A página reúne peças publicitárias brasileiras e americanas, cujas produções mais antigas datam do século XIX. A autora utiliza a arqueologia da mídia em busca dos construtos de memória do audiovisual no referido site, analisando

⁸ O inventário foi produzido pelo autor que mapeou trabalhos acadêmicos sobre o YouTube defendidos, entre 2016 e 2018, por pesquisadores da Comunicação de 35 Programas de Pós-Graduação, que disponibilizaram as produções no Banco de Teses e Dissertações da Capes. Para a seleção das pesquisas, foi realizada uma busca utilizando a palavra-chave YouTube. Selecionou-se, em um primeiro momento, todas as pesquisas que usaram o termo nos títulos dos trabalhos, nas palavras-chaves ou nos resumos. Ao refinar os resultados, aplicou-se os filtros: ano (2016, 2017 e 2018); grande área de conhecimento (Ciências Sociais Aplicadas); e as áreas do conhecimento (Comunicação, Comunicação Visual e Jornalismo e Editoração). Foram localizados, portanto, 94 pesquisas, sendo 72 dissertações e 22 teses.

empiricamente suas interfaces e zonas adjacentes. Neste sentido, a pesquisadora compreende o YouTube – a exemplo de outras redes sociais e espaços na web - como zona adjacente da página investigada, por abrigar todos os arquivos audiovisuais disponibilizados.

Outro pesquisador que parte do agir arqueológico para dar conta do objeto de estudo é Ferreira (2006). O autor propõe em sua tese apresentar uma arqueologia do poder e saber estabelecida entre os praticantes de capoeira, as tecnologias audiovisuais e instituições públicas, como o IPHAN de São Luís - Maranhão. Para isso, uma das etapas da pesquisa consistiu em “escavar” arquivos na internet, utilizando o Google Imagens e as redes sociais Facebook e YouTube. A partir dos fragmentos de mídia encontrados, o autor conseguiu verificar condições históricas que fomentaram saberes e que contribuíram para a cristalização de sociabilidades a respeito da prática da capoeira na contemporaneidade.

Por fim, a pesquisa mais recente é a de Rabelo (2017). Sua dissertação teve por objetivo analisar as possibilidades de preservação da memória cultural através da internet, estudando especificamente o caso do cantor José Augusto “Sergipano”. O autor retoma a trajetória do artista que construiu uma sólida carreira no Brasil e em diversos países, durante as décadas de 1960 e 1970, com 19 LPs, dez *singles* gravados e mais de 500 *shows* realizados. José Augusto faleceu em um acidente automobilístico no ano de 1981. Como coloca Rabelo (2017), com a carreira interrompida, a obra do cantor caiu em esquecimento popular, mas voltou a ecoar graças ao amplo acesso às plataformas digitais como *SurveyMonkey*, *blogs* e YouTube, que possibilitam o resgate do legado do artista. O estudo netnográfico empreendido pelo pesquisador apontou que “a memória cultural do cantor José Augusto ‘Sergipano’ tem encontrado na internet um importante aliado no sentido de sua preservação, assegurada, sobretudo, pela ação de fãs ou não, que agem no âmbito de uma cultura participativa” (RABELO, 2017, p. 7).

Baseado nesses estudos, observou-se que há margem para novos esforços de entendimento do fenômeno, considerando o campo do jornalismo e da memória, quando associados ao YouTube. Portanto, os usuários encontram na plataforma possibilidades para preservar e redescobrir narrativas jornalísticas que, quando revisitadas, geram fluxos de interações e novas formas de sociabilidades, servindo para que os sujeitos lembrem do passado, de acordo com suas subjetividades e possam melhor compreender o seu tempo de atuação, o tempo presente.

Para dar forma às discussões aqui apresentadas, o trabalho encontra-se dividido em sete capítulos. No capítulo 1, especificam-se a delimitação do objeto de estudo e as justificativas que motivaram o desenvolvimento da pesquisa. No capítulo 2, retoma-se a evolução das técnicas de armazenamento de informações e saberes utilizadas pela comunicação humana: dos registros rupestres, passando pela invenção da escrita até o desenvolvimento das novas tecnologias e dos meios digitais de comunicação. Discute-se a reconfiguração da memória, à luz das reflexões de Lévy (1998) e Canavilhas (2004), atrelada ao olhar crítico de Wolton (2004) e Flusser (2007). O conceito de memória, uma construção que se efetiva na esfera social, é explicado pelo sociólogo Halbwachs (2013), que serve como ponto de partida para o discorrer sobre os lugares de memória, termo cunhado pelo historiador Pierre Nora (1993), e sobre o enquadramento da memória (POLLAK, 1989). Ambas as definições podem ser tomadas de empréstimo e aplicadas aos meios de comunicação - sobretudo ao jornalismo -, cuja função se vale por nutrir a sociedade com o registro dos acontecimentos, colaborando, a partir de suas narrativas, para que os sujeitos se situem no tempo e no espaço. De tal modo, com Franciscato (2003) parte-se para uma reflexão sobre a “duração pública” das notícias, além de contar com as contribuições de Rodrigues (1993), Rêgo (2014) e Ribeiro (2013), que fornecem proposições sobre a construção social das notícias e o papel desempenhado pelo jornalismo na cultura da memória.

O capítulo 3 versa sobre as bases conceituais para entender o YouTube. Um breve histórico do site é narrado por Burgess e Grenn (2009), que relacionam a plataforma à ideia de cultura participativa de Jenkins (2008). Novamente recorre-se a Lévy (2003) para tratar da ideia de “inteligência coletiva”, caracterizada pela troca de informações, ideias e conhecimentos articulados nas novas formas inauguradas pela comunicação contemporânea. Recorre-se também a Fausto Neto (2017) e aos teóricos que trabalham o conceito de midiatização e circulação, para explicar como a convergência de fatores sociotecnológicos vem se configurando como condição estruturante para práticas sociais e culturais.

Tensionadas as correntes teóricas que embasam este estudo, o capítulo 4 detalha as ferramentas de pesquisa utilizadas com o intuito de atender à pergunta-problema e aos objetivos propostos. O capítulo 5 apresenta uma abordagem qualitativa com os resultados obtidos através das entrevistas em profundidade semiestruturadas realizadas com o jornalista e fonoaudiólogo, Danilo Rodrigues, e o

editor de conteúdos, Fábio Marckezini, que possibilitou compreender as rotinas produtivas de cada canal selecionado no YouTube.

No capítulo 6, são apresentadas as características das publicações, segundo a análise de conteúdo (BARDIN, 1977), com a verificação de unidades categóricas relacionadas aos vídeos, como os temas abordados, origem dos conteúdos, ano de produção, duração média dos vídeos, gêneros dos programas e programas recorrentes. As categorias definidas foram cruciais para observar os aspectos das memórias que ecoam nesses ambientes virtuais.

Por fim, as considerações finais fornecem uma síntese dos resultados analisados ao longo da dissertação, destacando a importância dos procedimentos metodológicos empreendidos e propondo, a partir do itinerário dos canais selecionados, abordagens que podem ser alvos para futuras pesquisas.

2 NOVAS TECNOLOGIAS E O JORNALISMO NA CULTURA DA MEMÓRIA

Nenhuma outra época produziu e acumulou tantos conhecimentos quanto a atual. A expansão do ciberespaço e a convergência das mídias promoveram importantes transformações na cultura e na sociedade, ao conectar povos em um ambiente complexo e diversificado, possibilitando novas formas de sociabilidades. Hoje, “a voz mais alta é a da mídia. A luz mais brilhante é da mídia. A mídia é coração e cérebro da cultura pós-moderna” (MARTINS, 2003, p. 68).

Dentre as novas possibilidades patrocinadas pela mídia, que vêm reconfigurando as práticas socioculturais, estão a capacidade de armazenar e de resgatar, a qualquer tempo, informações e conhecimentos no espaço virtual. A memória, antes condicionada ao processo biológico dos seres humanos e, posteriormente, registrada em objetos físicos, hoje se desmaterializa na internet, servindo de apoio para a revisão de fatos passados e para a geração de novos saberes.

Para Lévy (1998), a explicação desse fenômeno reside no uso que fazemos da tecnologia. O autor, ao propor uma análise sobre as novas técnicas de transmissão e de tratamento das mensagens que emergiram com o desenvolvimento da informática, retoma o processo evolutivo da comunicação humana para explicar que o surgimento de uma nova técnica não implica no abandono das tecnologias intelectuais anteriores, mas no acúmulo e aperfeiçoamento de competências e habilidades.

Conforme o autor, o uso da técnica foi importante para as comunidades primitivas que conseguiram construir tempos mais rápidos e violentos do que os das plantas e dos animais. Isso aconteceu justamente por disporem de instrumentos essenciais para produzir e modular o tempo, como a memória, através dos processos mnemônicos, e a linguagem, inicialmente expressa pelas pinturas e inscrições rupestres.

Perfazendo o mesmo levantamento histórico, Canavilhas (2004, p. 5) assinala que nas sociedades sem escrita, a memória era um recurso fundamental na transmissão dos saberes, condicionada ao “processo biológico interno de determinados indivíduos que, por serem detentores de determinado dom, funcionavam como guardiães da memória social do grupo”. Assim, nas primeiras comunidades, a memória se tornava acessível por meio da oralidade do guardião do grupo, responsável pela propagação de cantos, danças, mitos, habilidades, bem como

a manutenção de costumes e tradições. O espaço-tempo era quase que totalmente baseado na memória humana, em articulação com o uso da linguagem. Lévy (1998) acrescenta que, nessas culturas, por não existirem modos de armazenar as representações verbais para reutilizações futuras, a comunicação era marcada pela repetição. Repetir proposições se tornava necessário para a longevidade das memórias. Na oralidade primária “nada é transmitido sem que seja observado, escutado, repetido, imitado, atuado pelas próprias pessoas ou pela comunidade como um todo” (LÉVY, 1998, p. 84).

Posteriormente, como lembra Canavilhas (2004), a invenção da escrita retirou o caráter místico-sagrado da memória, que passou a ser materializada em manuscritos e monumentos erguidos pelas primeiras grandes civilizações agrícolas da Antiguidade. Na compreensão de Lévy (1998, p. 87), a escrita foi inventada diversas vezes e em contextos distintos, reproduzindo, “no domínio da comunicação, a relação com o tempo e o espaço que a agricultura havia introduzido na ordem da subsistência alimentar”.

Logo adiante, o autor também alça a condição de lugar de registro da memória. A máquina de impressão tipográfica, criada por Gutemberg no século XV, possibilitou uma verdadeira revolução para a produção e circulação de conhecimento. O livro - que até então era peça de mosteiros e de difícil acesso público - torna-se organizável, pesquisável e móvel. “O crescimento exponencial do número de livros vai também incrementar o aparecimento de bibliotecas e arquivos o que contribui decisivamente para a sedimentação desta memória social de grande dimensão” (CANAVILHAS, 2004, p. 5). Entretanto, o acesso a estes produtos da memória exigia a presença física do leitor no local do arquivo, constituindo a coleta de informações um processo longo e, por vezes, fadigoso.

Mas as barreiras do espaço e do tempo se rompem com o nascimento da internet, na observação do autor. Com as informações disponíveis na web, os conteúdos podem ser acessados a partir de qualquer lugar do globo, desde que haja conexão com a rede. Os processos de pesquisas também se tornam mais rápidos, devido aos bancos de dados que, com rapidez e precisão, conseguem aceder à informação desejada em meio a milhões de páginas. Para Canavilhas (2004), isso remete ao sentido de partilha, muito caro à palavra comunicação.

Nesta esteira, Santos (2003) pondera que a tecnologia digital, além de facilitar o acesso, a emissão e a produção de informações, possibilita novas formas de

socialização. As ferramentas de comunicação mediadas pelo computador proporcionam a interação entre os atores, “deixando na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros” (RECUERO, 2009, p. 24).

Por outro lado, Wolton (2004) se volta criticamente sobre a internet, destacando a necessidade de se pensar a rede virtual dentro da articulação de dimensões de comunicação que abarcam técnica, cultura e sociedade. Tal reflexão procura se afastar do otimismo de que tudo muda com a internet. Para ele, é preciso evitar graves desilusões.

A internet não passa de um sistema automatizado de informação; de uma forma ou de outra, são os homens e as coletividades que integram esses fluxos de informações em suas comunicações. A informação é sempre um segmento, e somente a comunicação, com suas prodigiosas ambiguidades, lhe faz emergir um sentido (WOLTON, 2004, p. 149).

Até aqui fica claro que o homem, no decorrer dos séculos, se utilizou de variadas técnicas de memória e de linguagem para garantir a sobrevivência da sua espécie e se diferenciar dos demais seres vivos, obtendo domínio do espaço e do tempo. Na visão de Flusser (2007), a comunicação humana é, portanto, inatural ou contranatural, diferentemente dos sons e gestos produzidos na natureza, como o canto dos pássaros, por exemplo. “A comunicação humana é um processo artificial. Baseia-se em artifícios, descobertas, ferramentas e instrumentos, a saber, em símbolos organizados em códigos. Os homens comunicam-se uns com os outros de uma maneira não natural” (FLUSSER, 2007, p. 87). Neste sentido, a transmissão de informações adquiridas de geração em geração representa um aspecto essencial da comunicação humana. O homem, conforme o autor, é um animal que descobriu truques e manipulou meios para reter informações, sendo estas grandes características da sua espécie.

Interpretando as ideias de Flusser, Palácios (2010) argumenta que igualmente artificial é a nossa memória, que se externalizou por meio de sucessivas técnicas, da pintura rupestre à escrita, até aos meios digitais e convergentes de nossa época. Mas que memória é esta que vem se configurando a partir dos meios de comunicação? Antes, é preciso pontuar como o fenômeno da memória abarca nossas subjetividades, ao ponto de estabelecer relações com o mundo social.

2.1 Memória coletiva e os lugares de revisitação do passado

A discussão sobre memória atravessa várias áreas do conhecimento. Perpassa pela sociologia, psicologia, história, comunicação, e tantas outras disciplinas que investigam os fenômenos sociais. Uma das contribuições pioneiras é a do sociólogo francês Maurice Halbwachs (2013) que concebe a memória como um processo de reconstrução das lembranças a partir dos contextos sociais. Segundo o autor, recorreremos aos testemunhos para reforçar, enfraquecer ou ainda complementar o que sabemos sobre um evento ou informação. O primeiro testemunho a que podemos recorrer será sempre o nosso. Mas precisamos de outros testemunhos para obter confiança na exatidão das lembranças. A memória, portanto, necessita de uma comunidade afetiva e das relações que estabelecemos com outras pessoas.

Na interação firmada entre os sujeitos, a memória pessoal opera em sintonia com a memória dos diferentes grupos. A família, a escola, a igreja, os amigos e colegas de trabalho, por exemplo, constituem modelos de grupos sociais que integramos ao longo da nossa existência e que ajudam a cimentar nossas lembranças. Para clarear a dimensão do processamento das recordações, Halbwachs (2013) explica que até as vivências mais íntimas de um sujeito só são possíveis de serem rememoradas devido ao convívio social construído com seus pares. “Nossas lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros, ainda que se trate de eventos em que somente nós estivemos envolvidos e objetos que somente nós vimos. Isto acontece porque jamais estamos sós” (HALBWACHS, 2013, p. 30).

Outra amostra do peso dos aspectos coletivos sobre o individual, para o sociólogo, ocorre quando expressamos com convicção posições que nos parecem muito pessoais, mas que, muitas vezes, são reflexões subtraídas de um jornal, livro ou conversa que retemos em nossa memória. O ser humano é social e está em tal harmonia com os que o circundam, ao ponto de não conseguir perceber o ponto de partida de suas vibrações. “Elas correspondem tão bem à nossa maneira de ver, que nos surpreendemos ao descobrir quem é seu autor e constatar que certas ideias não são nossas” (HALBWACHS, 2013, p. 64). Por esse ângulo, não percebemos que somos um eco, onde a dimensão individual e a dimensão coletiva se articulam, com fronteiras tênues.

Contudo, para que nossa memória se alimente da memória coletiva é preciso que haja uma base comum. Halbwachs (2013) lembra que a pura apresentação de

testemunhos coletivos não se impõe sobre a memória individual. Antes de tudo, é necessário que nossa memória concorde com a memória dos outros. Deve existir, deste modo, muitos pontos de contato no processo de reconstrução das lembranças. A negociação requer concordância. O sujeito deve se identificar com o grupo no qual está inserido.

Barbosa (2007), interpretando as ideias de Halbwachs, analisa manuscritos da imprensa nacional e explora a memória de um grupo como uma construção coletiva, na medida que vivências comuns são partilhadas entre seus membros. “E, como tal, modula mitos coletivos a partir de histórias particulares de vida. Falando de um passado comum, fornecem ilusão de torná-lo presente” (BARBOSA, 2007, p. 83).

A força e a duração da memória coletiva dependem dos indivíduos que, como integrantes de um grupo, passam a evocar suas lembranças. Por isso a importância de olhar para o contexto social no qual os sujeitos estão inseridos. “Cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, e esse ponto de vista muda conforme o lugar que o indivíduo ocupa no grupo e conforme as relações que mantém com outros meios sociais” (BONIN, 2005, p. 39).

Cauteloso ao propor uma definição de memória, Morin (2006, p.142) acredita que “um dos problemas humanos mais difíceis é o de ter relações civilizadas e completas com sua própria memória”. Tanto a memória individual quanto a coletiva são problemáticas complexas e enormemente transformadas pela subjetividade humana. Isso não significa que sejam puramente subjetivas. Morin (2006) alerta para a dificuldade em determinar um ponto de equilíbrio entre objetividade e subjetividade na construção de dada memória. Como exemplo, o autor remete-se à Primeira Guerra Mundial (1914-1918). O mesmo acontecimento tende a ser rememorado ou revisto de forma distinta entre historiadores franceses e alemães. Cada um defenderá a inocência do seu próprio país na deflagração da guerra, no intento de apagar fatos negativos. Cada um buscará a autossatisfação ou a autoglorificação. O sociólogo pondera, assim, a dificuldade em estabelecer relações justas com a memória.

De acordo com Pollak (1989), isso ocorre porque cada grupo seleciona o que melhor convém. Este é o caráter problemático da memória, O autor concorda com Halbwachs (2013) quando diz que a memória se efetiva por meio de uma operação coletiva dos acontecimentos e das interpretações do que quer se salvaguardar, servindo de base para estabelecer e reforçar sentimentos de pertencimento entre as coletividades. São esses sentimentos que mantêm a coesão de grupos e instituições

que formam uma sociedade. Partidos, sindicatos, igrejas, aldeias, regiões, famílias e nações, por exemplo, se sustentam devido aos alicerces que são coletivamente partilhados. Mas, Pollak (1989) prefere chamar essa operação de “memória enquadrada”, ao invés de memória coletiva, por acreditar que o termo seja mais específico. Os grupos sociais tendem a selecionar acontecimentos e esquecer de outros. Para o autor, a memória dos grupos dominantes se sobrepõe a memória dos grupos minoritários, que muitas vezes fica relegada ao silêncio e ao esquecimento.

O trabalho de enquadramento da memória se alimenta do material fornecido pela história. Esse material pode sem dúvida ser interpretado e combinado a um sem-número de referências associadas; guiado pela preocupação não apenas de manter as fronteiras sociais, mas também de modificá-las, esse trabalho reinterpreta incessantemente o passado em função dos combates do presente e do futuro (POLLAK, 1989, p. 9).

Essas formulações são basilares para a compreensão da relação entre mídia e memória, como parte de processos interacionais que promovem a partilha do saber e a seleção de informações. Isso significa dizer, de acordo com Barbosa (1995), que os meios de comunicação, ao eleger assuntos e acontecimentos que merecem a atenção pública, também favorecem o esquecimento. Seguindo a ideia de seleção ou de enquadramento da memória, a mídia define o que será lembrado e o que deverá ser esquecido. Com foco de análise voltado para o jornalismo, a autora pondera que um jornal é construído sob olhares subjetivos dos jornalistas, considerados por ela como “senhores da memória”, justamente por perenizar os relatos transformados em notícias. Os jornalistas e os veículos jornalísticos escolhem a forma de narrativa, definem quais fontes serão ouvidas, promovem a seleção e hierarquização das informações e priorizam as temáticas que serão ofertadas para o consumo do público. Essa cultura profissional mantém a dialética lembrar/esquecer e influenciam o modo como usamos e nos apropriamos desses registros.

De um modo geral, Henn (2006) destaca que os dispositivos midiáticos servem como recursos de armazenamento de informações, se constituindo numa rica fonte histórica. Isso possibilita o resgate de acontecimentos passados, imprimindo-lhes novos enquadramentos, o que vai ao encontro do conceito de lugares de memória, cunhado pelo historiador Pierre Nora (1993).

Os lugares de memória servem de estímulos para memórias individuais e coletivas, sendo simultaneamente, ou não, concretos, abstratos ou simbólicos. A

sociedade necessita desses ambientes para abrigar o registro de eventos. Numa época tão voluntariamente produtiva de arquivos como a nossa, os lugares de memória são criados do sentimento que não há memória espontânea, “que é preciso criar arquivos, que é preciso manter aniversários, organizar celebrações, pronunciar elogios fúnebres, notariar atas, porque essas operações não são naturais” (NORA, 1993, p. 13).

Seguindo este raciocínio, o autor destaca que os lugares de memória cumprem a função de bloquear o trabalho do esquecimento. Esta é a razão principal de existirem, ao fixar um estado de coisas, materializar o imaterial e reunir o máximo de sentido num mínimo de sinais.

À medida em que desaparece a memória tradicional, nós nos sentimos obrigados a acumular religiosamente vestígios, testemunhos, documentos, imagens, discursos, sinais visíveis do que se foi, como se esse dossiê cada vez mais prolífero devesse tornar prova em não se sabe que tribunal da história (NORA, 1993, p.15).

Tomando de empréstimo o conceito, Bonin (2006) destaca que as mídias podem ser reconhecidas como lugares de memória ou lugares de fabricação do presente. Especialmente com o desenvolvimento da tecnologia comunicacional, a mídia registra e documenta e os sujeitos podem acessar e rapidamente compartilhar informações, não importando o tempo e o lugar, desde que existam meios de conexão e acesso aos conteúdos disponíveis na internet.

Assim, na visão de Ribeiro (2013), as novas tecnologias comunicacionais estão contribuindo para que a sociedade mergulhe na cultura da memória. Ao mapear algumas práticas de memória na contemporaneidade, a autora pondera que o mundo atual busca evitar o terror do esquecimento. Além de servir de ancoragem identitária, a memória coletiva está em um processo de democratização e descentralização. O trabalho do arquivamento – antes uma atividade exclusiva de algumas instituições e grupos sociais, como as elites, a Igreja e o Estado – passa a ser reivindicado e executado por um número maior de pessoas.

Hoje, com a internet, os internautas encontram a possibilidade de nutrir um sistema com suas vivências pessoais e temáticas do presente. O acesso a esses espaços favorece a participação da comunidade, criando um habitat social na rede. “A visão ecológica da memória, conforme nós a esboçamos, permite a cada membro

da comunidade se perceber criador de mitos, de narrar e de nutrir a memória coletiva” (CASALEGNO, 2006, p. 33).

Baudrillard (2006) acredita que as novas formas de comunicação permitem estocar informações, mas não garantem o compartilhamento verdadeiro desses saberes. “Essa massa de informações, de certa maneira, nos mantém seguros. É uma presença importante, asseguradora, disponível, mas é diferente da circulação viva das informações” (BAUDRILLARD, 2006, p. 127). Para o autor, é preciso buscar e saber como buscar esses conteúdos, caso contrário, esta memória torna-se quase uma função inútil.

Guiados por esta visão, podemos inferir que a circulação no véis comunicativo depende da ação dos sujeitos, que agem movidos por suas subjetividades e interesses coletivos. A partir do manancial de informações que se encontra na internet, os usuários tendem a circular certas memórias, ao passo que se esquecem ou mesmo buscam silenciar outras. Noutras palavras, a possibilidade de contar com os dispositivos de memória, a partir das tecnologias de comunicação, é um fator importante, contudo, são as práticas humanas, os comportamentos empreendidos e os sentidos desencadeados que devem ser considerados nesse processo de acionamento de lembranças. Neste sentido, como parte de algo que é construído socialmente, veremos a seguir a função do jornalismo na constituição das memórias coletivas.

2.2 A narrativa jornalística como elemento fundante de memórias

A partilha da memória é uma das condições vitais para a formação das comunidades, lembra Casalegno (2006). As formas como estabelecemos nossas partilhas uns com os outros evoluem com a transformação dos suportes nos quais a memória se inscreve. Mas, segundo o autor, há um elemento fundante no processo de experiências compartilhadas que participa da constituição da memória coletiva: a narração. Ela é a “possibilidade de que todos os membros de uma comunidade têm de acessar e de enviar as informações que nutrem um sistema” (CASALEGNO, 2006, p. 32).

Como coloca Rodrigues (1993), se bem observarmos a história das sociedades tradicionais, veremos que os mitos foram as primeiras narrativas que balizaram e conferiram coerência e unidade quanto à experiência de mundo dos sujeitos. Visavam

explicar a vida coletiva em suas múltiplas dimensões. Mas, muito embora acreditassem em tais narrativas, os homens sabiam que a verdade dos mitos não se confundia com a verdade verificável em seu entorno, no sentido exato do termo. Os mitos eram, assim:

[...] quadros conceptuais, visões do mundo que ofereciam explicações pertinentes para os acontecimentos com que a coletividade se confronta ao longo do tempo. Não confundiam este saber mítico com o conhecimento dos acontecimentos que se dão na história dos homens; por isso o mito pertencia a um mundo à parte, a-histórico e o seu conhecimento, partilhado indiscutivelmente por todos, formava o ponto de referência comum, o espelho da identidade cultural e da integração da comunidade como um todo. O mito é assim uma forma vazia de discurso, uma ordem de natureza prescritiva que dita as regras de formulação da experiência, uma forma disponível para todos os investimentos que permanece válida enquanto for atualizada em práticas discursivas rituais históricas. Permanece sempre uma diferença entre o tempo do mito e o tempo histórico do acontecimento e um diferimento da actualização ritual em relação à totalidade mítica (RODRIGUES, 1993, p. 33).

De certo, desde a inauguração dos tempos modernos, estamos acostumados com a peculiar forma de narrar os fatos da vida social por meio do jornalismo. O pensamento mítico a partir da modernidade passou a ser encarado como obscurantista e uma barreira ao conhecimento positivista da ciência. De acordo com Rodrigues (1993), o primado da razão iluminista pôs fim aos quadros explicativos do mundo, até então vigentes, e criou possibilidades para novas compreensões e interpretações dos acontecimentos desencadeados socialmente. Neste contexto, “o discurso dos media surge para organizar a experiência do aleatório e lhe conferir racionalidade. Fá-lo de maneira especular, refletindo e integrando num todo os fragmentos dispersos com que é tecida a trama do presente” (RODRIGUES, 1993, p. 23). Este passa a ser, portanto, o papel do jornalismo, ao permitir que o ser humano compreenda sua realidade a partir da construção social das notícias, cujos efeitos permitem reações coletivas ou individuais.

É com esta visão que Park (2006, p. 51) pondera que “a função da notícia é orientar o homem e a sociedade no mundo real”. Consequentemente, a notícia seria capaz de preservar a sanidade do indivíduo, ao passo que colabora para sua permanência na sociedade. A notícia, de acordo com o sociólogo, poderia ainda ser vista como forma de conhecimento, vitalmente interessada no tempo presente.

Para Beltrão (1980), o jornalismo se volta, essencialmente, para a informação da atualidade, registrando fatos, situações e ideias que se desenrolam ou se

manifestam no tempo da ação humana. O jornalismo relata o que está sendo vivido e confere importância aos assuntos que influenciam toda uma coletividade. Conforme o autor, o objeto do jornalismo é, portanto:

A atualidade de interesse abrangente, que se projeta dos limites espaciais em que se origina para atingir vastos círculos de pessoas e instituições que, sem seu conhecimento, seriam alvos indefesos e inadvertidos dos efeitos da ação desencadeada, quer lhes fossem, ou não, benéficos. Atualidade abrangente significa, ainda, que as ocorrências que geram tais efeitos não se registram em determinados setores, campos ou segmentos sociais e/ou geograficamente situados, mas em qualquer parte do universo, na natureza, no espírito, em qualquer domínio da ciência, da arte, da técnica, do comportamento humano, onde quer que se produza uma situação capaz de provocar o interesse humano coletivo e afetar as pessoas (BELTRÃO, 1980, p. 11).

Aliado a isso, a temporalidade jornalística, ou seja, o seu tempo de ação, não é apenas uma característica, mas uma marca que define a produção noticiosa. É ela que dá “uma forma cultural ao principal produto jornalístico, a notícia, tornando-a reconhecível e estabelecendo os seus limites de sentido, atuação e existência social” (FRANCISCATO, 2005, p. 03). A temporalidade do jornalismo é o tempo presente, no qual se interessa pelo tempo dos eventos, temas e situações que estejam ocorrendo ou em movimento.

O autor procura situar o sentido de tempo presente, ao propor uma reflexão teórica sobre a atualidade no jornalismo. Inicialmente, Franciscato (2003) elenca três fatores essenciais para a compreensão da presentificação solidificada na vida social: 1) o tempo presente depende de referências socioculturais, pois possibilita que indivíduos possam construir um sentido de presente em relação a um passado e a um futuro. Ou seja, o tempo presente é uma construção guiada por marcos culturais que definem nossa concepção da vida social que se processa no hoje em relação ao ontem que foi vivido e ao amanhã que se viverá; 2) o tempo presente é o tempo da ação do homem no mundo, cuja experiência do agir está enraizada na vivência do presente; 3) as rotinas da vida cotidiana são processadas por marcadores do tempo presente, assim, conforme o autor, nosso cotidiano refere-se ao espaço-temporal do qual vivenciamos nossas experiências. A vida social é marcada pelo aqui e agora, pelos lugares que transitamos, pelo tempo que gastamos para realizar nossas ações ou para nos movimentarmos nos espaços sociais. Tempo e espaço são fatores que remetem à proximidade com que os eventos se desenvolvem e se sucedem na vivência social.

Esses fatores são essenciais na compreensão da atualidade jornalística por acenar para as referências que fazem com que um fato seja transformado num produto noticioso. A notícia que se inscreve no tempo presente, está relacionada a uma “dimensão de algo que nos é próximo ou familiar, seja pela proximidade geográfica e identitária (laços sociais diversos), seja pelo interesse ou curiosidade que temos sobre ele” (FRANCISCATO, 2003, p. 69). Deste modo, a instituição jornalística busca organizar o registro dos eventos dentro de uma relação temporal que se assemelha à vivência cotidiana, a partir de um estilo próprio de narração desses fatos.

Nesta perspectiva, o jornalismo se firma na cultura do tempo presente, movido pelo desejo de narrar o novo e o tempo que processa a vida cotidiana. Com seus relatos periódicos sobre os eventos sociais, o jornalismo alimenta novos hábitos na cultura e na sociedade, ao promover o debate público. Assim, o produto noticioso “(...) estimula a interação entre as pessoas, seja na simultaneidade dos procedimentos de leitura quanto no debate direto dos conteúdos noticiosos, conduzindo para uma tomada de decisões visando a produzir uma ação pública” (FRANCISCATO, 2003, p. 105).

Recorrendo aos estudos de Robert Park, Franciscato (2003) observa que a temporalidade das notícias, de algum modo, está ligada ao tempo presente dos atores, que estão inseridos em um espaço em constante processo de construção. Este ambiente se forma em razão da ação concreta dos indivíduos e instituições sociais, lugar onde as notícias passam a circular, podendo desempenhar alguma influência ou contribuição.

Esta influência ou contribuição pode ser diversa, dependendo do tipo de evento noticioso, da forma do seu relato e de sua recepção, bem como do contexto social em que estas ações se darão e que fornecerá os elementos para a avaliação da importância do conteúdo noticioso (FRANCISCATO, 2003, p. 198).

O jornalismo, ao construir uma perspectiva desse presente teria, assim, um papel importante na construção de agendas sociais, mesmo considerando o caráter efêmero dos eventos noticiosos. Ainda interpretando as ideias de Park, o autor propõe discutir o tempo de existência das notícias num dado espaço social. O autor questiona: “Por quanto tempo uma notícia existe em um ambiente social?” (FRANCISCATO, 2003, p. 284). De acordo com a sua visão, é difícil precisar uma resposta para esta pergunta, mas, guiado pelos *insights* de Park, o autor pondera que “uma notícia terá

sua 'duração pública' na medida de sua importância social, isto é, na medida em que ela motivar expectativas sobre seus desdobramentos e consequências por seus diversos públicos” (FRANCISCATO, 2003, p. 284).

Em caráter de exemplo, Franciscato (2003) destaca que atualmente com as novas mídias que garantem informações em tempo real, o público vê seu papel ampliado por ter uma maior autonomia de sua gestão pessoal do tempo. Isso altera sua relação com as notícias, ou seja, “o tempo de duração de um acontecimento varia conforme os modos de envolvimento do leitor com ele” (FRANCISCATO, 2003, p. 297). Com tantas possibilidades aos produtos jornalísticos, de confrontá-los com outras informações contextuais, o público também pode selecionar recortes temporais e ter sua experiência social construída a partir de notícias mais voltadas para seus interesses.

As mídias jornalísticas são, portanto, espaços voltados à produção da atualidade e agendamento imediato dos fatos sociais. Ao fazer os registros do cotidiano, o jornalismo acaba por documentar fragmentos temporais de dada realidade, permitindo que novos olhares e reflexões recaiam sobre a narrativa jornalística, ainda que seja em um momento posterior a seu tempo de produção. O jornalismo “é um mediador e facilitador do processo de aquisição das experiências. Sua narrativa disponibiliza experiências que se colocam para aquisição por terceiros” (RÊGO, 2018, p. 158).

Rego (2018) pondera que o jornalismo, mesmo situado no passado e falando sobre o presente desse passado, também reúne as três condições essenciais para ser um lugar de memórias: ele é material, do sentido literal de algo físico ou que se tem acesso; é simbólico pelo fato de suas narrativas repercutirem no imaginário das pessoas; e é ainda funcional, pois facilita a cristalização das lembranças, bem como sua transmissão.

Nesta perspectiva, Ribeiro (2013) oferece uma análise importante sobre o papel desempenhado pelo jornalismo na cultura da memória. Para ela, o discurso jornalístico se legitima devido a força moral ancorada no factual. Nas narrativas não é recorrente haver deformação, os elementos concretos da notícia como nomes, datas e eventos não são criações ou invenções. Para a autora, historicamente, o jornalismo construiu uma relação de confiança e credibilidade com seu público. Assim, quando temos acesso a um jornal ou assistimos a um telejornal, acreditamos que o que

contemplamos efetivamente aconteceu. Isso também ocorre quando ativamos nossa memória por meio do jornalismo.

A mídia jornalística possuiu uma legitimidade socialmente reconhecida. É considerada porta-voz oficial dos acontecimentos e da transformação social e, como registro da realidade, possui certa aura. O jornalismo não só retrata os fatos considerados mais relevantes, mas também os registra, legando às sociedades futuras um testemunho sem igual. A mídia é um dos mais poderosos agentes de memória do nosso tempo (RIBEIRO, 2013, p. 77).

Mas, ao analisar a atuação de jornalismo brasileiro durante a Ditadura Militar, Rêgo (2014) adverte que não se deve considerar como absoluto o discurso que se encontra dado, quando se recorre ao jornalismo como lugar de memória, fonte ou objeto de pesquisa histórica. “Reconhecendo que a memória carrega em si, aspectos intrínsecos de flexibilidade, visto que se forma, deforma e reforma, conforme se assimilam outras memórias e histórias” (RÊGO, 2014, p. 29).

Hoje, tem-se uma reconfiguração da mídia jornalística causada pelo surgimento e descentralização da internet. Por isso, os modos de produção, de acesso e de consumo das narrativas jornalísticas estão se transformando. Palácios (2002) relaciona a memória como uma das características do jornalismo digital, sendo múltipla, instantânea e cumulativa, proporcionando uma ruptura com o jornalismo aplicado em suportes anteriores à internet. Considerando cada especificidade, a função multimídia permite conjugar texto, imagem, áudio, vídeo e infográficos, integrando vários formatos midiáticos e linguagens; a instantaneidade possibilita a rápida recuperação de informações já lançadas em rede; e o fator cumulativo deve-se à facilidade e o baixo custo para armazenar arquivos na web. Noutras palavras, as memórias jornalísticas se tornaram fáceis de serem guardadas e de novamente serem acessadas, processos que permitem releituras, o que pode confirmar ou imprimir novos sentidos e usos a elas.

3 BASES CONCEITUAIS PARA ENTENDER ROTINAS, INTERAÇÕES E A CIRCULAÇÃO NO YOUTUBE

Conforme Burgess e Grenn (2009), o YouTube foi fundado em junho de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. Os três eram ex-funcionários do grupo de comércio *online* PayPal e decidiram criar um *website* que facilitasse o compartilhamento de vídeos na internet. Inicialmente com uma interface bastante simples, o usuário podia transferir conteúdo ao site e visualizar vídeos sem precisar transferi-los para o computador. Dentro dos padrões de navegação da época, a plataforma inovou ao inserir novidades que reconfiguraram o modo de acessar vídeos na *web*, tais como: as funções de comunidade, conectando a outros usuários; o campo comentários; e a possibilidade de gerar URLs e códigos HTML, que permitiam a incorporação de vídeos em diversos sites, sobretudo em blogs.

Aos fatores que explicam o sucesso do YouTube, somam-se ainda o incentivo ao compartilhamento e a cocriação de vídeos. “Foi a combinação da popularidade em grande escala de determinados vídeos criados por usuários e o emprego do YouTube como meio de distribuição do conteúdo das empresas de mídia que agradou ao público” (BURGESS; GRENN, 2009, p. 21). No primeiro ano, a plataforma registrava 2 milhões de visualizações por dia em todo o site e 200 mil usuários inscritos. Verdadeiro fenômeno como mídia social digital, o site foi vendido ao Google, em outubro de 2006, por 1,65 bilhão de dólares.

Para muito além do ato de consumir, a comunidade virtual conectada ao site tornou-se protagonista na criação de conteúdo. Isso remete às ponderações de Toffler (1980), que previu o novo papel do consumidor na sociedade pós-moderna. O autor uniu os termos produtor e consumidor para criar o neologismo “*prosumer*” (prosumidor), a fim de explicar mudanças nos hábitos de consumo e o perfil cada vez mais exigente dos consumidores que forçam a indústria criar seus produtos de acordo com os desejos do público.

O termo também ajuda a entender as transformações que atravessam os espaços socioculturais, principalmente no que tange à comunicação. “O surgimento de novas tecnologias sustenta um impulso democrático para permitir que mais pessoas criem e circulem mídia” (JENKINS, 2009, p. 341).

O YouTube tornou-se lugar propício para compartilhar vídeos amadores, cujo acesso se restringia aos circuitos privados dos usuários. O site recebeu ainda milhares

de *uploads* de conteúdos gerados por terceiros, sobretudo, vídeos originalmente produzidos pelos grandes grupos de comunicação de massa. Gravações de programas antigos e recentes da TV, ou mesmo trechos de filmes recém-lançados no cinema, acabaram ganhando novos usos e sentidos ao serem compartilhados pelos internautas.

O uso não-autorizado de vídeos protegidos por direitos autorais motivou as primeiras ações judiciais contra o YouTube, obrigando o site a implementar uma série de políticas protetivas à propriedade intelectual. Os processos representaram os primeiros choques da coexistência desconfortável entre “antigas” e “novas” formas e práticas de comunicação.

Para Lévy (2003), o surgimento do ciberespaço cria uma situação de desintermediação, cujas consequências políticas e culturais ainda não foram avaliadas por inteiro. O espaço público midiático, antes controlado por intermediários institucionais que preenchem uma função de filtragem e de difusão entre os autores e consumidores de informação, passa agora por uma intensa reconfiguração. O ciberespaço permite “a reciprocidade, a comunicação e a partilha de um contexto. Trata-se de comunicação conforme um dispositivo ‘todos para todos’” (LÉVY, 2003, p. 195).

No domínio das novas tecnologias, qualquer um pode produzir e disseminar conteúdo, em função de seus interesses ou causas, e participar de uma comunicação democrática e universal. Por “inteligência coletiva”, Lévy caracteriza a troca de informações, ideias e conhecimentos articulados na interação virtual. “Sem perder a inteligência individual, todas as pessoas podem, potencialmente, contribuir com um conjunto de saberes que, sem pertencerem especificamente a ninguém, estão à disposição de todos para serem usados e transformados” (MARTINO, 2015, p. 31).

O modo como a sociedade contemporânea evolui produzindo conhecimento, a partir dos meios digitais, é denominado por Jenkins (2009) como cultura participativa. O autor retoma a definição de inteligência coletiva e concorda que o ideal proposto por Lévy é uma “utopia realizável”, com possibilidades de transformar o meio social e torná-lo mais justo.

As pessoas com acesso a múltiplas máquinas consomem – e produzem – juntas, quando reúnem percepções e informações, mobilizam-se para promover interesses comuns e funcionam como intermediários alternativos, garantindo uma circulação mais ampla de mensagens importantes e conteúdos interessantes (JENKINS, 2009, p. 328).

Jenkins conclui que as novas ferramentas de produção e canais de distribuição derrubaram barreiras de entrada no mercado de ideias e oportunizam a promoção da cidadania. As recentes mudanças no processo de produção cultural fornecem recursos para o ativismo e a crítica social nas mãos de cidadãos comuns.

O otimismo de Jenkins e Lévy atenta para o protagonismo e a emancipação dos indivíduos no ciberespaço. “Virtualmente não há mais separação entre os proprietários e os outros. Todo mundo terá o seu campo e todos campos confluem. Eis aqui o paganismo generalizado até o monoteísmo, o universal sem totalidade” (LÉVY, 2003, p. 204).

Como lembra Sibilia (2016), o YouTube foi um dos expoentes que serviram para o estouro de criatividade e visibilidade midiática, no início da segunda metade dos anos 2000. A autora lembra que uma edição da revista *Time*, no final de 2006, elegeu “pessoas comuns” como a personalidade daquele ano. “Um espelho brilhava na capa da publicação e convidava seus leitores a nele contemplarem, como Narcisos satisfeitos de verem suas personalidades cintilando no mais alto pódio da mídia” (SIBILIA, 2016, p 15). Meros leitores ou espectadores deixavam de ser passivos, passando a modificar e contribuir com os modos de se fazer arte, política e comércio. Teria chegado a “hora dos amadores” tomar as rédeas da mídia global.

As novas mídias acabam por estimular a participação entre os sujeitos (JENKINS, 2009). O YouTube é hoje, portanto, o maior case de cultura participativa da sociedade contemporânea. O uso da plataforma permite que um fluxo de conhecimentos e saberes circule no ciberespaço e seja utilizado para os mais diversos fins. Permite ainda que laços sejam firmados entre os usuários. Os recursos de rede social disponibilizados possibilitam que sentidos e significados sejam construídos, decifrados ou confrontados coletivamente.

Uma rede social é, para Recuero (2009, p. 25), definida a partir do conjunto de dois elementos: atores e suas conexões. “Os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais”. Na rede, os atores são representados por nós (ou nodos). Para a autora, *weblogs*, perfis no *Twitter* ou, acrescentando à lista, os canais no YouTube, por exemplo, representam os atores sociais, por configurar espaços de interação que são construídos para que os sujeitos possam expressar elementos de sua personalidade.

As conexões de uma rede social são constituídas pelos laços formados a partir da interação social entre os atores. Compreender como se efetivam as interações

sociais implica em estudar a comunicação entre os atores ligados em rede. Primo (2000) classifica as interações mediadas por computador em dois tipos: mútua e reativa. A interação reativa compreende a relação entre pessoas e máquinas, limitadas por ações de estímulo e resposta. Clicar em um *link* ou botão, aceitar solicitações de amigos ou inscrever em algum canal são alguns exemplos. Por outro lado, a interação mútua é sempre dialógica, pois permite a inventividade e gera relações mais complexas do ponto de vista social.

Com base na tipologia criada por Primo, o YouTube suscita, em suma, relações dialógicas e negociadas, por envolver os sujeitos num múltiplo processo, no qual a comunicação é efetivada sob forma de cooperação, competição, conflitos, agregação e rupturas. Esses elementos dinâmicos da interação humana nas redes sociais são explicados por Recuero (2009).

Segundo a autora, a cooperação é um comportamento formador de estruturas sociais, no sentido de um agir articulado entre os grupos constituintes de uma sociedade. A competição refere-se à luta que pode mobilizar a cooperação visando superar atores de outro grupo, diferentemente do conflito por não apresentar a característica da hostilidade. O conflito é aquilo que gera mudanças e desequilíbrio na estrutura da comunidade, chegando ao ápice com a ruptura dos laços sociais. Nessa dinâmica é esperado que os grupos sociais tenham a capacidade de agregar mais pessoas e que pessoas rompam com grupo.

Enquanto a cooperação é essencial para a criação e a manutenção da estrutura, o conflito contribui para o desequilíbrio. A competição, por outro lado, pode agir no sentido de fortalecer a estrutura social, gerando cooperação para atingir um fim comum, proporcionar bens coletivos de modo mais rápido, ou mesmo gerar conflito, desgaste e ruptura nas relações (RECUERO, 2009, p. 83).

A autora, porém, observa que nem sempre a estrutura das relações sociais é rompida pelo conflito. Bastaria um longo período sem interação e conservação dos laços para enfraquecer ou mesmo fragmentar um grupo. A ocorrência de um conflito pode ainda promover a unidade de um sistema quando polariza com outro. São, portanto, elementos dinâmicos e não estáticos, que não se perpetuam no tempo, mas que modificam a estrutura das relações.

A experiência proporcionada pela rede social faz emergir vários comportamentos que alteram a estrutura da rede e as conexões entre os atores.

Vivemos, assim, numa nova ambiência que é influenciada pelos novos meios de comunicação, dos quais exercem fortes implicações nas relações e nas práticas estabelecidas em sociedade.

3.1 A circulação na cultura comunicacional sob a perspectiva da midiatização

A presença predominante da mídia sobre uma série de fenômenos e instituições vem se configurando como condição estruturante para práticas sociais e culturais. Os estudos contemporâneos em comunicação buscam refletir e investigar o cenário de mudança de rumo provocado pelo desenvolvimento das tecnologias e a projeção dos sites de relacionamento e redes sociais (GOMES, 2017). Uma emergente agenda de pesquisas se ancora no conceito de midiatização para explicar as novas formas de interação produzidas pela convergência de fatores sociotecnológicos.

Internacionalmente, essa vertente teórica é trabalhada nos países nórdicos, sobretudo pela Escola Dinamarquesa. Carvalho (2016) observa que a perspectiva europeia sobre midiatização, tem suas motivações históricas fincadas em razões políticas, principalmente, a partir dos 1980, quando países da Europa Ocidental optaram pela implantação do modelo político-econômico liberal, provocando mudanças estruturais no setor dos meios de comunicação, com a regulamentação de serviços de rádio e televisão, que até então eram controlados pelo Estado. Neste sentido, em grande parte, os primeiros estudos sobre midiatização voltaram-se para a televisão comercial, delegando uma posição secundária as demais mídias que antecederam ou que foram contemporâneas a TV.

Hepp (2014) compreende que a noção de midiatização é fundamental para a renovação das teorias de comunicação, em virtude da emergência das novas mídias. Para o autor, pode-se distinguir duas tradições de pesquisas que buscam teorizar as mudanças sociais e culturais relacionadas à mídia. Essas correntes são por ele chamadas de institucionalista e socioconstrutivista.

Ambas diferem em seu foco sobre como teorizar a midiatização: enquanto a tradição institucional tem, até recentemente, estado interessada principalmente na mídia tradicional de massa, cuja influência é descrita como uma lógica de mídia, a tradição socioconstrutivista está mais voltada às práticas de comunicação cotidianas – especialmente aquelas relacionadas à

mídia digital e à comunicação pessoal – e enfoca a construção comunicativa em transformação da cultura e da sociedade (HEPP, 2014, p. 47).

Hjvard (2014) entende a midiatização da sociedade como o processo pelo qual as esferas da cultura e sociedade se tornam cada vez mais dependentes da mídia e de sua lógica. Pelo termo “lógica da mídia”, o autor refere-se ao *modus operandi* institucional, estético e tecnológico utilizado pelos meios, incluindo a forma como distribuem os recursos materiais e simbólicos, que funcionam com a ajuda de regras formais e informais. O entendimento de autor é que as instituições sociais e os processos culturais sofrem mutações na natureza, função e estrutura, a partir da influência das mídias. Assim, os mecanismos de funcionamento da cultura e sociedade dependem cada vez mais da lógica dos meios de comunicação.

O autor reconhece que as novas mídias diferem das mídias tradicionais de várias formas, “mas, elas estão incorporadas de maneira semelhante no processo de midiatização através do qual a mídia passa a influenciar a institucionalização da interação social na cultura e na sociedade” (HJVARD, 2015, p. 61).

Uma segunda importante escola que pensa a midiatização se concentra no Brasil, no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Processos de circulação, produção, recepção das mensagens e os diferentes meios técnicos que afetam as interações e o funcionamento de práticas sociais são algumas das abordagens privilegiadas pelo programa.

Na América Latina, o conceito de midiatização é explicado a partir de múltiplas vozes. Gomes (2016) observa que cada pesquisador dá ao conceito de midiatização variados significados. Fausto Neto (2017) concorda com essa análise e explica que as mudanças comunicativas dos meios e as mudanças socioculturais são, de fato, problematizadas segundo perspectivas distintas. O autor elenca os principais horizontes teóricos trabalhados por aqui.

Para Fausto Neto (2017), o autor Pedro Gomes explica sobre uma nova ambiência, cujos processos midiáticos se configuram em novos operadores da inteligibilidade social. Sodré (2004) define o cenário de transformações como o novo bios – o bios midiático – que instaura novos modelos de tecno-interação. Braga (2012) propõe a partir das reformulações sociotecnológicas e dos novos dispositivos interacionais, uma visão sobre midiatização, a partir do entendimento de “processo interacional de referência”, para explicar que a realidade social é construída por meio

de processos interacionais pelos quais os indivíduos, grupos e setores da sociedade se relacionam. E, finalmente, Verón (1998 apud FAUSTO NETO, 2017) destaca o *status* da mídia incorporado ao funcionamento social, em meio a complexas interações entre mídias, instituições e sujeitos, delineadas por práticas discursivas. Mesmo com a pluralidade de perspectivas, Fausto Neto (2017) encontra um ponto em comum que permite agregar todas as concepções por ele mencionadas:

O eixo que atravessa tais formulações é o fato de as mesmas entenderem que as mídias deixaram de ser apenas instrumentos a serviço da organização do processo de interação dos demais campos e se converteram numa realidade mais complexa, em torno da qual se constituiria uma nova ambiência, novas formas de vida e interações sociais atravessadas por novas modalidades do «trabalho de sentido» (FAUSTO NETO, 2017, p. 42).

Portanto, as formulações tentam captar nuances que melhor expliquem questões referentes à passagem da sociedade dos meios para a sociedade midiaticizada ou, como preferem alguns teóricos, sociedade em processo de midiaticização. Na sociedade dos meios, conforme Fausto Neto (2017), as mídias promovem a organização de um processo interacional, cumprindo papel de mediar e tematizar a realidade. Já a sociedade midiaticizada é marcada pelo desenvolvimento das formas de comunicação, que afetam profundamente o cotidiano dos indivíduos em todos os aspectos da vida social.

Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade [...] estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a 'cultura da mídia' (FAUSTO NETO, 2017, p. 41).

Ao encontro disso, Gomes (2017) observa que a humanidade vive um momento-chave em sua história, com efeitos no seu modo de viver e na estrutura das relações sociais. O fenômeno da midiaticização, portanto, representa uma reconfiguração da ecologia comunicacional, criando um bios midiático. Para o autor, “a sociedade está no limiar da construção de um novo modo de ser no mundo que modifica e condiciona as relações sociais, as interconexões entre as pessoas e a sociedade” (GOMES, 2017, p. 102).

Esse novo modo de ser e de estar no mundo é transpassado pela cultura midiática, imbricando sociedade e comunicação na produção de sentidos. Nessa ambiência, os processos de significação também se encontram alterados. Ocorre a

diluição das fronteiras entre emissores e receptores de discursos, tornando cada vez mais complexa e produtiva a relação entre enunciador e enunciatário. A nova configuração do processo midiático, que se instaura com o fenômeno da midiatização, pode ser compreendida através do conceito de circulação.

A questão defendida pelos teóricos que estudam a circulação, sob a perspectiva da midiatização, é que os modelos de transmissão-recepção de sentidos, segundo *feedbacks* lineares, tão difusos pela Escola Funcionalista americana, não conseguem explicar os fluxos interacionais que transpassam a “arquitetura comunicacional” contemporânea. “A midiatização vai dando nova conformação à organização social e ao seu funcionamento gerando, de modo complexo, mutações nas condições de circulação de sentidos” (FAUSTO NETO, 2018, p.15). No contexto da nova ambiência, as relações estabelecidas entre o polo da emissão e o polo da recepção são configuradas em torno de acoplamentos que geram interações e formam fluxos imprevisíveis.

Concordando com este pensamento, Neves (2018) pontua que entre a produção e a recepção, o processo interacional é movido por descontinuidades e contrastes nas relações entre quem produz e quem recebe a mensagem. Deste modo, os discursos que transitam por esses caminhos não determinísticos suscitam a possibilidade de “efeitos variados, múltiplos, dispersos e não convergentes, com desarticulação entre lógica de oferta e de mensagem e o destino que lhe é dado por seus usuários” (NEVES, 2018, p. 128). Em vias de midiatização, a sociedade vivencia um novo cenário sociotécnico-discursivo, com novas formas de organização da circulação de discursos.

A circulação, que por muito tempo foi subestimada e/ou ignorada pelos estudos da comunicação, se apresenta como lugar de produção, onde ocorre a regulação de sentidos. “As gramáticas de produção e de reconhecimento perdem suas marcas de fronteiras. É no espaço da circulação que se realiza o trabalho de negociação e apropriação de sentidos, é nela que se propõe e se apropria de discursos” (NEVES, 2018, p. 128).

No intento de melhor compreender o conceito de circulação, Pernisa Júnior (2016) recupera a ideia de “fluxo adiante”, de José Luiz Braga, para reafirmar a impossibilidade de, a partir das postagens lançadas na rede - seja ela social ou não - determinar os percursos de circulação. Para ele, é dessa forma que o caos se instala. O fluxo não pode ser controlado. A mensagem estará circulando sempre adiante.

“Tanto emissão como a recepção já não podem dar conta do que está ocorrendo, e instaura-se uma zona de indeterminação em que atua a circulação” (PERNISA JÚNIOR, 2016, p. 42).

Tal compreensão ajuda a retomar Fausto Neto (2018), quando contextualiza que a atividade da circulação, na sociedade em processo de midiatização, não se refere apenas a uma “zona de passagem” ou um “elo intermediário” entre os polos emissor e receptor. A circulação aqui discutida é aquela que vai “além das bordas”. Isso pressupõe que “quem recebe a mensagem também pode trabalhá-la e reconfigurá-la a seu modo, fazendo com que novas formas de percebê-las sejam possíveis” (PERNISA JUNIOR, 2016, p.70). Daí, portanto, a grande importância conferida às redes sociais hoje, que patrocinam inúmeras e novas modalidades interacionais, em fluxo sempre adiante.

O desenvolvimento tecnológico criou uma nova ordem ou uma reconfiguração da ecologia comunicacional, impactando várias esferas da vida social e cultural. Parafraseando Gomes (2016), os estudos sobre midiatização e circulação podem ajudar, neste sentido, no esforço de compreender as particularidades que emergem deste novo modo de ser e de estar no mundo. Essa discussão se torna oportuna para melhor perceber práticas e experiências sociais inauguradas pelo YouTube, como a recuperação e o consumo de vídeos antigos, exemplos da imprevisibilidade do comportamento dos sujeitos nessa nova arquitetura comunicacional.

3.2 O uso do YouTube como arquivo cultural: possibilidades e limitações

Burgess e Green (2009) destacam que o YouTube foi lançado com o intuito das pessoas postarem vídeos próprios, produções caseiras, como se fosse a “sua televisão”. Dois meses após o nascimento da plataforma, o “Quem Somos” da página oferecia pistas e dicas vagas para explicar como o YouTube poderia ser utilizado pelos usuários:

Exiba seus vídeos favoritos para o mundo. Faça vídeos de seus cães, gatos e outros bichos. Publique em seu *blog* os vídeos que você fez com sua câmera digital ou celular. Exiba seus vídeos com segurança e privacidade aos seus amigos e familiares no mundo todo... e muito, muito mais! (BURGESS; GREEN, 2009, p. 20).

Os autores observam que, mesmo insistindo que o site se destinava ao compartilhamento de vídeos pessoais, a orientação não foi seguida ao cabo pelos usuários. A ação dos internautas transformou a plataforma num arquivo acidental. Logo no início das atividades do serviço, o YouTube foi utilizado como meio de circulação de velhas chamadas promocionais, vinhetas de programas, clipes musicais antigos, documentários, comerciais e programas infantis. Resultado de várias horas de trabalho amador dos colecionadores e curadores apaixonados por televisão. Esses usuários também são denominados por Burgess e Green (2009) como arquivistas, atentando para o fato de utilizarem o YouTube como arquivo cultural.

Segundo os autores, essa noção do YouTube como arquivo é importante para a herança cultural da sociedade, pois, complementa práticas especializadas de manutenção de arquivos culturais das iniciativas governamentais (bibliotecas e museus públicos) ou empresas de mídia, considerando que essas instituições culturais públicas e os veículos de comunicação também utilizam a infraestrutura do site como repositório. Mas, os autores lembram que o YouTube oferece seus serviços com finalidades comerciais, o que deixa questões em aberto - ou que precisam ser formuladas corretamente - sobre o futuro do arquivamento de vídeos na plataforma.

As atividades coletivas de milhares de usuários, cada um qual com seus entusiasmos individuais e interesses coletivos ecléticos, resultam em um arquivo verdadeiramente vivo da cultura contemporânea formado a partir de uma grande e diversa gama de fontes. Na verdade, se o YouTube persistir por tempo suficiente, o resultado será não apenas um repositório de conteúdos de vídeos antigos, mas algo até mais significativo: um registro da cultura popular contemporânea global (incluindo a cultura vernacular e cotidiana) na forma de vídeo, produzida e avaliada de acordo com a lógica do valor cultural que emerge das escolhas coletivas da compartimentada comunidade de usuários do YouTube. Assim, o YouTube está evoluindo para se tornar um imenso arquivo público, heterogêneo e, em grande parte, acidental e desorganizado (BURGESS; GREEN, 2009, p. 120).

É nesse panorama que estão inseridos os colecionadores amadores e profissionais, curadores ou arquivistas, que digitalizam fitas VHS, fazem edição, envios de arquivos para o YouTube, adicionam palavras-chave, descrevem o vídeo que está sendo publicado e organizam listas de execução, as *playlists*. Além disso, precisam estar atentos a lei de direitos autorais e os Termos de Uso da plataforma, que disciplinam a conduta dos usuários, quanto à propriedade intelectual dos conteúdos publicados. A discussão sobre essas barreiras legais é um dos pontos mais

sensíveis em relação à circulação e permanência de arquivos no site. Nem tudo pode ser publicado e nem toda postagem se mantém, se as regras forem violadas.

Lima (2006) explica que o direito autoral é a condição que o autor tem de usufruir dos benefícios de sua criação. O direito é concedido a quem cria obras literárias, científicas e artísticas, o que garante ao seu criador a possibilidade de associar seu nome a sua criação, dando poderes sobre sua reprodução ou transmissão da forma que achar mais conveniente e interessantes aos seus interesses. O autor lembra que o direito autoral no Brasil também é um preceito da Constituição Federal, inscrito nos “Direitos e Garantias Fundamentais”. O texto constitucional diz:

XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar;

XXVIII - são assegurados, nos termos da lei:

- a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;
- b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas (BRASIL, 1988, Art. 5º).

Aliado à legislação nacional, o YouTube conta com regras e políticas específicas quanto à observância dos direitos autorais na sua comunidade virtual. Antes de tudo, a plataforma⁹ orienta que os criadores devem enviar apenas vídeos de própria autoria ou os que estiverem devidamente autorizados para o uso. Portanto, vídeos cujos direitos autorais sejam de propriedade de terceiros, como faixas de música, trechos de programas protegidos por direitos autorais ou vídeos feitos por outros usuários, só podem ser publicados com as devidas autorizações.

A plataforma também inseriu na sua política um item de uma lei norte-americana denominado de “Uso Justo”¹⁰ (*fair use* em inglês). Desta forma, em certas circunstâncias, o YouTube permite a reutilização de material protegido por direitos autorais, sem a necessidade da permissão do detentor dos direitos autorais. Contudo, o uso justo é aplicado de acordo com a lei de casa país. Nos Estados Unidos, por exemplo, trabalhos de comentário, críticas, pesquisas, ensino ou reportagem podem

⁹ Regras e políticas de direitos autorais no *YouTube*. Disponível em: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/copyright/>. Acesso: 12 Set. 2020.

¹⁰ Sobre o Uso Justo: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/copyright/#fair-use>. Acesso: 12 set. 2020.

ser considerados de uso justo, dependendo do caso. Ou seja, o material pode ser utilizado por terceiros sem a permissão do criador. No Brasil a doutrina do *fair use* não existe, contudo, a Lei N. 9.610/98 é que regulamenta os direitos autorais no país.

Em caso de violação de direitos autorais no YouTube, o criador do vídeo pode preencher o formulário eletrônico DMCA (*Digital Millennium Copyright Act*)¹¹, ferramenta acessível a todos os usuários da plataforma e disponível em todos os idiomas. Após uma reclamação ser considerada válida, o vídeo é retirado e o site emite um aviso de direitos autorais ao usuário infrator. O usuário que receber três avisos de direitos autorais em 90 dias, tem sua conta encerrada, junto com os canais a ela associados. O YouTube também possui ferramentas para que usuários denunciados resolvam seus avisos e solicitem uma retratação ou contranotificação sobre a denúncia.

Nessa esteira, as regras e políticas de direitos autorais no YouTube disciplinam e determinam a existência ou não de canais, sobretudo, aqueles voltados para a publicação de arquivos oriundos de terceiros, como no caso dos colecionadores ou curadores que utilizam em suas páginas conteúdos produzidos por grandes grupos de comunicação. Fica claro, portanto, que é possível utilizar os recursos da plataforma visando a manutenção de memórias, desde que estas não transgridam os limites impostos pelo site. Contudo, a preservação de memórias na internet é uma discussão atravessada por uma série de problemáticas.

Para além das barreiras legais, Termos de Uso do YouTube e lei de direitos autorais, Burgess e Green (2009, p. 121) também destacam outros desafios relacionados ao site, enquanto repositório de recursos culturais, e lançam as seguintes questões sobre o futuro da plataforma e a preservação dos conteúdos: “quem arquivará o arquivo? E o que será preservado?”. As reflexões visam discutir se de fato a herança cultural do YouTube sempre estará disponível e se eventuais decisões sobre o que se deve ser preservado obedeceriam a critérios de importância cultural e histórica.

Nessa vertente, estudos em Ciências da Informação se voltam para as atuais condições de arquivamento na web, tendo em vista o considerável volume de dados que diariamente é depositado na rede. Costa, Gomes e Silva (2016) levantaram

¹¹ Link para acesso ao formulário DMCA: https://www.youtube.com/copyright_complaint_form. Acesso: 12 set. 2020.

preocupações ao verificarem que é pequena a quantidade de dados arquivados em comparação com a quantidade de dados que está sendo publicada *on-line*. Entre 2010 e 2014, os autores identificaram padrões, tendências, desafios e oportunidades sobre o armazenamento de dados na internet, propondo, ao fim da pesquisa, estratégias e diretrizes para o desenvolvimento de melhores tecnologias. Mesmo com amostras que constatarem que nos últimos anos houve um crescimento de iniciativas que se dedicam à preservação da informação digital, a pesquisa apresenta resultados inquietantes. Das páginas verificadas na web, 80% já não estavam mais disponíveis na sua forma original, após um ano de publicação, 13% das referências *on-line* de artigos acadêmicos desapareceram após 27 meses, e 11% de recursos de mídia social foram perdidos após um ano.

Rockembach e Pavão (2018) defendem que é fundamental garantir a acessibilidade dos conteúdos publicados na web, sobretudo nas redes sociais, por meio de políticas de preservação. Por serem plataformas que possuem arquitetura fechada, a conservação dos conteúdos das redes sociais depende das ações das próprias empresas desenvolvedoras, que devem definir a infraestrutura tecnológica e estabelecer políticas de arquivamento. A perspectiva dos autores vai ao encontro das reflexões ecoadas por Burgess e Green (2009), quando tentam traçar o futuro do YouTube e do volume de dados que o site abriga. O que fará o site para preservar essa herança cultural?

4 METODOLOGIA

A pesquisa acadêmica, para Silva (2019), implica um “fazer-vir”, um descobrimento do que está encoberto, de modo a deixar o objeto de estudo dizer “o que ele é”. Isso se operacionaliza, de acordo com Lopes (2005), quando o pesquisador é levado a construir um guia metodológico para situar a pesquisa no plano da prática, indicando o conjunto de decisões e escolhas particulares empreendidas ao longo da investigação.

Do mesmo modo, a proposta deste capítulo é versar sobre os procedimentos metodológicos definidos, tendo em vista a necessidade de se fornecer respostas ao problema de pesquisa levantado e de contemplar os objetivos propostos no início deste trabalho. Apresentam-se ainda os objetos selecionados para o desenvolvimento da parte empírica do estudo: os canais Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos e Arquivo Marckezini, no site YouTube.

Considerando que a pergunta de pesquisa problematiza a rotina produtiva desses espaços mnemônicos, busca-se inquirir sobre as práticas de aquisição, seleção e publicação dos arquivos jornalísticos que são colocados para o consumo dos demais usuários da plataforma de compartilhamento de vídeos.

Inicialmente, cabe explicar como se chegou aos canais aqui citados. Movido pela inquietação em conhecer as práticas de ativação e repercussão da memória coletiva no YouTube, com foco nos conteúdos jornalísticos, este estudo encontrou dificuldades para mapear ou listar todos os canais brasileiros que têm como finalidade a recuperação de gravações caseiras da TV em formato VHS para arquivos digitais e disponibilização dos vídeos no site. Isso porque essas iniciativas não entram no *ranking*¹² dos maiores canais do YouTube, cuja aferição tem como base o número de usuários de inscritos em um dado canal.

Ao realizar um levantamento exploratório na internet sobre a pertinência das ações patrocinadas pelos canais de memória, deparou-se com o artigo “A incrível recuperação da memória da televisão brasileira no YouTube”, escrito pelo jornalista e pesquisador Fábio Marckezini e publicado, em 06 de março de 2017, no site TV

¹² O *Social Blade* é um site gratuito que presta o serviço de rastreamento de estatísticas e análises de mídias sociais. A página oferece ferramentas para listar e filtrar os maiores canais do YouTube no Brasil e no mundo. Contudo, os canais de memória são figuram no *ranking*. Disponível em: <https://socialblade.com/youtube/>. Acesso em: 31 jul. 2020.

História - página que realiza coberturas dos bastidores e relembra momentos marcantes da TV brasileira. O artigo destaca a importância do YouTube para a preservação da memória dos meios de comunicação de massa e lista 12 canais, que segundo o autor do texto, são iniciativas de sucesso já consolidadas na plataforma. Os canais apontados foram: TV Mofo, Pedro Janov, Videoteca do Puga, Acervo 80 JHL, Fita Jóias, Arquivo AGC, Arquivos 1000, Arquivo Marckezini, Arca da Fuzarca, Juliano Trindade, Ergon 86, Memórias da TV. Todos com um considerável número de inscritos (entre 10 mil e 210 mil inscritos) e um razoável tempo de atividade no YouTube (a experiência mais antiga data de 2008).

Com base na leitura do referido artigo e explorando cada página citada, descobriu-se que os canais Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos e Arquivo Marckezini são administrados por profissionais da comunicação que, nas horas vagas, compartilham vídeos antigos com seus públicos. Outra semelhança é que ambos os canais privilegiam conteúdos jornalísticos nas postagens.

Até 20 de julho de 2020, o canal Pedro Janov tinha 210 mil inscritos e 3.140 publicações. O canal era administrado por Danilo Rodrigues e existia desde 26 de novembro de 2012 e acumulava 52.395.800 de visualizações. Contudo, a página foi delatada pelo YouTube, após sofrer a denúncia da TV Globo por violação de direitos autorais em quatro vídeos, dentre eles, a edição do Globo Repórter - perfil Chico Anísio (25/10/1984) - e uma edição do Jornal Nacional (10/11/1997). Depois dos *strikes* – expressão usada pela plataforma para se referir às penalizações contra quem desobedece às diretrizes de comunidade – Danilo Rodrigues criou um canal, agora com o nome Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos, contabilizando 5.760 inscritos, 968 vídeos publicados e 1.164.641 visualizações¹³. Mesmo com a intercorrência da queda do canal Pedro Janov, optou-se por manter nesta pesquisa a página criada por Danilo Rodrigues, haja vista que o jornalista possui longa vivência com o trabalho de descobertas de memórias, mantendo páginas no YouTube desde 2006. Além disso, possui um acervo físico de mais de 16 mil cópias de DVD e fitas VHS – contando com material gravado por ele e lotes de fitas comprados pela internet. Danilo Rodrigues se descreve como “alguém que tem a sina de gostar de TV antiga e gostar de compartilhar material dela com os outros”¹⁴.

¹³ Dados conferidos entre os dias 25 e 26 de abril de 2021.

¹⁴ Trecho extraído da descrição do canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos. Disponível em: <https://youtube.com/channel/UCDeAlnxEWyPcJ7FMY0dsaBQ/about>. Acesso em 01 ago. 2020

A segunda página definida como objeto de estudo é o Arquivo Marckezini do editor de conteúdos e pesquisador Fábio Marckezini. Existe desde 31 de outubro de 2013, com 95.400 inscritos e 1.878 vídeos publicados, num total de 27.690.147 visualizações. O intuito do canal é compartilhar momentos históricos da televisão, da cultura e da política. A página também realiza entrevistas com jornalistas, profissionais de TV e usuários do YouTube para tratar sobre a história da televisão.

Postos os critérios de seleção dos objetos de estudo, detalham-se os próximos passos metodológicos, que se efetivam a partir do acionamento da técnica da entrevista e da análise de conteúdo. Mesmo a pesquisa estando voltada para as rotinas e práticas dos canais definidos, o estudo não deixa de olhar para os vídeos compartilhados nesses lugares de memória.

Antes, contudo, cabe lembrar uma fase muito importante para este trabalho: o mapeamento e delineamento de pesquisas já consolidadas, fundamentando as questões vinculadas aos objetivos aqui propostos. Neste sentido, o uso da pesquisa bibliográfica representa “o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto até a apresentação de um texto sistematizado” (STUMP, 2005, p. 51). Tenciona-se, portanto, aportes teóricos que promovem reflexões sobre memória, mídias digitais, jornalismo, midiatização e circulação.

4.1 Compreendendo as rotinas dos canais

Para melhor compreensão das rotinas comunicacionais dos canais Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos e Arquivo Marckezini, quanto ao processo de compartilhamento de arquivos jornalísticos no YouTube, optou-se pela utilização da técnica da entrevista em profundidade semiestruturada. A ideia é entender as lógicas de publicação, considerando desde o processo de aquisição dos arquivos até a disponibilização na plataforma.

De acordo com Jorge Duarte (2010), a entrevista em profundidade é uma ferramenta metodológica, cuja finalidade é recolher respostas a partir do conhecimento e experiência de uma fonte sobre um determinado assunto. A técnica aplicada a este estudo irá permitir descrever processos, fluxos, problemáticas ou juízos de valores, de modo a aprofundar as discussões sobre mídia, jornalismo e memória. A entrevista semiestruturada ou semiaberta se apoia, segundo o autor, num

roteiro de perguntas que são pensadas de acordo com o problema de pesquisa ou mesmo com marco teórico, o que confere validade à investigação empreendida.

Esta técnica, afirma Gil (2008), ser muito eficiente na obtenção de dados referentes aos mais diversos aspectos da vida social e possibilita dados em profundidade acerca do comportamento humano. “A entrevista é utilizada, em geral, quando objeto de pesquisa são opiniões, vivências ou experiências de pessoas a respeito de um tema ou uma situação” (MARTINO, 2018, p. 113).

Com vistas a um levantamento qualitativo, foi aplicada a técnica da entrevista com os administradores dos canais: Danilo Rodrigues, do Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos; e Fábio Marckezini, do Arquivo Marckezini. “A escolha dos entrevistados está relacionada com o que se pretende saber” (MARTINO, 2018, p. 113). Nesta pesquisa, os depoimentos dos jornalistas se constituem fundamentais para o seguimento das demais fases da investigação, pois são fontes de informação que estão diretamente envolvidas com as questões centrais do estudo. Duarte (2010) pondera que a seleção de entrevistados nos estudos qualitativos não é probabilística, como ocorre nas abordagens quantitativas. A definição de quem será ouvido depende do julgamento do pesquisador que faz suas escolhas a partir de critérios subjetivos que se relacionam ao objetivo da pesquisa.

Tendo em vista o caráter excepcional que se vivencia desde o ano de 2020, em razão da pandemia do novo coronavírus¹⁵, as entrevistas semiabertas foram realizadas por meio dos dispositivos de videoconferência: Google *Mett* e *Zoom*, nos dias 23 e 24 de novembro de 2020. Para preparação desta fase, foi aplicado um roteiro de perguntas (ver apêndice A), que explorou nuances dos objetos analisados, como origem dos canais, rotinas estabelecidas no YouTube, percepções sobre memória, direitos autorais e os laços construídos com as audiências das páginas. Contudo, para além do roteiro, outras questões não previstas surgiram ao longo das conversas, garantindo uma margem de liberdade para entrevistados e entrevistador para acrescentar outras considerações. A entrevista com o editor de conteúdos Fábio

¹⁵ No dia 11 de março de 2020, o diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), Tedros Adhanom, anunciou que a organização classificou o novo coronavírus como pandemia. A declaração ocorreu quando casos declarados de infecção já eram registrados em mais de 115 países - WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 – 11 March 2020. Disponível em: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>. Acesso: 22 mai. 2021.

Marckezini teve duração de 01h02min38s, enquanto o diálogo com Danilo Rodrigues foi de 01h20min25s. Após as entrevistas, na sistematização do texto, os dados obtidos foram estruturados em eixos temáticos, destacando os pontos mais relevantes para o corpus da análise, tais como: histórico do canal, administração do acervo e relação com o público.

4.2 Análise de conteúdo

Para atingir as finalidades da investigação, também foi proposto um olhar quantitativo, por meio da análise de conteúdo (AC), a fim de categorizar as postagens dos canais, de modo a identificar as características das publicações e temáticas redimensionadas. A estratégia se configura como uma forma de se ter uma visão dos conteúdos que integram as páginas. Os resultados da análise de conteúdo foram tensionados ou complementam as informações obtidas nas entrevistas. Nessa esteira, a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas que se presta a analisar as comunicações, cujo interesse “não reside na descrição dos conteúdos, mas sim no que estes nos poderão ensinar após serem tratados (por classificação, por exemplo) relativamente a ‘outras coisas’” (BARDIN, 1977, p. 38).

Moraes (1999, p. 08) acrescenta que “a matéria-prima da análise de conteúdo pode constituir-se de qualquer material oriundo de comunicação verbal ou não-verbal”, sejam cartas, jornais, livros, discos, gravações, fotografias, vídeos etc. Assim, os dados provenientes de qualquer uma dessas fontes chegam ao pesquisador em estado bruto, prontos para serem sistematizados e interpretados. Para isso, de acordo com Bardin (1977), é preciso delimitar o corpus da pesquisa por meio de uma leitura flutuante ou uma primeira leitura do material, de modo a organizar o que será analisado.

Considerando que os canais Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos e Arquivo Marckezini realizam publicações de conteúdos em formatos diversos no YouTube, optou-se por analisar todo o material jornalístico disponível em cada página, no sentido de compreender o espaço que as antigas notícias ocupam na rotina de postagens. Foram analisados todos os programas jornalísticos disponíveis em ambos os canais, descartando desta pesquisa os vídeos publicitários ou produções de entretenimento. O número total de postagens que compõem o recorte é de 761 –

compreendendo 371 publicações no canal Arquivo Marckezini e 390 no canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos.

Para dar seguimento à pesquisa, tornou-se imprescindível a definição das categorias de análise. A categorização é:

Uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o género (analogia), com os critérios previamente definidos. As categorias, são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registo, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos (BARDIN, 1977, p. 117).

Com vistas à análise, seguindo um protocolo de pesquisa (ver apêndice F), buscou-se verificar, por meio das categorias, as temáticas ou assuntos presentes nos canais selecionados, além de oferecer um panorama de como as páginas são construídas. A categoria **temas** tem as variáveis: política, economia, cultura, ciência, cidade, polícia, internacional, educação, esportes, religião, tecnologia e outros temas. Visa-se, portanto, organizar os conteúdos jornalísticos em subcategorias, de modo a se levantar informações sobre quais temas podem ser encontrados em maior ou menor quantidade nesses espaços de memória. Observar as temáticas é fundamental para se perceber a natureza dos conteúdos inseridos nos canais.

A segunda categoria de análise foi a **origem dos conteúdos**. Basicamente, propõe-se a verificar a procedência dos vídeos postados nos canais, detalhando de quais emissoras de televisão ou empresas jornalísticas são oriundos e os **programas recorrentes** - cujos vídeos foram gravados e apropriados no YouTube -, determinando o nome dos programas que são mais frequentes.

O **ano de produção dos vídeos** também se constitui objeto de análise, no sentido de observar a distância temporal que separa esses registros do tempo presente. Vale pontuar que os vídeos com datas mais longínquas tentem a ser considerados raridades em relação aos vídeos cuja produção é mais recente, dada às condições de gravação de imagem de cada época.

Outro ponto analisado foi a **duração média dos vídeos**. Com os resultados, foi possível inferir se os canais publicam mais trechos ou a íntegra de programas telejornalísticos. Como escala de aferição, foram considerados vídeos curtos aqueles com duração de até 15 minutos; vídeos médios com duração entre 15 e 30 minutos; e vídeos longos, a partir dos 30 minutos.

Quanto às características dos conteúdos disponibilizados nos canais, também foram analisados os **gêneros dos programas**. No levantamento de dados desta categoria, utilizou-se a classificação de gêneros televisivos proposta por Aronchi (2004) e Fachine (2001). Mesmo tendo como objetos de estudo páginas navegáveis na internet, deve-se considerar que os canais aqui referidos publicam conteúdos que foram pensados para a televisão.

Desta forma, o autor propõe que as categorias entretenimento, informação, educação, publicidade e outros são os cinco gêneros predominantes na TV brasileira. Para esta pesquisa utiliza-se o gênero da categoria informação, pelo fato da análise se voltar aos produtos jornalísticos. Assim, tendo como base a subclassificação de Aronchi (2004) nesta categoria, serão considerados os programas com os seguintes formatos: debate, documentário, entrevista e telejornal.

De acordo com Aronchi (2004), debate é um programa que reúne vários entrevistados para discorrer sobre um assunto, no qual os convidados opinam ou respondem as indagações dos apresentadores entrevistadores. O documentário é um gênero que apresenta assuntos do cotidiano, abordagens históricas, socioeconômicas e científicas, de forma crítica e aprofundada. No caso da entrevista, constitui um programa que tem como foco um entrevistado, tratando de vários assuntos do seu domínio, bem como da vida do próprio convidado. Por fim, o telejornal é um programa que reúne matérias e reportagens sobre os fatos mais atuais de uma sociedade.

Considerando que, no andamento da coleta de dados, foram verificadas a ocorrência de gravações de coberturas ao vivo – formato que não fora previsto na classificação de gêneros da informação de Aronchi (2004) –, optou-se por incluir essa subcategoria no protocolo de pesquisa. O formato é fundado na transmissão direta, “cujo sentido está intrinsecamente associado à simultaneidade entre a realização do acontecimento e sua transmissão pela TV” (FACHINE, 2001, p. 21). De acordo com a autora, a imprevisibilidade é o grande atrativo deste tipo de formato.

5 POR TRÁS DOS ACERVOS: AS ROTINAS PRODUTIVAS DOS CANAIS ARQUIVO DE VÍDEOS E ARQUIVO MARCKEZINI

De um ponto de vista descritivo, o capítulo 5 apresenta um panorama das práticas desenvolvidas pelos colecionadores de gravações antigas da TV, Fábio Marckezini e Danilo Rodrigues, que foram selecionados para esta pesquisa. Nos dois tópicos a seguir, são verificadas as rotinas dos canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos, a fim de compreender como se operacionaliza a redescoberta de memórias da televisão brasileira - com ênfase nos registros jornalísticos - nesses espaços do YouTube. A discussão dos resultados será feita no capítulo seguinte, após a apresentação da análise de conteúdo, considerando que os dados complementam ou ratificam elementos apreendidos nas entrevistas.

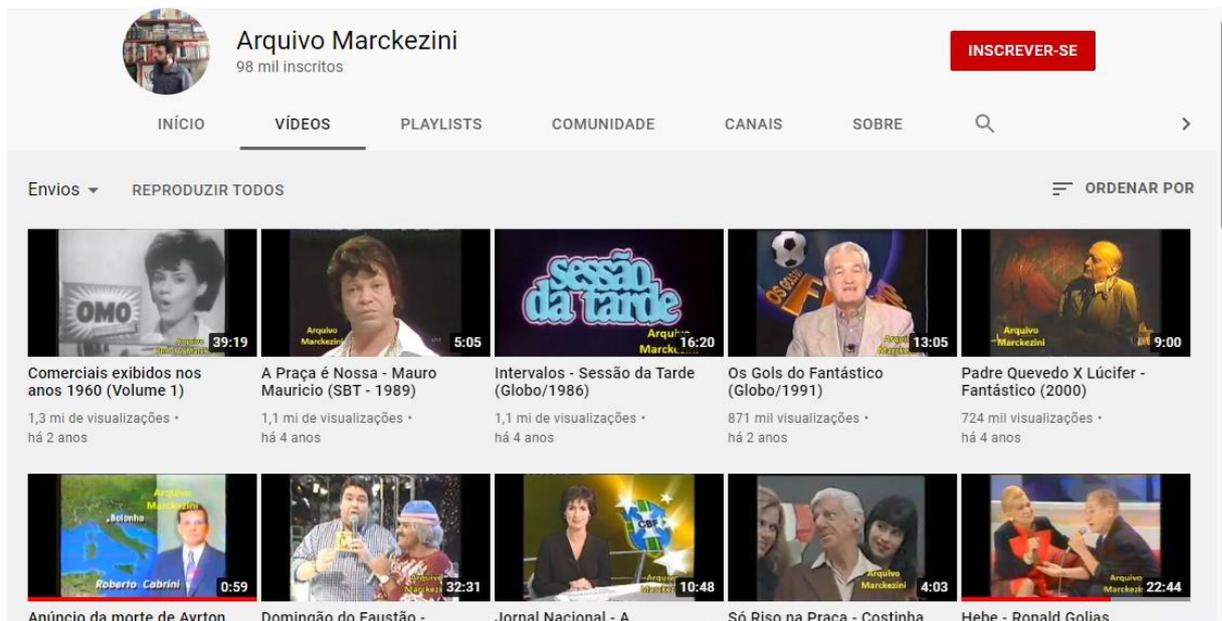
As informações contidas neste capítulo foram obtidas por meio de entrevistas em profundidade semiestruturadas, realizadas entre os dias 23 e 24 de novembro de 2020, de forma on-line, em virtude da pandemia do novo coronavírus, que impossibilitou que esta etapa do levantamento fosse cumprida de forma presencial, como foi destacado no capítulo anterior, ao discorrer sobre a metodologia aqui trabalhada.

Três eixos temáticos delineiam o desenvolvimento das próximas páginas, a saber: **1) Informações preliminares do canal** pontuam o surgimento dos hábitos de gravar programas, colecionar vídeos e criar páginas na internet para compartilhar as imagens com terceiros; **2) Administração do acervo e critérios de publicação** versa, de modo aprofundado, sobre as rotinas dos administradores dos canais para digitalizar, catalogar e selecionar conteúdos, definição de dias e horários para *posts* e a manutenção dos acervos físicos e digitais, considerando questões de ordem financeira e legal, por conta das diretrizes de direitos autorais, que influenciam diretamente nos rumos a serem tomados por cada canal; **3) e a relação com o público** que é fundamental nesse processo de acionamento de memórias e de produção e circulação de sentidos. Mas, por hora, buscou-se conhecer o perfil da audiência que navega e que consome notícias antigas e entender como os administradores dos canais tecem e alimentam laços com quem se conecta às suas páginas.

5.1 Informações preliminares do Arquivo Marckezini

A primeira entrevista realizada para este estudo ocorreu no dia 23 de novembro de 2020, de forma on-line, via aplicativo Google Meet. O entrevistado foi Fábio Marckezini, 35 anos de idade, editor de conteúdos, formado em Rádio e TV pela Universidade Bandeirante de São Paulo (UNIBAN). Fábio é idealizador do Arquivo Marckezini, canal de vídeos antigos no YouTube que já acumula mais de 94 mil inscritos e quase dois mil vídeos publicados.

Figura 1 - *Homepage* do canal Arquivo Marckezini no YouTube



Fonte: YouTube

O contato com as fitas VHS e o videocassete começou em 1994, quando Fábio Marckezini tinha nove anos de idade. Esse período foi marcado pela trágica morte do piloto brasileiro de Fórmula 1, Ayrton Senna, que faleceu horas depois de perder o controle do carro e chocar-se violentamente contra um muro de concreto, no Grande Prêmio de San Marino, em Ímola, na Itália. Era 1º de maio daquele ano, quando a cena do acidente foi transmitida ao vivo para vários países. A morte do piloto provocou uma das maiores comoções da história do Brasil e teve repercussão mundial.

Fã declarado de Ayrton Senna, Fábio Marckezini lembra que nessa época o pai havia acabado de comprar um videocassete novo. “Foi um impacto muito forte. O meu pai falou que a gente tinha que gravar e guardar aquilo, porque era um momento

histórico que a gente estava vivendo” (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]). A partir de então, a criança que admirava o mais notável piloto brasileiro de Fórmula 1 da época percebeu que o aparelho ligado à televisão da sala de sua casa poderia gravar para a posterioridade tudo aquilo que achasse interessante.

O jovem seguiu gravando programas jornalísticos – sobretudo os acontecimentos e coberturas que considerava importantes –, programas de entretenimento e clipes musicais. Gravou trechos da programação da TV, entre 1994 e o início dos anos 2010 – além de receber algumas fitas doadas pelo colecionador Danilo Rodrigues, de quem é amigo. Em casa, guarda cerca de 700 fitas VHS, que estão sendo digitalizadas e os conteúdos gravados publicados no YouTube.

Questionado sobre as motivações de criar um canal no YouTube para compartilhar vídeos que gravou desde a infância, Fábio Marckezini (2020 [entrevista]) explica que o canal “[...] foi uma válvula de escape que deu certo”. Em 2016, o editor de conteúdos não estava feliz profissionalmente e, ao observar alguns acervos de vídeos na internet, decidiu compartilhar com os internautas fragmentos do seu arquivo, a fim de suprir algo que a profissão não estava lhe proporcionando naquele momento, de acordo com a sua autocrítica. As fitas, que já foram percebidas como um “acúmulo de tralha em casa”, se tornaram matéria-prima para o Arquivo Marckezini, canal criado em 31 de outubro de 2013, mas que só ganhou tal nomenclatura e fluxo de publicações três anos depois.

5.1.1 Administração do acervo e critérios de publicação: as rotinas de Fábio Marckezini no YouTube

Dispor de um vultuoso acervo de vídeos exige dinheiro, tempo e espaço – seja físico ou virtual. Fábio Marckezini organiza as fitas VHS que possui em uma estante de sua casa, enfileiradas na posição vertical. De todo material armazenado, apenas as fitas gravadas pelo editor de conteúdos foram catalogadas, à medida que gravava as imagens da televisão. No catálogo constam informações básicas como o nome do programa gravado, emissora de TV que realizou a transmissão e o dia, mês e ano que as imagens foram ao ar. Fitas VHS provenientes de doações de terceiros não estão catalogadas, por falta de tempo. “[...] Quando eu pego nessa fita, é um dia que eu tenho tempo, que eu vejo o que tem ali, que eu anoto. São muitas fitas, muito conteúdo e faltou tempo”, explica Marckezini (2020 [entrevista]).

Embora o administrador do canal de memórias tenha se mostrado pouco confortável para especificar sobre os aparelhos utilizados no processo de digitalização das imagens, Fábio Marckezini considera possuir equipamentos “arcaicos” para converter fitas em arquivos digitais. Tudo o que digitaliza destina-se exclusivamente às publicações para o YouTube. Não armazena os vídeos em *pendrives* ou HD externos, por demandar alto custo para guardar inúmeras horas de imagens. Apesar de não ter o acervo completamente digitalizado, Fábio Marckezini garante que prima pela preservação das fitas para não perder os registros.

Questionado se há edição ou melhoramento na qualidade dos vídeos para inserção no canal mantido no YouTube, o administrador da página explica que apenas realiza a conversão dos vídeos analógicos em vídeos digitais, não executando nenhum processo que resulte em imagens com melhores resoluções do que os registros das fitas VHS. Contudo, ele narra uma prática que costuma adotar com certa frequência, quando dispõe de um programa gravado na íntegra. Por meio de um *software* de edição de vídeos, o editor de conteúdos separa os intervalos comerciais dos blocos dos programas e estabelece um cronograma de publicações para o canal do YouTube que prevê *posts* de conteúdos publicitários antigos e *posts* de programas, sejam eles jornalísticos ou não. A divisão desse tipo de conteúdo é pensada para atender segmentos do público que acessam o acervo e optam por rever peças publicitárias ou produções da TV. Segundo Fábio Marckezini, quem procura por intervalos comerciais antigos também busca entender o momento do país e a vida das pessoas em um determinado período do passado.

Tem programas que eu gravei ou alguém gravou e tem intervalo junto e eu acabo tirando o intervalo e deixo o programa separado. Acho que fica legal, porque cada um pode ver uma coisa. Se tem duas horas de programa, o cara se cansa. Eu consigo tirar isso para que todo mundo tenha acesso somente ao programa e somente ao intervalo. Então, é isso que eu trabalho, de fato, mas, melhorar imagem, não (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]).

Mesmo não ocorrendo um processo de remasterização, ou seja, de melhoria da qualidade da imagem e/ou do som, os vídeos publicados no Arquivo Marckezini contam com um logotipo, sobreposto na parte inferior ou superior das imagens, cujo objetivo é identificar o canal e indicar de qual página partiu o resgate dos arquivos, caso os vídeos circulem por outros canais, plataformas ou sites na internet. Segundo Fábio Marckezini, a ideia da sobreposição de um logotipo sobre os vídeos partiu do

odontologista José Marques Neto, um dos pioneiros no Brasil a promover a memória televisiva na internet, compartilhando achados em blogs, fóruns e por meio do canal Mofo TV¹⁶ no YouTube.

O uso do logotipo sobreposto em vídeos não autorais, ou seja, que não foram produzidos pelos colecionadores de memórias televisivas, se justifica pelo incomodo gerado, quando as imagens são salvas e republicadas em outros canais, não sendo devidamente creditado quem de fato recuperou o arquivo e quem primeiro lançou na internet.

Figura 2 - Exemplo da sobreposição de logotipo em vídeo publicado no canal Arquivo Marckezini.



Fonte: YouTube

¹⁶ O canal Mofo TV está no ar no YouTube desde 01 de julho de 2009. Tem 101 mil usuários inscritos e 980 vídeos publicados, somando 31.676.786 visualizações até abril de 2021. O canal é administrado por José Marques Neto, que abandonou a carreira de dentista para se dedicar a página. O acervo físico do colecionador dispõe de 1.000 fitas VHS e 5.000 DVDs. Link: <https://www.youtube.com/c/MofoTv1/>. Acesso em 14 abr. 2021.

Para esses canais, os vídeos dos colecionadores funcionam como matéria-prima para novas produções que podem, inclusive, render rendimentos financeiros para seus criadores. Fábio Marckezini explica que não é o produtor e/ou criador de todos os vídeos publicados no seu canal, mas, considera injusto não ser citado por quem se apropria das imagens que foram recuperadas a partir de sua atuação na internet.

[...] eu que garimpei aquilo, eu que levei até aquelas pessoas, é um resgate do meu arquivo. Não que aquele material é meu, não. Nunca será meu. Aquilo fui eu que resgatei. Então, se, de algum modo, eu puder colocar que foi a minha pessoa que resgatou, eu vou fazer porque ninguém te dar crédito. Isso é muito injusto. Todo mundo quer compartilhar, todo mundo quer faturar visualizações, likes, receber dinheiro com o YouTube, mas ninguém quer ajudar quem de fato está resgatando (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]).

No Arquivo Marckezini, além dos fragmentos da memória televisiva disponibilizados, também há espaço para debater a história da TV, por meio de produções autorais, com entrevistas e painéis que contam com a participação de profissionais e personagens que fazem parte da comunicação brasileira. Todo o conteúdo disponibilizado não rende nenhuma forma de lucro para canal, como pontua Fábio Marckezini, que garante não comercializar as imagens e não monetizar sua página no YouTube.

Para manter uma rotina de publicações no canal, Fábio Marckezini tenta manter o hábito de realizar duas publicações por semana, sempre às 11h00 da manhã. O trabalho de seleção dos vídeos que farão parte da biblioteca no YouTube é empreendido pelo próprio colecionador, que não conta com colaboradores ou ajudantes na triagem dos arquivos. O trabalho só não é estritamente solitário, porque, vez ou outra, Fábio Marckezini recebe sugestões e orientações da esposa - que também é formada em Rádio e TV – sobre alguns conteúdos encontrados no acervo físico que são interessantes para estarem no canal no YouTube.

Ao ser questionado sobre como as temáticas são definidas, o administrador do canal explica que em dias, semanas ou datas comuns, costuma publicar vídeos que considera interessantes e que não violem as políticas de direitos autorais, se configurando como escolha aleatória. Mas, sempre que possível, o canal procura manter um ponto de encontro entre a agenda de notícias do tempo presente com acontecimentos do passado.

A morte do Senna, por exemplo, no dia 01 de maio, sempre sai alguma coisa voltada ao Senna. Então, tento seguir esse ponto. Outro exemplo: fim de ano. Só posto coisas sobre o fim de ano: comercial, intervalos, retrospectiva etc. Tento manter essa uma ligação. Com o meu trabalho profissional, aprendi muito a ligar datas, a ter uma proximidade com o público nesse ponto e chamar para visualização (MARCCKEZINI, 2020 [entrevista]).

É neste aspecto que Fábio Marckezini encontra nos arquivos jornalísticos uma gama de assuntos que podem ser correlacionados com o tempo presente. Esses conteúdos são mais suscetíveis de serem postados no canal por serem históricos e terem menos probabilidades de sofrer bloqueios da plataforma, como no caso de trechos de novelas, musicais, clipes ou programas e/ou produções recentes que estejam presentes em outros sites de *streaming* e que podem ser reivindicados pelos seus autores.

Em vista disso, considera-se que as regras de direitos autorais e políticas do YouTube também são fatores condicionantes do que é selecionado e publicado pelo Arquivo Marckezini. Para o dono do canal, as diretrizes de propriedade intelectual são compreensíveis. “[...] O vídeo ser bloqueado, por exemplo, não me atinge em nada. O conteúdo não é meu. É um direito de qualquer emissora, de qualquer produtora, de quem quer que for, bloquear vídeos não autorizados. Nunca achei isso ruim” (MARCCKEZINI, 2020 [entrevista]).

A problemática a ser revista, na visão de Fábio Marckezini, é a política de *strike*¹⁷, que é um formato desenvolvido pelo YouTube para punir contas que descumpram as regras do site. Como medidas repreensivas, os canais transgressores podem ser desmonetizados ou sumariamente encerrados. No caso de um canal de memórias – que não busca retornos financeiros – o risco iminente é que um vídeo que receba *strike* possa derrubar os demais conteúdos com o encerramento da conta.

O strike deveria ser direcionado a algo que alguém posta e que, de fato, seja pesadíssimo. Se você for entrar no YouTube agora, vai encontrar um vídeo de exumação de um corpo sem censura nenhuma, para todo mundo ver. O que aconteceu com o canal do Danilo, por exemplo, é complicado, porque eu

¹⁷ O strike pode ser considerado uma espécie de aviso ou advertência. Quando uma conta do YouTube é denunciada ou enquadrada por publicar conteúdos ofensivos, abusivos ou utilizar indevidamente de propriedade intelectual de terceiros, a plataforma averigua se as regras da comunidade foram violadas. Caso a denúncia se confirme, o proprietário do canal recebe a primeira advertência e precisará participar de um curso de Direitos Autorais para entender como eles são aplicados no YouTube. Se o canal receber três strikes poderá: 1) ter a conta e os canais associados a ela encerrados; 2) todos os vídeos enviados ao canal serão removidos; 3) o usuário não poderá criar canais novos. Disponível em: <https://url.gratis/C48nrR>. Acesso em 22 mai. 2021.

acho que a Globo tem o direito de tirar qualquer vídeo do ar, mas, ela derrubou um canal inteiro por causa de um vídeo. É complicado, acho que deveria ser revisto. E isso nos interfere, porque tem muito material que não vai entrar no ar por conta disso (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]).

Além de estar atento às diretrizes do YouTube, o colecionador até já consultou uma advogada para saber se a atividade que desempenha no site por meio do seu canal poderia resultar em processos na justiça. Por não comercializar as imagens e por identificar e creditar quem as produziu, Fábio Marckezini garante nunca ter sido alvo de ações judiciais, ao passo que desconhece alguém que foi processado por publicar vídeos antigos no YouTube.

O motivo que justifica a existência do Arquivo Marckezini, de acordo com o seu criador, é a dificuldade de acesso aos registros históricos das emissoras de televisão no Brasil. As redes de TV melhoraram as condições de preservação dos seus arquivos, contudo, não disponibilizam a íntegra dos conteúdos ao público, o que, conforme Fábio Marckezini, deveriam fazer, já que são concessões públicas.

Não que a Globo ou SBT, Bandeirantes, Cultura não preservam o material. É a questão do acesso. É uma concessão pública e o povo não tem acesso. Não sei se você sabe, mas, para você conseguir (algum tipo de arquivo), você consegue, só que tem que pagar um valor, uns R\$ 5.000,00, R\$ 10.000,00, R\$ 20.000,00 sobre alguma fita ou algum programa. É uma grana muita alta. Pela preservação, tem melhorado, a gente viu. Há uma recuperação. A Bandeirantes tem feito uma recuperação do arquivo, só que o acesso é sacanagem. Eles não colocam isso para o público, faculdades e pessoas de um modo geral, porque se tivesse isso, eu pararia o meu trabalho. Se tivessem todos esses acervos no Globoplay da vida, eu pararia o meu trabalho (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]).

Sobre a origem dos conteúdos, o administrador da página pondera que privilegia vídeos de todas as emissoras, mas observa que há uma tendência de se encontrar no canal arquivos da Rede Globo em maior quantidade, tendo em vista que, historicamente, foi e é a emissora mais assistida do país e, conseqüentemente, foi a emissora que as pessoas mais gravaram trechos de sua programação em meados dos anos 1980, 1990 e início dos anos 2000. Época em que o videocassete estava presente nas casas de uma parcela significativa da sociedade brasileira. Vale pontuar que, segundo o Censo Demográfico de 2000, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 35% dos domicílios brasileiros contavam com um videocassete, somando 15.787.151 de aparelhos em números absolutos.

Praticamente um complemento da televisão, os aparelhos de videocassete eram voltados para o lazer das famílias.

A opinião de Fábio Marckezini é que a ocorrência dos registros históricos da TV encontrados na internet deve-se ao fato dos telespectadores não utilizarem o videocassete apenas com a finalidade de reproduzir fitas, mas, também, para gravar programas, visando assisti-los posteriormente. Foi a partir da ação do público, no entendimento do colecionador, que se resgatou trechos de gravações de emissoras que já encerraram suas atividades, a exemplo da TV Tupi e da Rede Manchete. Ao lembrar da emissora do Grupo Bloch, Fábio Marckezini lamenta que a memória física da Manchete tenha se dissolvido no tempo, com fitas danificadas e gravações dispersas que estão na posse de outras emissoras de TV, como a Cultura da Fundação Padre Anchieta, em São Paulo.

O caso da Rede Manchete, citado por Fábio Marckezini, é um dos exemplos que retratam a desvalorização da memória social e a falta de preservação com os lugares de memória no país. A emissora carioca, que esteve no ar entre 5 de junho de 1983 e 10 de maio de 1999, produziu programas jornalísticos, esportivos, de entretenimento, além de marcar a teledramaturgia nacional com enredos que disputaram o primeiro lugar na audiência com a Rede Globo até o início dos anos 1990. Em 1999, após pedir concordata e falir, com uma dívida de R\$ 400 milhões, o arquivo da Rede Manchete caiu na massa falida da empresa, sendo arrematado em 2005 num leilão realizado em São Paulo e entregue à TV Cultura. De acordo com um artigo publicado pelo jornal Gazeta do Povo¹⁸, os programas levados ao ar pela Manchete em seus 16 anos de existência foram guardados em aproximadamente 5.500 fitas dos mais diversos formatos, todos já obsoletos. A TV Cultura investiu cerca de R\$ 2,4 milhões para salvar da putrefação o lote de imagens, conseguindo restaurar 4.600 fitas da Manchete. Todavia, 10% do material não pode ser recuperado, dado às más condições de preservação e o acúmulo de fungos nas fitas. Ainda que parte do arquivo da Manchete esteja mantido, a TV Cultura deseja fazer uso do acervo, mas é impedida por entraves judiciais, que devem determinar a quem pertencem os direitos autorais das imagens, se da família Bloch, se dos ex-funcionários ou se da massa

¹⁸ Artigo publicado pela Gazeta do Povo: “Para tirar o acervo da TV Manchete do limbo”

Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/caderno-g/para-tirar-o-acervo-da-tv-manchete-do-limbo-2xkl91e3aqzxhsx3sq4zgu6k7/>. Acesso em: 20 de abr. 2021.

falida. Sem uma resolução na justiça, as imagens só poderão ser utilizadas a partir de 2053, quando começarão a cair em domínio público, ao completar 70 anos de sua exibição. Até lá, trechos desses registros históricos só podem ser acessados pelo YouTube, muito em virtude do trabalho “arqueológico” que muitos canais realizam na plataforma.

Eu acho que quando você começa a fazer esse resgate, de achar uma imagem, ao mesmo tempo que você se empolga, você fica com uma certa raiva porque não tem isso disponível com qualidade decente ou um museu da imagem e do som. Outra, a Cinemateca tem o acervo da Tupi. E cadê a Cinemateca? Entendeu? Está indo para o ralo. Ao mesmo tempo que é legal falar para você que resgataram uma inauguração da Manchete de 1983, que é uma maravilha, mas..., por que o teipe original não está salvo? Muitas outras coisas fantásticas que a Manchete produziu na década de 1980 se perdeu e nunca mais vão ver. Só se alguém gravou (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]).

Tendo isso em vista, Fábio Marckezini considera o YouTube como uma das ferramentas mais “geniais” dos últimos anos, não apenas pela possibilidade de preservação da memória coletiva. Para ele, a frase “*Broadcast Yourself*” – que em tradução livre significa “transmita você mesmo” -, antigo *slogan* da plataforma, explica porque o site vem revolucionando a cultura e transformando as relações e os fluxos comunicacionais. Pontua o colecionador: “além de você conseguir produzir conteúdo, não depender dos meios de comunicação, você consegue ser o meio de comunicação” (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]). Deste modo, a partir da ação de cada usuário, o YouTube se torna um ponto de encontro para o entretenimento contemporâneo e para o acesso ao conhecimento.

Questionado sobre como compreende a importância do Arquivo Marckezini para a sociedade, o administrador do canal entende que a iniciativa aviva a memória afetiva das pessoas e representa uma rica fonte de pesquisa para estudiosos de diferentes áreas do conhecimento, sendo estas as principais razões para persistir com a manutenção do espaço.

Tem até uma história bem rápida para ilustrar a importância. Eu postei o Globo Repórter de 1985, sobre alguma ilha. Acho que é no Nordeste, não me lembro qual o nome da ilha. Eu recebi uma mensagem de uma moça dizendo que o pai dela cuidava do farol, que era um dos responsáveis. Ele já tinha falecido e não havia imagem dele. Tinha foto, mas, não tinha vídeo. E por essa postagem, a família conseguiu ver uma imagem dele (em movimento). Então, isso daí não tem preço. E o público também pesquisa. Se você vai escrever sobre o Plano Collor, você tem pronunciamento, impeachment, tem tudo ali. Você não está ouvindo de ninguém, você está vendo. Você pode

escrever de forma fiel. Igual postaram a última imagem da TV Tupi do Rio. São 50 minutos, se não me engano. Aquilo é de uma importância enorme, porque vai ter jovens daqui 20, 30, 40 anos escrevendo sobre isso e vão ter esse material para falar fielmente o que aconteceu. Não será um achismo (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]).

Observa-se, assim, que o Arquivo Marckezini é pautado para além das escolhas subjetivas do administrador, por considerar comportamentos e preferências dos usuários, por meio dos rastros de comunicação deixados no canal, como reações positivas ou negativas, comentários e feedbacks. Portanto, o último eixo temático percorrido na entrevista foi o perfil e o envolvimento da audiência na página. A discussão do subtópico a seguir procura entender como a interação com público modula e altera a rotina do canal.

5.1.2 Marckezini e as relações firmadas com o público

Não especificando os relatórios gerados pelo YouTube, a partir das estatísticas de consumo, Fábio Marckezini, quando questionado sobre o perfil do público, afirma que majoritariamente o canal é visitado por pessoas mais jovens, dos 25 aos 35 anos de idade. Esse grupo é seguido por um público mais velho, que compreende pessoas acima dos 50 anos. A faixa dos 30 aos 40 anos representa o grupo de pessoas que procuram o canal em menor frequência.

A observação de Fábio Marckezini, em cinco anos de atividade do canal, é que, dentre as principais preferências, as pessoas consomem intervalos comerciais antigos e pesquisam por temas mórbidos, como mortes e tragédias, além de fatos históricos. Para ele, os temas de maior repercussão na página são: Copa do Mundo, morte do piloto Ayrton Senna, planos econômicos e posses de presidentes. Durante a entrevista, Fábio Marckezini reiterou por diversas vezes a importância dos intervalos comerciais antigos, por expressarem costumes e culturas de gerações passadas. Isso, para ele, desperta a atenção e interesse de públicos jovens para entender determinados momentos do país. “Eu sinto muito a curiosidade dessas pessoas que têm 25 anos, que nasceram no Plano Real, que nasceram pós anos 1990, que não sabem ou não têm a menor ideia do que foi essa época” (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]). De acordo com o produtor de conteúdo, é esta procura por conhecimento

que leva milhares de usuários a ter contato com os conteúdos disponibilizados por sua página.

Como o meu canal é um recorte de vários fatos, então, têm pessoas que estão conhecendo a Cássia Eller agora. E elas descobrem pelo canal que ela morreu. Então, eu acho que é isso. Eles vão criando uma curiosidade de ir buscando temas, fatos e personalidade para ir entendendo como era a época que eles nasceram. Uma coisa engraçada que eu vejo muito desses adolescentes é virada de ano. Eles entram lá para ver como foi o réveillon do ano que eles nasceram. E comentam “nossa, eu nasci nesse ano! Caramba! eu tinha um ano de vida aqui”. Então, eu acho que é muito dessa curiosidade que eles vão conhecendo e vão buscando nesses canais (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]).

A relação do canal com os internautas cria laços mais estreitos e controversos por meio das possibilidades de interação, como a ferramenta comentários. O colecionador pontua que procura criar relações de proximidade com quem assiste o canal, respondendo os comentários sempre que possível, agradecendo e tirando dúvidas de quem o acione. O canal também procura lidar com posturas desrespeitosas, como xingamentos proferidos por alguns usuários, vez ou outra.

Muitas pessoas acham que aqui é uma biblioteca pública, que podem pedir tudo, que eu tenho que correr atrás. E não. O que eu coloco, é para as pessoas terem acesso aquilo, sem custo, sem gasto nenhum. Elas estão gastando a internet delas. Mas, têm pessoas que exigem, têm pessoas que mandam, mas não são todos. Tem gente que xinga, é normal. No primeiro momento, você fica assustado, mas, depois deixa quieto (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]).

Como administrador do canal, Fábio Marckezini pontua que há limites para as más condutas do público. O usuário que, de alguma forma, expõe mensagens de cunho ofensivo tem o comentário censurado. Vídeos que possam despertar ou que desencadeiem uma gama de opiniões preconceituosas e/ou ofensivas são fechados para o uso dos comentários. Segundo o administrador do canal, críticas aos conteúdos são toleráveis, desde que não sejam proferidos insultos gratuitos.

5.2 Informações preliminares do canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos

No dia 24 de novembro de 2020 realizou-se a segunda entrevista para o presente estudo, também de forma *on-line*, mas, desta vez utilizando o aplicativo *Zoom*, devido a problemas com o *Google Meet*, que impedia a gravação do diálogo.

Fonoaudiólogo e jornalista, Danilo de Albuquerque Rodrigues, 32 anos de idade, é o criador do canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos, no YouTube. A página também compartilha vídeos antigos na internet, contando com a inscrição de 5.560 usuários, que recebem notificações todas as vezes que o canal realiza postagens. O canal foi criado no dia 20 de julho de 2020, após a antiga conta ter sido banida da plataforma por denúncias de violações de direitos autorais. A biblioteca atual do acervo dispõe de 869 vídeos.

Figura 3 - *Homepage* do canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos no YouTube



Fonte: YouTube

O hábito de colecionar coisas e objetos é algo que faz parte do cotidiano de Danilo Rodrigues desde a fase da infância. Sua casa é uma casa de colecionadores. A mãe coleciona bonecos de brinquedos – em torno de dez mil bonecos - e pai coleciona gibis. O contato com a gravação de fitas ocorreu por influência do pai, que na década de 1980 comprou um videocassete para gravar séries da TV.

Quando tinha seis anos de idade, a família de Danilo Rodrigues adquiriu um novo aparelho de videocassete, o antigo ficou para ele que, imitando o pai, começou a gravar em fitas VHS programas de sua preferência, tais como: Castelo Rá-Tim-Bum, Rá-Tim-Bum, Glub Glub, X-Tudo. Dois anos depois, começou a gravar programa “Sai de Baixo”, do qual era fã, Vídeo Show e reprises de novelas do “Vale a pena Ver de Novo”. O intuito era gravar para ver depois.

Os pais nunca fizeram objeção à prática do filho e estimulavam o hábito. Danilo Rodrigues lembra que cada ida ao supermercado, trazia junto às compras de duas a três fitas virgens. Publicitário e trabalhando em uma agência, o pai ainda levava para casa fitas de portfólios de pessoas procurando emprego, as quais seriam descartadas. Com mais ofertas de fitas, Danilo Rodrigues reaproveitava-as gravando a programação da TV por cima das imagens já gravadas.

O jornalista acredita ter sido uma das primeiras pessoas do Brasil a ter um gravador de DVD de mesa, que ganhou em 2003. O aparelho substituía o videocassete e, na época, custava em torno de R\$ 4 mil reais e um DVD virgem cerca de R\$15 reais. Cada disco rendia oito horas de gravação. A partir disso, começou a transferir as imagens das fitas VHS do próprio arquivo para os discos de DVD.

Para aumentar o acervo, entre 2006 e 2007, foi descobrindo lugares de descarte de materiais e bazares de caridade. Neste período, criou seu primeiro canal no YouTube, cujas primeiras publicações eram gravações do seu próprio arquivo. Na internet, teve contato com internautas que o procuravam para converter fitas de gravações da TV em VHS para DVD. Ao passo que convertia uma fita, gravava uma cópia de DVD para si. Com o tempo, também foi recebendo doações de conteúdos antigos e o acervo começou a se multiplicar em proporções geométricas. De 300 fitas que gravou desde a infância até 2006, Danilo Rodrigues estima que, até o ano de 2010, aproximadamente nove mil fitas tenham passado por suas mãos. Fitas que foram digitalizadas e, posteriormente, vendidas no site Mercado Livre ou doadas, em razão do custo de manutenção e do espaço físico que ocupavam. Atualmente, Danilo Rodrigues não armazena fitas VHS. Seu acervo físico é composto por 13.400 discos de DVD – contados até o dia da realização da entrevista para a presente pesquisa.

5.2.1 Administração do acervo e critérios de publicação: as rotinas de Danilo Rodrigues no YouTube

Os discos de DVD que compõem o arquivo de gravações da TV brasileira ficam alojados na casa dos pais de Danilo Rodrigues, local que visita todos os finais de semana¹⁹. É de lá que administra o acervo por completo. Os discos ficam guardados

¹⁹ Com a pandemia do novo coronavírus e por trabalhar em um hospital como fonoaudiólogo, Danilo Rodrigues tem ido à casa dos pais com menos frequência. Consequentemente, durante o ano de 2020, teve pouco contato com seu acervo físico de vídeos.

em estojos e arquivos mais antigos copiados em HD externos, que podem facilmente ser acessados pelo computador. Esses tipos de mídias são “mais confiáveis” do que as fitas, na visão do colecionador. “Eu tenho fita que eu digitalizei e depois ela se autodestruiu, depois que passou pelo videocassete, e não consegui digitalizar” (RODRIGUES, 2020 [entrevista]).

Quando não está na casa dos pais, o jornalista carrega consigo alguns estojos com arquivos que poderão ser publicados no canal do YouTube durante a semana. Além dessa organização, todo o conteúdo está catalogado em um documento digital de texto, com dados sobre os programas que informam o nome do conteúdo, tempo de duração, se somente trecho ou a íntegra do programa e a data que foram originalmente exibidos na TV.

O catálogo se torna essencial para a rápida localização de arquivos, bem como facilita o intercâmbio do material, já que as imagens também são comercializadas e/ou são objeto de troca com outros colecionadores ou telespectadores. Para saber com precisão quando um programa foi originalmente transmitido pela televisão, Danilo Rodrigues acessa sites e banco de dados na internet que registram o histórico da programação das emissoras ao longo das últimas décadas.

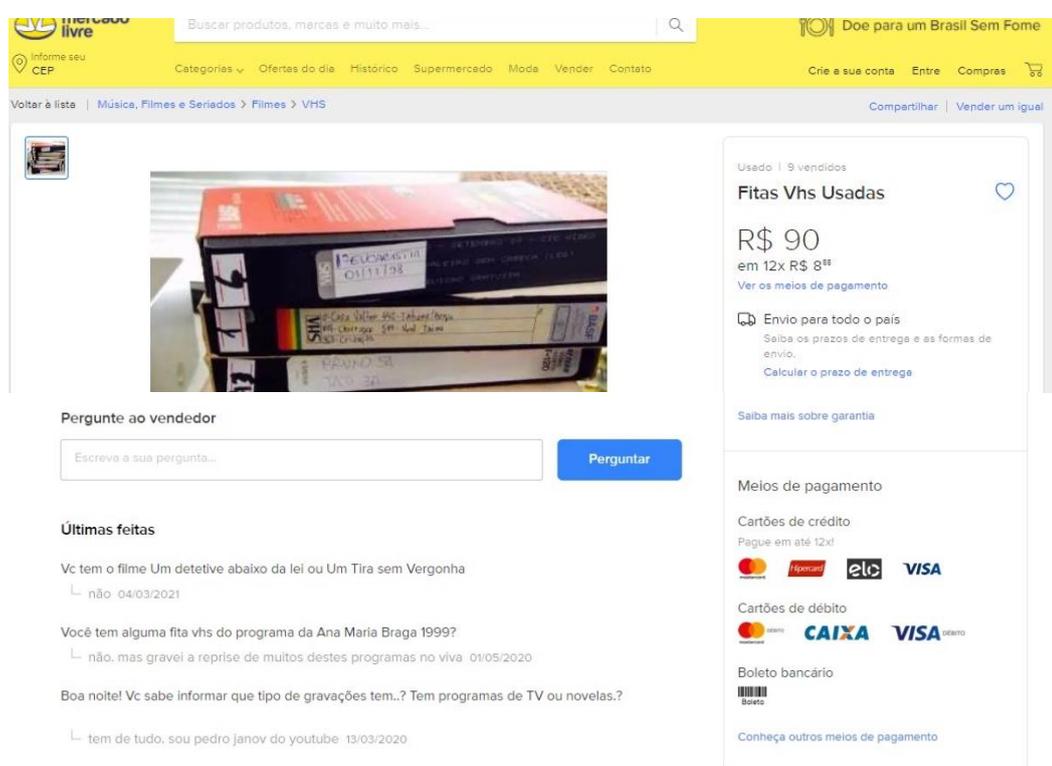
[...] se tem um filme que passou na Sessão da Tarde, eu consigo saber o dia que ele passou, porque no site “Wikipedia da Globo” tem a lista de filmes exibidos na Sessão da Tarde desde 1980. Se tem um capítulo da novela que tem a chamada do filme da Tela Quente que ia passar na sequência, eu sei que dia é. Hoje, eu consigo ter uma catalogação boa (RODRIGUES, 2020 [entrevista]).

Figura 4 - Página do catálogo do acervo físico do canal Pedro Janov

<p>Volume 9501 - gravado em 09/05/2018 Passando a Limpo <i>Leonel Brizola - 18/04/1999 - s/int</i> <i>Eugênio Staub, presidente da Gradiente - 18/04/1999 - s/int</i> Globo Repórter <i>O desemprego no Brasil - 30/04/1999 - s/int</i></p>
<p>Volume 9502 - gravado em 10/05/2018 Roda Viva <i>Antônio Ermírio de Moraes - 29/06/1998</i> Passando a Limpo <i>Ibrahim Eris, ex-presidente do BC - 06/09/1998</i></p>
<p>Volume 9503 - gravado em 10/05/2018 Passando a Limpo <i>Anthony Garotinho - 25/04/1999</i> <i>Bibi Ferreira - 25/04/1999</i> <i>Antônio Ermírio de Moraes - 25/07/1999</i></p>
<p>Volume 9504 - gravado em 10/05/2018 Roda Viva <i>José Roberto Mendonça de Barros, economista - 03/07/1995</i></p>
<p>Volume 9505 - gravado em 10/05/2018 Boxe Internacional <i>Roy Jones Jr x James Toney - Globo, 18/11/1994 - 50 min - s/int</i> Escolinha do Professor Raimundo <i>reprise da participação de Tom Jobim - 10/12/1994 - s/int</i></p>
<p>Volume 9506 - gravado em 11/05/2018 Campeões de Bilheteria <i>A difícil arte de amar (Heartburn, 1987) - 24/01/1992 - s/int</i></p>
<p>Volume 9507 - gravado em 11/05/2018 Tela Quente <i>Um tira da pesada 3 (Beverly Hills Cop 3, 1993) - 31/03/1997 - s/int</i></p>
<p>Volume 9508 - gravado em 11/05/2018 Meu Bem Meu Mal <i>último capítulo - 20/05/1991 -- s/int</i> O Dono do Mundo <i>primeiro capítulo - 23/05/1991 - incompleto</i></p>

A venda dos conteúdos é importante para tornar o *hobby* “sustentável”, como explica o colecionador, tendo em vista que há um gasto financeiro para comprar lotes de fitas, equipamentos para o processo de digitalização das imagens e manutenção do acervo. Desta forma, das gravações do seu acervo, os filmes antigos são os mais procurados na internet por quem compra esse tipo de material, embora Danilo Rodrigues não tenha detalhado os valores cobrados e a receita que obtém das vendas.

Figura 5 - Anúncio de Danilo Rodrigues no site Mercado Livre



The image shows a screenshot of a Mercado Livre listing for 'Fitas Vhs Usadas'. The listing includes a photo of a stack of VHS tapes, a price of R\$ 90 (12x R\$ 8.99), and various payment and shipping options. The listing is titled 'Fitas Vhs Usadas' and has 9 items sold. The price is R\$ 90, with a payment plan of 12x R\$ 8.99. The listing also includes a 'Pergunte ao vendedor' section with a text input field and a 'Perguntar' button. Below this, there are 'Últimas feitas' (Recent questions) with answers. The payment options include credit cards (Visa, Mastercard, Elo), debit cards (Caixa, Visa), and bank slips (Boleto bancário). The shipping option is 'Envio para todo o país' (Shipping to all of Brazil).

Fonte: Mercado Livre

Mas, há quem prefira comprar vídeos de telejornais antigos, como o caso de um internauta inscrito no canal Pedro Janov, que entra em contato com o administrador solicitando cópias de DVD de edições do Jornal Nacional. Há ainda quem procure por coletâneas do projeto Telecurso 2000, da fundação Roberto Marinho, exibido pela Rede Globo nos anos 1990, assim como fãs clubes de artistas que fazem intercâmbio dos arquivos de seus ídolos com o canal de Danilo Rodrigues.

Apesar de comercializar os registros, a iniciativa de criar contas na internet para compartilhar trechos do seu acervo não foi motivado por interesses financeiros, garante o colecionador. Na rede de computadores, a memória da televisão começou

a ser o foco de fóruns e grupos de discussões. Na metade da primeira década dos anos 2000, Danilo Rodrigues iniciou as primeiras postagens de conteúdo, ao fazer parte de uma comunidade na rede social *Orkut* chamada “Anti Vídeo Show”, que reunia internautas que compartilhavam gafes e momentos engraçados da TV. Antes do surgimento do YouTube, realizava publicações ainda nos sites *RapidShare* e Google Vídeos. Já com a plataforma do YouTube, criou seu primeiro canal em 2006 e lançava os arquivos dos programas para assistir posteriormente - mesmo que já tivesse assistido antes - e para armazenar os vídeos na rede. Aos poucos, o colecionador foi percebendo que a ideia se transformava numa vitrine virtual para fazer contatos e obter novos conteúdos.

No decorrer dos últimos 15 anos, Danilo Rodrigues estabeleceu uma rotina de hábitos, de modo a manter uma constância de postagens no YouTube. Neste processo, o trabalho inicia-se com a conversão das imagens em fitas VHS para o formato de vídeo em DVD. O colecionador dispõe de cinco aparelhos videocassetes, cada um conectado a um aparelho gravador de DVD de mesa. Os gravadores de DVD possuem HD interno, que armazenam temporariamente os vídeos capturados das fitas, enquanto estão sendo reproduzidas nos videocassetes. Antes de gravar o disco de DVD, Danilo Rodrigues consegue editar e dividir o material que será gravado em novo formato. No computador, por meio do *drive* de DVD, o colecionador transfere as imagens para a máquina e, com o auxílio de um programa, realiza a conversão dos vídeos para o formato de arquivo MP4, que é compatível para ser publicado e reproduzido no YouTube. As imagens que vão para a internet, contudo, não recebem nenhum melhoramento computadorizado de resolução, indo ao ar com a mesma qualidade contida nas fitas VHS.

Atualmente, Danilo Rodrigues tenta pela terceira vez manter um canal no ar no YouTube. A primeira conta criada em 2006 levava o seu verdadeiro nome e durou seis anos, quando foi denunciada por conter vídeos que violavam a política de direitos autorais. Em 26 de novembro de 2012, foi criado o segundo canal, já com o nome fictício de Pedro Janov. O nome surgiu quando o jornalista trabalhava para a campanha política de um candidato a vereador e utilizava o nome e o e-mail para movimentar as redes sociais do político com comentários favoráveis. Passadas as eleições e com a extinção do primeiro canal no YouTube, o e-mail e a identidade de Pedro Janov foram usados para criar o segundo canal.

Eu aproveitei essa conta, só para não deixar meu nome exposto de novo, e comecei a repostar todos os vídeos nesse canal e foi crescendo e assumi a identidade. Tanto é que muita gente que até hoje não sabe que Pedro Janov não existe, que sou eu. Têm pessoas que até hoje ficam surpresas quando descobrem (RODRIGUES, 2020 [entrevista]).

Nas primeiras experiências com o YouTube, o colecionador percebeu que instantes depois que realizava postagens de vídeos, os conteúdos eram repostados por outros canais, fato que lhe gerava incômodo. Danilo Rodrigues decidiu por colocar a frase “Você viu primeiro no canal Pedro Janov, não copie no seu canal” sob efeito de marca d’água, na tentativa de demarcar que o seu canal foi o primeiro a publicar o vídeo na internet, bem como expressar que ele havia executado o processo de resgate do conteúdo. Com o tempo, acabou desistindo da marca d’água sobre as imagens, pelo fato de continuarem circulando por outras páginas.

Figura 6 - Frase sobreposta à imagem informa que o vídeo foi publicado pelo canal Pedro Janov



Fonte: YouTube

Questionado sobre qual a periodicidade das publicações no YouTube, Danilo Rodrigues explica que atualmente se dedica ao canal quando há disponibilidade de tempo, em meio às atividades do trabalho e dos estudos em um programa de mestrado em fonoaudiologia que está cursando. Mas, houve época que chegou a publicar 20 vídeos por dia no antigo canal, num momento que estava desempregado. Portanto, a frequência de publicações depende do tempo livre do colecionador, já que não possui ajuda de terceiros para manter o canal.

Sobre o como seleciona os materiais que irão ao canal, Danilo Rodrigues pontua partir de escolhas aleatórias no momento que manuseia matérias do acervo físico e arquivos digitais. Todavia, já tentou desenvolver um roteiro para realizar publicações diárias, mas, a iniciativa durou apenas um ano e, atualmente, o canal Pedro Janov não leva em conta um cronograma de *posts* futuros.

Em 2017, eu fiz um “projeto” de postar sempre um vídeo que estava fazendo aniversário naquele dia. Então, hoje, 25 de novembro, eu acharia algum programa que passou no dia 25 de novembro de outro ano. Eu cheguei a fazer isso um ano, mas dava muito trabalho e agora vou postando conforme vão aparecendo as fitas. Vou lá gravando os DVDs e “ah, isso é interessante para postar”, principalmente os telejornais mais antigos (RODRIGUES, 2020 [entrevista]).

Vale ressaltar que, mesmo partindo de escolhas aleatórias, quando determina o que irá ao ar no canal, existem conteúdos que nunca serão publicados e que ficarão armazenados apenas no acervo físico, como por exemplo: filmagens caseiras encontradas em meio as fitas que compra ou recebe de doações – não publica por ética, para não expor imagens pessoais de terceiros; cenas grotescas; e imagens eróticas e de nudez – que são facilmente identificadas pelo robô do YouTube e automaticamente deletadas da plataforma.

Por isso, o colecionador prioriza registros jornalísticos, ao definir o que será atualizado no canal, por considerar ser mais seguro, não violando diretrizes da comunidade do site. Entretanto, no dia 20 de julho de 2020, em meio a inúmeros cuidados e estratégias, o canal Pedro Janov foi retirado do ar, justamente por sofrer quatro *strikes* da Rede Globo em publicações de jornais antigos, que continham trechos de chamadas de telenovelas que o colecionador esqueceu de extrair. Assim, caía o segundo canal de Danilo Rodrigues, com 210 mil inscritos e 3.140 vídeos. No mesmo dia, foi criado o terceiro canal, sob nome de Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos, que é objeto de estudo desta pesquisa.

Ao ser indagado sobre o que pensa dos direitos autorais, das regras e políticas do YouTube, Danilo Rodrigues concorda com os termos gerais estabelecidos pelas diretrizes, mas, discorda das ações que partem das emissoras de televisão, sobretudo da Rede Globo, ao denunciar canais e conteúdo que são úteis até para as próprias redes de televisão em dados momentos. Como exemplo, a morte do jornalista esportivo Fernando Vanucci, ocorrida no dia da realização da entrevista. “Tinha *prints* de vídeos do YouTube ilustrando matéria. No canal Globo News, eles vão dar a notícia

na hora. Será que eles vão lá no Cedoc baixar? Não! Eles pegam e pesquisam “Vanucci” no YouTube, aparece e colocam ‘oh, morreu’...” (RODRIGUES, 2020 [entrevista]). Desta forma, o colecionador, que afirma nunca ter sido processado judicialmente por sua atividade no site, demonstra revolta ao se referir ao tratamento conferido aos canais de memórias no YouTube.

Se eu tivesse uma coleção de revistas velhas, da Veja, Exame, por exemplo, e alugasse uma sala e colocasse em uma biblioteca para todo mundo ler as revistas velhas, será que a Editora Abril iria me processar? Ia fechar essa biblioteca? Porque para mim é a mesma coisa! Eu junto o jornal velho em vídeo e deixo para as pessoas consultarem. Qual a diferença? Eu não consigo entender, porque o canal nunca foi monetizado, nunca foi (RODRIGUES, 2020 [entrevista]).

Para Danilo Rodrigues, as emissoras de televisão agem com ingratidão, ao desvalorizar iniciativas que fazem receptáculo de material que, de alguma forma, conferem lucros para elas. Como por exemplo, os programas do SBT publicados no canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos, que são monetizados para a própria emissora, algo que é compreensível para o colecionador, já que não foi o canal do YouTube quem produziu o material. A indignação é alimentada por ações que prejudicam ou, até mesmo, acabam por banir canais de memórias da plataforma.

Com tantas vivências na internet e desconsiderando as intercorrências que surgem vez ou outra, o colecionador considera o YouTube como um ponto de encontro que todos acessam e de onde saem novas personalidades. Danilo Rodrigues lembra que, hoje, existe uma simbiose de canais que produzem novos conteúdos com canais que postam arquivos brutos, a exemplo dos canais 90 e Nostalgia, que apresentam compilados de vídeos antigos com narrativas voltadas para o público jovem. Por esses motivos, acredita que seu canal desempenha certa importância para a sociedade, promovendo e preservando a memória da TV.

É um meio de memória de graça, num país que não respeita a memória de jeito nenhum e os detentores de direitos autorais parecem que não fazem questão de fornecer esse material para ser consultado. É quase uma afronta essa situação. Já que vocês não disponibilizam, eu disponibilizo. É utilidade pública, de certa forma. Não só para lembrar antigas emoções, também é um pouco, mas, é para ter um acervo. Os jornais impressos têm a Biblioteca Nacional, com os primeiros números do Jornal do Brasil, jornal da época do Império que você pode consultar. Se você for assinante, você tem o acervo do O Globo, Estadão. E a TV Globo não põe lá no Globoplay os jornais antigos. Se a Globo postasse as edições antigas de jornal, eu nem pegava mais fitas. Eu não pegava gravação caseira. Mas, eles não fazem. A gente sabe que, por muito tempo, todas as emissoras descartavam muito arquivo, então a gente acaba tendo material que nem os próprios detentores dos

direitos têm fisicamente. É um meio de preservar para manter o acesso às pessoas. A internet permite isso para a gente (RODRIGUES, 2020 [entrevista]).

Assim, Danilo Rodrigues se considera um colecionador, uma pessoa que tem a sina de gostar do que é antigo, embora não faça do *hobby* um negócio para garantir sua sobrevivência, mas, para manter segura uma memória que necessita estar ao alcance de novas gerações, seja para que elas conheçam ou que não viveram, seja para que lembrem do que se passou. Desta forma, o colecionador acha gratificante ver outras pessoas procurando e encontrando vídeos que as deixam felizes, principalmente, quando ler comentários de internautas que identificam familiares ou se recordam de lembranças pessoais, a partir das publicações do canal.

5.2.2 Pedro Janov e o público

Ao ser perguntado sobre as características do público que acessa o canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos, Danilo Rodrigues explica que parte significativa da audiência se concentra entre pessoas dos 10 aos 40 anos de idade, com predomínio de cerca de 75% de usuários do sexo masculino, observando que há pouca procura entre mulheres pelos conteúdos disponibilizados pela página. Nesse quesito, até entre os colecionadores de vídeos antigos no YouTube, há uma prevalência de homens do que de mulheres.

Ao explicar sobre as preferências da audiência em relação aos tipos de conteúdos do canal, o colecionador observa que existe grande demanda por “vídeos úteis”, ou seja, matérias que apresentam certo teor educativo, que ensinam às pessoas o desenvolvimento de técnicas ou habilidades, a exemplo de vídeos do Globo Rural, que registram poucos comentários, mas conseguem atingir expressivos números de visualizações. Danilo Rodrigues lembra que por muito tempo, o vídeo mais visto do canal foi uma reportagem de 1992 que abordava sobre o processo de defumação de carne. Há também a procura por reportagens do programa investigativo Linha Direta da Rede Globo, que registra muitas visualizações e mobiliza a opinião de internautas na ferramenta comentários. Vale ressaltar que, muitos usuários chegam ao canal levados pelos algoritmos do YouTube. São pessoas que estavam assistindo vídeos relacionados em outros canais e acabam conhecendo e se inscrevendo no canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos.

O contato mais próximo com público também depende da disponibilidade de tempo de Danilo Rodrigues, seja para responder comentários ou para atender solicitações, quando é possível. O canal não tolera comentários reacionários de cunho preconceituoso e ofensivo, censurando mensagens desrespeitosas e bloqueando usuários, sobretudo, apoiadores da extrema-direita e do presidente Jair Bolsonaro.

[...] tem vídeo que eu postei que atrai muita gente com ideia errada. Por exemplo, as revelações do presidente Figueiredo é uma matéria do Fantástico, anos depois dele ter saído da presidência, e falando: “ah, a gente deixava os caras fazer mesmo; a gente deixava os caras roubar; Sarney é um filho na puta”. Aí, ele falando só essas barbaridades. E surgiram comentários no meu canal do tipo: “oh, saudades da ditadura”; “esse sim era macho”. Era assim. E eu cortei e corto. Mais um vídeo que eu tinha publicado era um que aparecia Olavo de Carvalho, no tempo que o Olavo de Carvalho era ouvido pela mídia. Tinha uma época que davam moral para esse maluco. Tinha vídeo lá que tinha 100 mil, 200 mil visualizações e zero comentários, porque eu bloqueava, principalmente, vídeo relacionado à política, pois estamos num clima tóxico na política, pelo menos nos últimos 5 anos (RODRIGUES, 2020 [entrevista]).

Apesar disso, no geral, a relação com o público é de troca, tanto de informações quanto de mais conteúdo para o acervo. Danilo Rodrigues lembra que, recentemente, um internauta entrou em contato para doar um lote de fitas com várias horas de gravação do Jornal Nacional do ano de 1997. O internauta era de Brasília, mandou a encomenda para o colecionador em São Paulo, sem cobrar nada, apenas desejava ver o material digitalizado e disponível no YouTube. Assim Danilo o fez. Para ele, muitos dos usuários, ao consumir notícias antigas, costumam comparar a vida do passado com a vida no hoje, se houve fatores que tornaram a vida melhor ou pior. Portanto, o público gosta de relembrar fatos e descobrir curiosidades de como a sociedade se moldava em um dado tempo e em um dado espaço.

De modo geral, considera-se que ambos os administradores dos canais responderam satisfatoriamente as questões formuladas, mesmo com dois pontos pouco detalhados, como a logística de equipamentos de Fábio Marckezini para digitalizar imagens e a receita obtida por Danilo Rodrigues com a comercialização das gravações antigas. Nas próximas páginas, o estudo segue com as características das publicações dos acervos realizadas no site YouTube. Apresentam-se os resultados obtidos por meio da análise de conteúdo, bem como uma discussão acerca das rotinas descritas neste capítulo e dos artefatos jornalísticos encontrados nos canais.

6 MEMÓRIAS REDESCOBERTAS: ANÁLISE DOS ARQUIVOS JORNALÍSTICOS NO YOUTUBE

Como pontuado no referencial teórico, o desenvolvimento acelerado dos sistemas de telecomunicação vem promovendo a redefinição das noções de memória, comunicação e comunidade (CASALEGNO, 2006). O acesso à internet e a evolução dos suportes de mídia digital resultaram em profundas mudanças nas formas pelas quais se processam o armazenamento de informações, a transmissão do saber e a manutenção da memória social. A tecnologia permitiu, portanto, uma reconfiguração dos rastros e dos laços sociais (RECUERO, 2009), a partir das conexões que formam a rede mundial de computadores.

Diante do exposto, são justamente os rastros de uma produção social e cultural que os usuários do YouTube encontram ao navegar pelos canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos. Rastros que são capazes de estabelecer laços entre quem realiza as publicações e quem consome os conteúdos das páginas. No intuito de identificar características dos rastros jornalísticos que se perpetuam nos dois canais do YouTube aqui citados, este capítulo apresenta os resultados obtidos por meio da análise de conteúdo (BARDIN, 1997) e estabelece relações dos achados com as rotinas dos administradores das páginas que foram percorridas no capítulo anterior.

Para tanto, elegeu-se as seguintes categorias de análise: **1) temas abordados**, ao selecionar assuntos de política, economia, cultura, ciência, cidade, polícia, internacional, educação, esporte, religião, tecnologia e outros temas²⁰; **2) origem dos conteúdos**, para verificar quais emissoras produziram os programas ou as reportagens compartilhadas nos canais do YouTube; **3) ano de produção**, destaca o período em que as imagens foram originalmente transmitidas pela televisão e, conseqüentemente, gravadas pelos telespectadores; **4) média de tempo**, verifica a estimativa de tempo de duração dos vídeos, considerando aqueles com variação de até 15 minutos como curtos, médios entre 15 a 30 minutos, e longos para aqueles com mais de 30 minutos; **5) gêneros dos programas** – uma vez que os vídeos foram pensados para a televisão, numa época que antecede ou que coincide com o início

²⁰ A quantidade de temas difere do número de vídeos analisados, considerando casos de vídeos que apresentam mais de um assunto, como no caso dos telejornais, que mesclam política, polícia e esporte em um curto espaço de tempo, por exemplo.

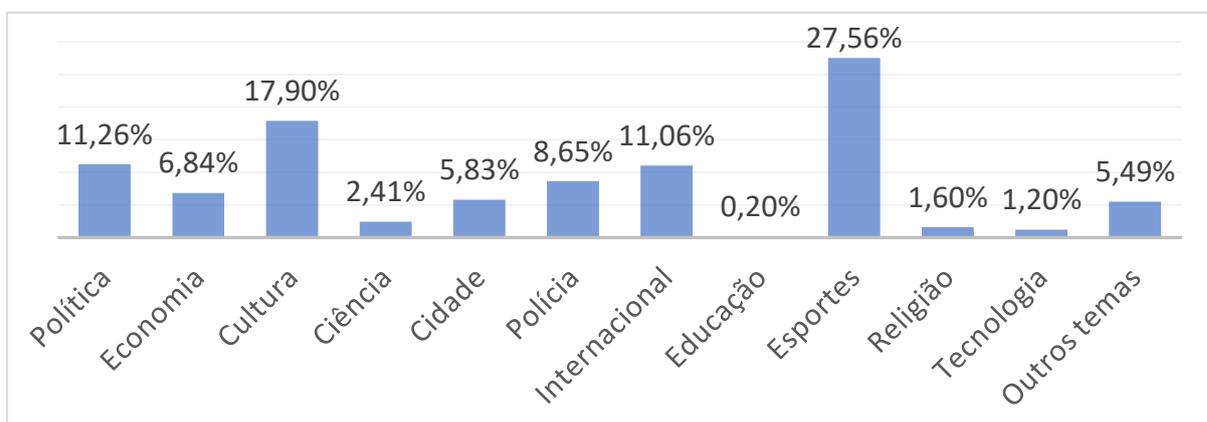
da internet comercial no Brasil -, têm como base a classificação proposta por Aronchi (2004), que classifica o jornalismo de TV como gênero de informação, agregando formatos de programas como debate, documentário, entrevista e telejornal. Com o avanço da coleta de dados, nesta pesquisa, acrescentou-se como unidade de análise as coberturas ao vivo, que foram gravadas quando os acontecimentos ocorriam simultaneamente às transmissões; 6) e **programas recorrentes**, elenca os dez programas jornalísticos que aparecem com maior frequência entre as publicações dos canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos. Os gráficos e as tabelas apresentados a seguir são elementos fundamentais para a organização e interpretação dos dados analisados.

6.1 Arquivo Marckezini

6.1.1 Temas abordados

De 2016 até o final do segundo bimestre de 2021, o canal Arquivo Marckezini manteve no ar 1.878 vídeos no YouTube. Deste total, 371 vídeos são produções jornalísticas que estão dispersas entre intervalos comerciais antigos e programas de entretenimento de variados formatos das principais emissoras de TV do Brasil. O conteúdo jornalístico corresponde a 19,75% de todas as publicações empreendidas na página em cinco anos de atividade. Tais produções compõem o recorte da pesquisa detalhada nos parágrafos seguintes.

Gráfico 1 - Temas abordados nos vídeos jornalísticos publicados no canal Arquivo Marckezini



Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

A análise dos 371 vídeos identificou a ocorrência de 497 assuntos abordados que foram agrupados em subcategorias temáticas, como apresentado no Gráfico 1. Em meio à heterogeneidade de temas, observou-se que no canal Arquivo Mackezini, majoritariamente, neste caso, 27,56% dos arquivos jornalísticos encontrados, são notícias do esporte ou fragmentos de importantes coberturas esportivas. Destacam-se vídeos que mostram momentos da carreira de Ayrton Senna, bem como a cobertura do acidente que levou o piloto à morte. O canal ainda recupera registros das Copas do Mundo de 1990, 1994, 1998 e 2002, além de disponibilizar reportagens e trechos de partidas de futebol dos principais clubes brasileiros.

Assuntos relacionados à cultura somam 17,90% das postagens. Este segundo grupo temático abarca vídeos de coberturas carnavalescas, notícias que reportam para lançamentos de álbuns musicais, entrevistas e perfis de artistas da TV, do teatro e da música brasileira. O usuário, ao navegar pela página, poderá encontrar a biografia do mentor da televisão no Brasil, Assis Chateaubriand, além de reportagens sobre falecimentos de personalidades como Cássia Ellen, Ray Connif, Araci de Almeida e Chacrinha, por exemplo.

Presente em 11,26% das publicações analisadas, a política se destaca no canal Arquivo Marckezini pela disponibilidade de registros que narram fatos da história recente do Brasil. A página relembra coberturas das principais emissoras no processo de redemocratização do país, nos anos 1980; a agonia e morte de Tancredo Neves; e os governos dos presidentes José Sarney e Fernando Collor de Mello. Associado aos assuntos políticos, a economia, que corresponde a 6,84% dos vídeos, é outro ponto a ser levantado. Quem acessa o canal poderá rememorar ou compreender os fracassados planos econômicos que antecederam o Plano Real. Da hiperinflação ao confisco da poupança do Plano Collor, o canal traz memórias da década perdida para os brasileiros e da estagnação econômica que pairou sobre o país.

Notícias internacionais aparecem em 11,06% do recorte. Tragédias, guerras e tensões diplomáticas marcam algumas das imagens encontradas no canal. Destaca-se o trabalho jornalístico ao cobrir o atentado terrorista no *World Trade Center*, em 11 de setembro de 2001, com plantões, análises e grandes reportagens das principais emissoras brasileiras sobre este que foi o primeiro grande fato do século XXI.

O tema polícia pôde ser visto em 8,65% dos vídeos. Em linhas gerais, são notícias sobre crimes e a violência nos grandes centros urbanos do país. Mas, pelo menos dois fatos se sobressaem frente aos demais acontecimentos: o sequestro do

apresentador Silvio Santos, em 2001, e o escândalo da entrevista com os falsos integrantes do Primeiro Comando da Capital (PCC) exibido no programa Domingo Legal, em 2003, que na época movimentou o noticiário policial, após a repercussão da entrevista fictícia, na qual uma suposta dupla de criminosos ameaçam apresentadores de TV e autoridades do estado de São Paulo.

Com registros jornalísticos voltados mais para o plano nacional, o tema cidade, que compreende assuntos locais e regionais – geralmente sobre infraestrutura e mobilidade urbana – aparece em apenas 5,83% do recorte, recuperando notícias geradas por telejornais das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, a exemplo do SPTV e RJTV, programas locais exibidos pela Rede Globo. Observou-se, portanto, a pouca frequência de notícias locais de outras regiões brasileiras, já que os conteúdos postados no canal foram gravados a partir de televisores geograficamente situados no eixo Rio-São Paulo.

Abrangendo matérias sobre comportamento, saúde e meio ambiente, outros temas aparece no levantamento com 5,49% dos registros. Assuntos relacionados à ciência somam 2,41% e repercutem pesquisas genéticas, sobre medicamentos e lançamentos de programas espaciais. Temáticas que abordam religião representam 1,60%, com notícias sobre a morte do médium e filantropo brasileiro Chico Xavier; solenidades da Igreja Católica realizadas pelo papa no Vaticano; e reportagens sobre parapsicologia com o padre González-Quevedo.

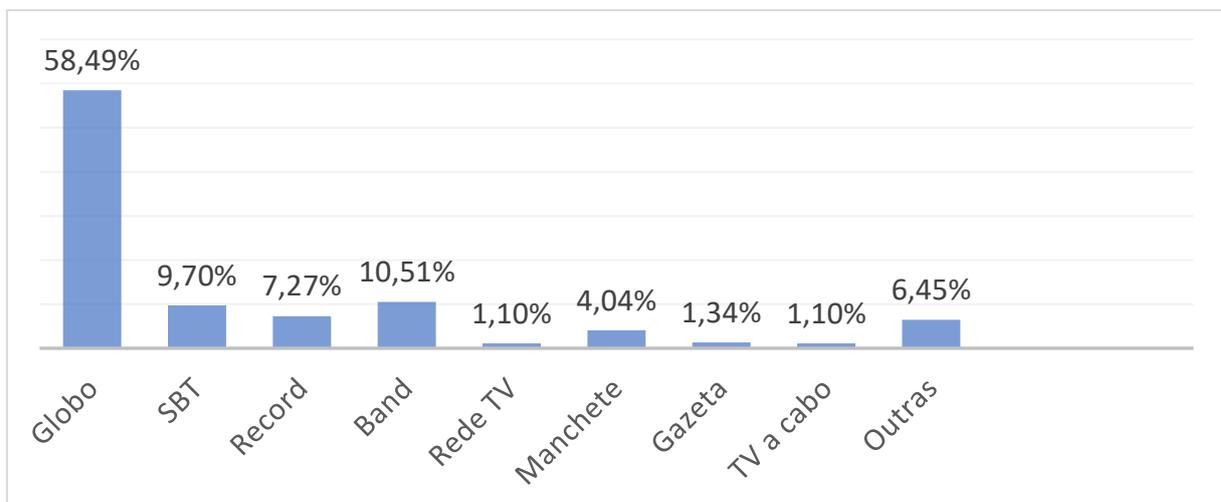
Notícias sobre tecnologia registram 1,20% e apresentam informações sobre o lançamento da internet comercial no Brasil e a implantação da TV digital no país. O tema educação foi registrado apenas uma vez, correspondendo a 0,20% do recorte, com a reportagem de escola de educação infantil que, no ano de 1994, lançou um livro de melodias, que reunia composições criadas por crianças de cinco a dez anos de idade.

6.1.2 Origem dos conteúdos

Conforme destacado no capítulo anterior, Fábio Marckezini explicou que busca mesclar conteúdos de todas as emissoras ao selecionar o que será publicado, mesmo reconhecendo que grande parte dos vídeos que compartilha no YouTube são produções da Rede Globo de Televisão. Explica o colecionador: “a Globo é a que

mais aparece, porque é a que mais foi gravada, que mais as pessoas gravaram e (...) outras pessoas tinham [mais] acesso à Globo do que outras emissoras” (MARCKEZINI, 2020 [entrevista]). De acordo com Jambeiro (2001), até o final do século XX, a TV Globo era uma das redes privadas de TV assistidas com maior regularidade no mundo, dominando as transmissões no Brasil. Segundo Herz (1987), em 1980, a TV Globo já era a quarta maior rede comercial de televisão do mundo, com taxa média da audiência de 70% em todo o país. Logo, é compreensível que a emissora carioca também ocupe uma posição hegemônica, ao analisar esses achados no YouTube. Neste estudo, mesmo considerando apenas os vídeos jornalísticos, a análise de conteúdo corrobora com a informação levantada pelo administrador do canal Arquivo Marckezini: os arquivos dos telejornais e programas jornalísticos da Globo somam 58,49%, conforme podemos observar no abaixo.

Gráfico 2 – Emissoras que produziram os vídeos jornalísticos disponibilizados pelo canal Arquivo Marckezini



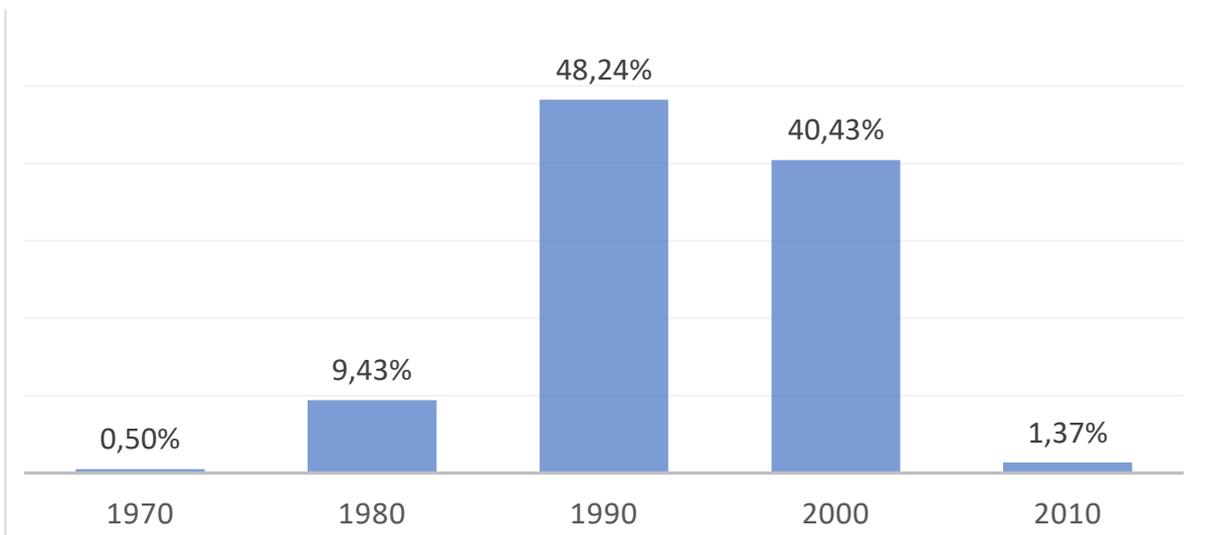
Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

Vídeos da Band (10,51%), SBT (9,70%), Record (7,27%), Manchete (4,04%), TV Gazeta (1,34%), Rede TV! (1,10%), canais da TV a cabo (1,10%) e outras emissoras (6,45%) – que compreendem redes públicas de televisão e canais regionais –, aparecem em menor quantidade, mas, por outro lado, confirmam o esforço da página em disponibilizar um leque de gravações e memórias de outras redes de televisão.

6.1.3 Ano de produção

Os dados apurados apontam que a maior quantidade de telejornais, programas jornalísticos ou trechos de reportagens foram gravados durante as décadas de 1990 (48,24%) e 2000 (40,43%). No canal, o público encontra alguns achados dos anos 1980 (9,43%) e poucos registros dos anos 1970 (0,50%), período no qual o videocassete ainda não era um dispositivo tão presente nos lares dos brasileiros. Os detalhes estão no Gráfico 3, a seguir.

Gráfico 3 - Distribuição por década dos arquivos jornalísticos postados pelo canal Arquivo Marckezini



Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

Também pode-se observar uma frequência reduzida de vídeos gravados a partir do ano de 2010. Como explica o administrador do canal, conteúdos recentes são desconsiderados, a fim de evitar que a página seja rastreada pelos serviços de *streaming* das emissoras, ocasionando strikes no YouTube, banimento de vídeos ou do próprio canal. Ainda assim, 1,37% dos vídeos recuperam acontecimentos que marcaram o início dessa década como: a eliminação da seleção brasileira na Copa do Mundo de 2010; a cobertura do incêndio da boate Kiss, em 2013; e a última imagem da transmissão analógica de TV em São Paulo, no ano 2017, que é a gravação mais recente que pode ser encontrada no canal. Na tabela seguinte, lista-se a relação completa de vídeos jornalísticos por ano de produção.

Tabela 1 - Distribuição por ano dos arquivos jornalísticos do canal Arquivo Marckezini

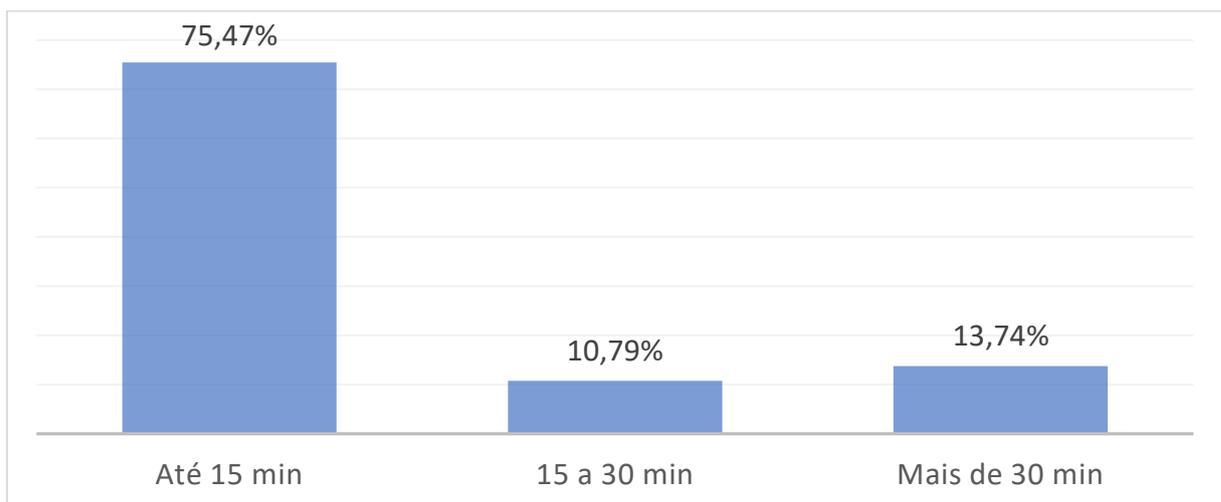
ANO	NUMÉRO DE VÍDEOS
ANOS 1970	
1976	01
1979	01
ANOS 1980	
1984	06
1985	08
1986	02
1987	05
1988	11
1989	04
ANOS 1990	
1990	33
1991	21
1992	18
1993	12
1994	28
1995	17
1996	10
1997	09
1998	19
1999	11
ANOS 2000	
2000	22
2001	35
2002	38
2003	23
2004	17
2005	02
2006	03
2007	02
2008	05
2009	03
ANOS 2010	
2010	02
2013	01
2014	01
2017	01
TOTAL	371

Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

6.1.4 Média de tempo dos vídeos

O canal Arquivo Marckezini opta por compartilhar vídeos curtos no YouTube, conforme o Gráfico 4. O levantamento mostra que o tempo de duração de 75,47% das publicações é de até 15 minutos. Isso significa dizer que o canal não disponibiliza, na maior parte dos casos, a íntegra dos telejornais antigos ou dos programas jornalísticos, tornando público apenas trechos ou recortes das gravações. O corte nos vídeos, conforme Marckezini, ocorre quando o administrador deseja dar ênfase a apenas um assunto, extraindo-o da gravação original, ou quando, de fato, o programa não foi gravado por completo. As duas situações são passíveis de se constatar ao navegar pela página.

Gráfico 4 - Estimativa do tempo de duração dos vídeos jornalísticos analisados



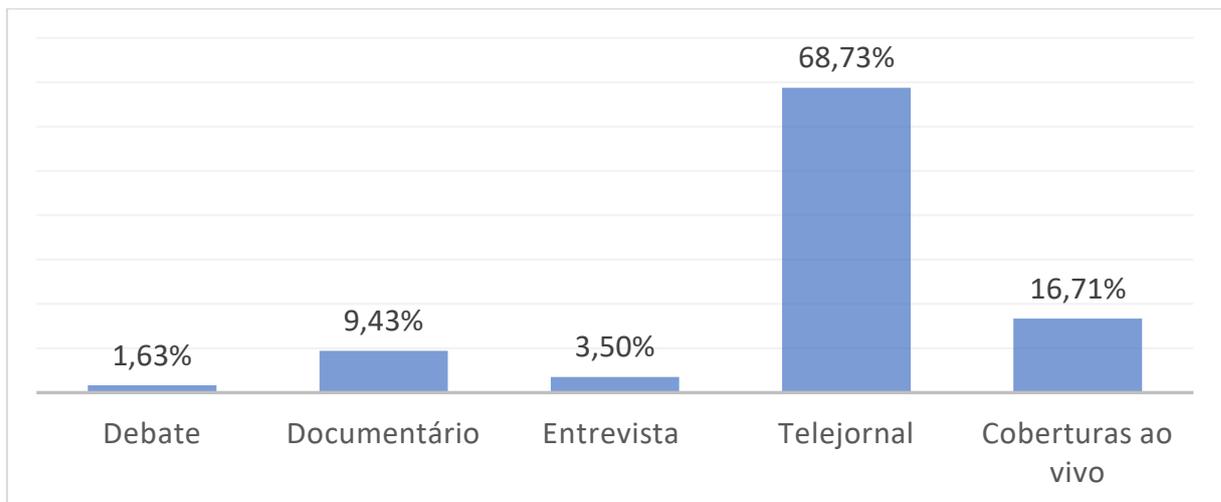
Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

Vídeos que registram mais de 30 minutos de duração são considerados longos e, no canal, somam 13,74% dos casos. Este extrato consegue abarcar produções nas quais o público pode acessar do começo ao fim, levando em conta que a duração de um programa televisivo com todos os blocos oscile entre 30 minutos e uma hora de exibição. Por fim, 10,79% das publicações variam de 15 a 30 minutos de duração. Fragmentos e programas completos também podem ser encontrados nesse grupo intermediário.

6.1.5 Gêneros dos programas

Tendo como ponto de partida a classificação de Aronchi (2004) sobre Gênero de Informação na TV e a contribuição dada por Fechine (2001), na análise do canal Arquivo Marckezini encontrou-se os seguintes resultados, apresentados no Gráfico 5:

Gráfico 5 - Gênero dos programas informativos



Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

O telejornal é o formato de programa mais recorrente entre as postagens analisadas, alcançando 68,73% dos resultados. Assim, grande parte dos vídeos disponibilizados dizem respeito, portanto, à repercussão de atualidades da época que foram levadas ao ar pela televisão e que hoje servem de unidade de memória aos internautas (CANAVILHAS, 2004).

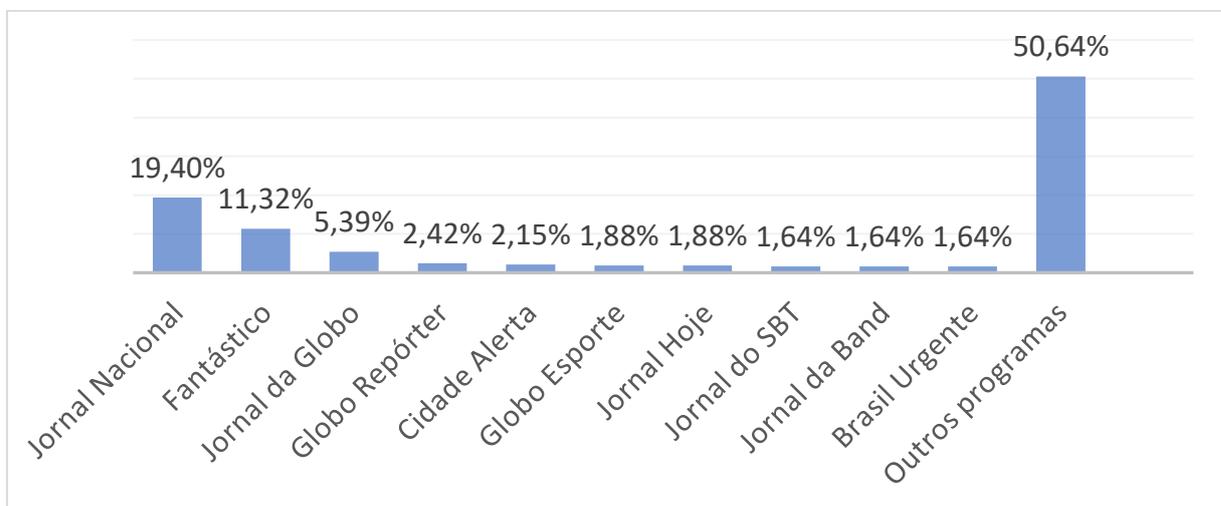
As coberturas ao vivo não estão previstas na classificação de Aronchi (2004), mas, tendo em vista a quantidade de ocorrências de vídeos gravados no momento que os acontecimentos transcorriam, optou-se por inserir esta subcategoria na análise, com base na definição de Fechine (2001). A gravação de transmissões simultâneas de eventos, como funerais, partidas esportivas, *flashes* e plantões aparecem em 16,71% do número total de vídeos analisados

O formato documentário foi encontrado em 9,43% dos vídeos jornalísticos disponíveis na página. Programas focados na conversação interpessoal registram frequências menores, como nos casos daqueles cujos formatos são focados em entrevistas (3,50%) e realização de debates (1,63%).

6.1.6 Programas recorrentes

Apurados os formatos do gênero informativo na TV, a análise de conteúdo também possibilitou determinar quais programas são mais recorrentes no canal Arquivo Marckezini. Para facilitar a sistematização das informações, no Gráfico 6, são elencados os dez programas jornalísticos que aparecem de modo mais frequente nas publicações realizadas no canal, entre 2016 e 2021.

Gráfico 6 - Programas que mais aparecem entre os vídeos analisados



Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

Seis dos dez programas com maior número de vídeos no canal são da Rede Globo: Jornal Nacional (19,40%), Fantástico (11,32%), Jornal da Globo (5,39%), Globo Repórter (2,42%), Globo Esporte (1,88%) e Jornal Hoje (1,88). Dois programas da Band também aparecem na relação: Jornal da Band (1,64%) e Brasil Urgente (1,64%). O programa Cidade Alerta da Record aparece 2,15% e o Jornal do SBT em 1,64%. A soma dos programas que não se repetem com larga frequência corresponde a 50,64% dos vídeos, compreendendo metade do corpus analisado.

6.2 Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos

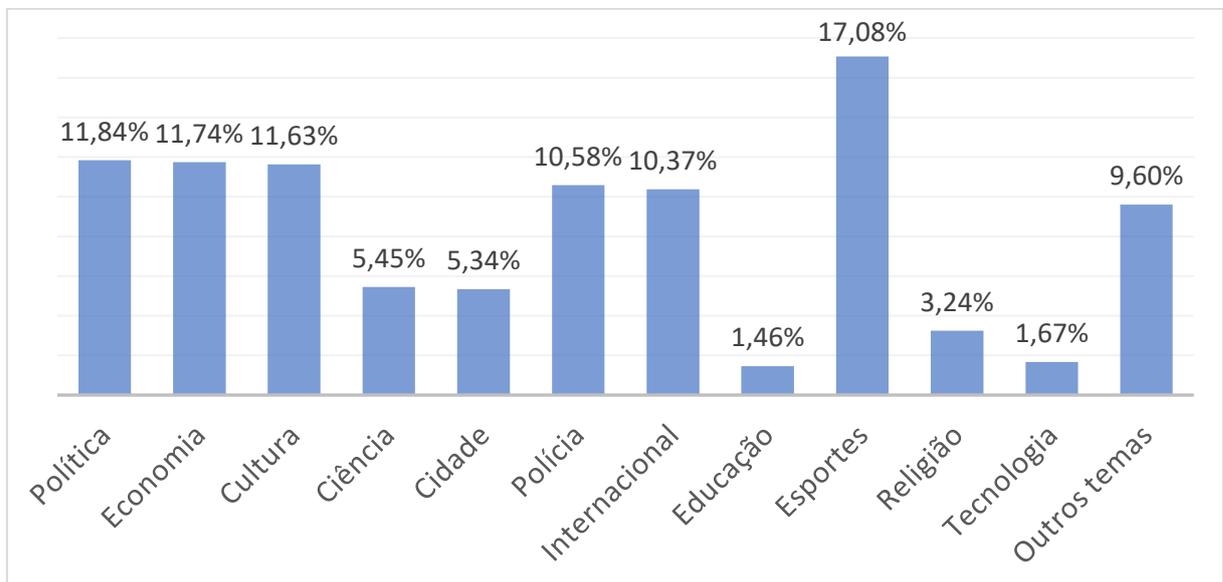
Entre 20 de julho de 2020 e 26 de abril de 2021, o canal Pedro Janov publicou no YouTube um total de 968 vídeos. Foram coletadas 390 publicações que resgatam

produções jornalísticas das principais redes de televisão. A página, portanto, dedica a essas memórias um espaço de 40,29% entre todos os compartilhamentos realizados, em nove meses de atividades do canal na plataforma de vídeos. Os resultados e as características dos conteúdos que compõe o corpus de análise do presente estudo são apresentados nos subtópicos seguintes.

6.2.1 Temas abordados

Nos 390 vídeos que compõe o recorte da análise, foram identificados a ocorrência de 954 assuntos que foram organizados em categorias temáticas. Semelhante ao que se verifica no canal Arquivo Marckezini, as notícias e as transmissões de eventos esportivos também se destacam no canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos, e que podem ser observados no Gráfico 7.

Gráfico 7 - Temas abordados nos vídeos jornalísticos publicados no canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos



Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

O tema esporte desponta em 17,08% do corpus analisado, sendo a unidade de registro mais recorrente. Além de reportagens e blocos nos telejornais dedicados aos resultados de jogos, o canal resgata importantes coberturas, como: a conquista do campeonato Roland Garros, em 1997, pelo tenista brasileiro Gustavo Kuerten, o

Guga; trechos das Olimpíadas de Seul, em 1988; as Copas do Mundo de 1990, 1994, 1998 e 2002; grandes prêmios de Fórmula 1; e partidas de boxe nacional e internacional, com os pugilistas Maguila e Mike Tyson, nos anos 1980.

Presente em 11,84% das temáticas abordadas, a política é uma unidade de registro frequente, sobretudo, em razão do considerável número de telejornais encontrados no canal, como será discorrido mais adiante. Vale destacar que a página permite, a partir das publicações, que os usuários do YouTube tenham acesso aos principais acontecimentos que marcaram o governo do presidente Fernando Henrique Cardoso, nos anos 1990. De acordo com Danilo Rodrigues, parte desses arquivos foram doados por único internauta, que trabalhava em Brasília com o monitoramento de notícias (*clipping*). Com o recebimento do lote de fitas, surgiram vários jornais com datas seguidas e que estão sendo postados página. Neste sentido, é possível consultar, por exemplo, o desdobramento da cobertura de programas jornalísticos que trataram sobre a tramitação e a aprovação da emenda constitucional Nº 16, de 04 de junho de 1997, que permitiu a reeleição do presidente da República, de governadores e prefeitos.

Paralelo aos acontecimentos políticos, o tema economia aparece em 11,74% dos vídeos. Entre os assuntos que aparecem de modo recorrente nos registros noticiosos, destacam-se fatos que sintetizam as pautas econômicas do país nos anos 1990, tais como: a implantação do Plano Real no governo Itamar Franco e a consolidação da nova moeda na gestão FHC; a crise no setor elétrico que resultou em apagões no país, no ano de 1999, em razão do registro de poucas chuvas, falta de planejamento e ausência de investimentos em geração e transmissão de energia; e o polêmico processo de privatização da Companhia Vale do Rio Doce, em 1997.

Outro aspecto analisado foi a cobertura policial, que nos vídeos reportam para fatos criminais, judiciais, de segurança pública, do sistema penitenciário e investigações policiais. Esta categoria temática pôde ser verificada em 10,58% do corpus investigado. Além de resgatar registros das mais diversas banalidades, o canal Pedro Janov recupera casos emblemáticos de violação de direitos humanos, a exemplo do que ficou conhecido como Caso Favela Naval, em março de 1997 - por conta de uma reportagem exibida pelo Jornal Nacional, que mostrava um grupo de policiais militares extorquindo dinheiro, humilhando, espancando e executando pessoas numa blitz na Favela Naval, em Diadema, na Grande São Paulo -; e da Chacina da Candelária, em 1993, quando policiais militares foram acusados de

assassinar oito crianças próximo à Igreja da Candelária, no centro da Cidade do Rio de Janeiro.

Imagens de tensão também são verificadas ao considerar as notícias internacionais, que somam 10,37%. Dentre um leque de assuntos, a página compartilha de uma mescla de telejornais que produziram fartas coberturas sobre a dissolução da União Soviética, as invasões militares ao Iraque na Guerra do Golfo, em 1991, e a trágica morte da princesa Diana, no final de agosto de 1997. Acontecimentos que dominaram o noticiário na época em que foram transmitidos.

O tema ciência tem entrada pouco frequente nas publicações do canal Pedro Janov. São 5,45% dos registros que dizem respeito às notícias sobre pesquisas e estudos acadêmicos dos mais diversos propósitos, como: a chegada dos remédios genéricos às farmácias brasileiras, em 2000; e a pesquisa encomendada pelo governo norte-americano, também no mesmo ano, que provou que remédios vencidos, quando bem guardados e lacrados, podem ser utilizados com segurança e eficácia até seis anos após a data do vencimento do medicamento.

Cidade registra 5,34% dos temas abordados e concentra informações da cidade de São Paulo, com pautas relacionadas à alagamentos e trânsito. O tema religião surge em 3,24% do recorte. Os vídeos, em grande parte, abordam a última visita ao Brasil do Papa João Paulo II e a missa que levou dois milhões de fiéis ao Aterro do Flamengo, no Rio de Janeiro, em 1997. Também há registros sobre a morte de madre Teresa de Calcutá, importante figura do século XX.

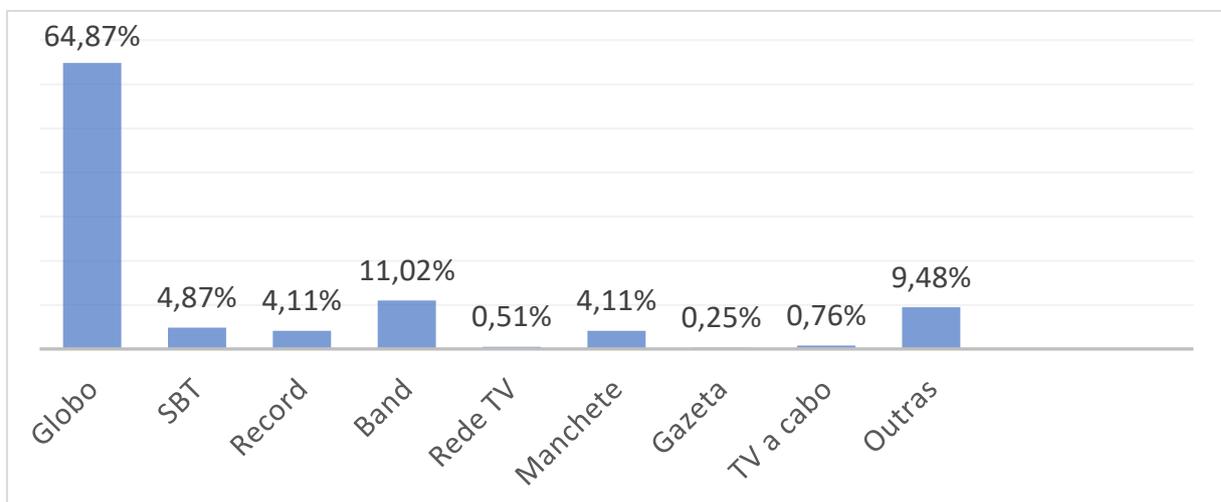
Notícias sobre tecnologia representam 1,67% dos temas abordados nas postagens e referem-se a lançamentos de produtos informáticos e de entretenimento. Um exemplo é a reportagem exibida pelo Jornal da Globo, em fevereiro do ano 2000, sobre a TV do futuro, na qual os telespectadores poderiam interagir com a tela, pausar programas e até fazer compras usando o controle remoto do aparelho.

Temáticas envolvendo educação correspondem a 1,46% e podem ser observadas em reportagens que narram iniciativas e métodos inovadores de ensino em escolas do Brasil a fora. Outros temas somam 9,60% e correspondem a assuntos sobre comportamento, meio ambiente, turismo, lazer e culinária.

6.2.2 Origem dos conteúdos

Nesta unidade de registro, mais da metade dos arquivos jornalísticos encontrados no canal Pedro Janov são vídeos de programas da Rede Globo de televisão, como destacado no Gráfico 8. Os conteúdos da emissora aparecem em 64,87% das publicações coletadas. Aqui novamente cabe a máxima de que, por ser a TV que durante as últimas décadas mantém a hegemonia da audiência, é a emissora cujas produções tendem a ser menos esquecidas do que os programas de outras redes de televisão. Verifica-se um duplo enquadramento das memórias: o primeiro, quando os telespectadores usaram o videocassete, no intento de guardar imagens da TV, determinando a escolha da emissora, programa e a extensão em minutos ou horas da gravação; e no momento que o administrador do canal Pedro Janov realiza a seleção dos vídeos e decide, a partir de critérios pré-estabelecidos, o que será compartilhado no YouTube.

Gráfico 8 - Emissoras que produziram os vídeos jornalísticos disponibilizados pelo canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos



Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

Ao passo que programas e temas abordados pelo jornalismo da Globo são largamente lembrados pelo canal Pedro Janov, observa-se uma considerável diferença de mais de 50% dos dados coletados em relação à Band, que é a segunda emissora mais recorrente, aparecendo em 11,02% do recorte. Cabe destacar que

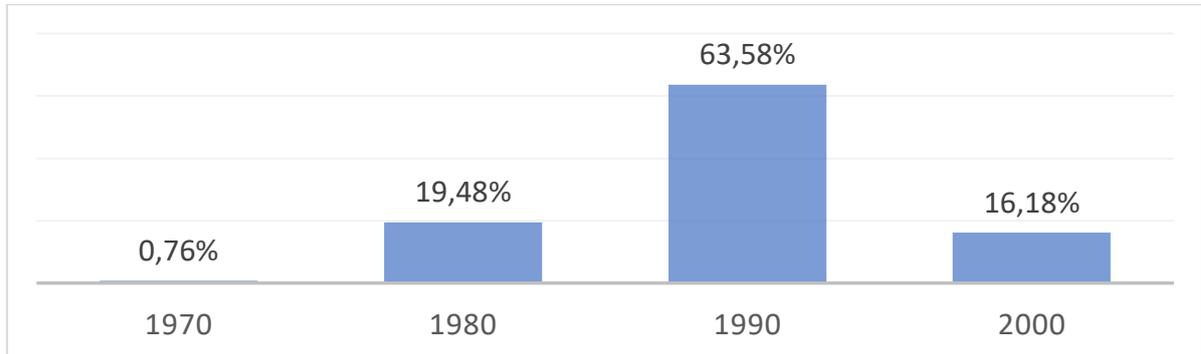
Globo e Band foram as duas primeiras redes a lançar canais de notícias na TV paga²¹, além de sempre manterem produtos jornalísticos nas suas respectivas grades de programação, o que apontam para a tradição de investimentos no jornalismo, refletindo em adesões do público. Esses indícios ajudam a explicar por que as produções de tais redes de TV foram gravadas e por que algumas memórias foram enquadradas e outras não. A TV Globo e a Band dominam juntas $\frac{3}{4}$ dos vídeos levados ao YouTube. Em seguida, aparecem nos dados levantados produções do SBT (4,84%), da TV Record (4,11%), da extinta TV Manchete (4,11%), da Rede TV! (0,51%), dos canais de notícias a cabo (0,76%), da TV Gazeta (0,25%), e de outras emissoras (9,48%).

6.2.3 Ano de produção

A maioria dos vídeos compartilhados pelo canal Pedro Janov provém da década de 1990, correspondendo a 63,58% das publicações jornalísticas, dados apresentados no Gráfico 9. De acordo com Danilo Rodrigues, que gravou, comprou fitas, recebeu doações de arquivos e pesquisa a origem e a data das imagens que coleciona, as transmissões nos anos 1990 foram as mais gravadas pelos telespectadores, diferentemente de outros períodos. Registros dos anos 1980 representam 19,48% e dos anos 2000 somam 16,18%. No canal, tem-se como hábito a não publicação de vídeos mais atuais, já que a proposta da página é recuperar gravações consideradas antigas ou que tenha algum valor de raridade. Ainda assim, o vídeo mais recente tem a data do ano de 2009, com o programa Arquivo N, da Globo News, que consiste num especial sobre os 25 anos do movimento Diretas Já, compilando imagens dos anos 1980 e depoimentos de artistas e personalidades da política que participaram das manifestações em prol da retomada das eleições diretas para o cargo de presidente da República do Brasil.

²¹ A Globo News, do Grupo Globo, foi o primeiro canal oficialmente de notícias do Brasil, inaugurado em 15 de outubro de 1996. A BandNews TV foi inaugurada no dia 19 de março de 2001 pelo Grupo Bandeirantes de Comunicação. Vale destacar que trechos de telejornais da Globo News também foram verificados dentre os vídeos postados pelo canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos.

Gráfico 9 - Distribuição por década dos arquivos jornalísticos postados pelo canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos



Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

A década de 1970 é a que dispõe de menos registros (0,76%), dadas as condições técnicas da época para gravar a programação da TV, o que torna difícil o acesso de gravações do período. O canal Pedro Janov conseguiu publicar no YouTube duas edições na íntegra do Globo Shell Especial, exibidas pela Rede Globo em 1972, numa parceria com a rede norte-americana CBS (*Columbia Broadcasting System*). Na Tabela 2, verifica-se a quantidade total de registros e o ano que foram transmitidos originalmente pela TV.

Tabela 2 - Distribuição por ano dos arquivos jornalísticos do canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos

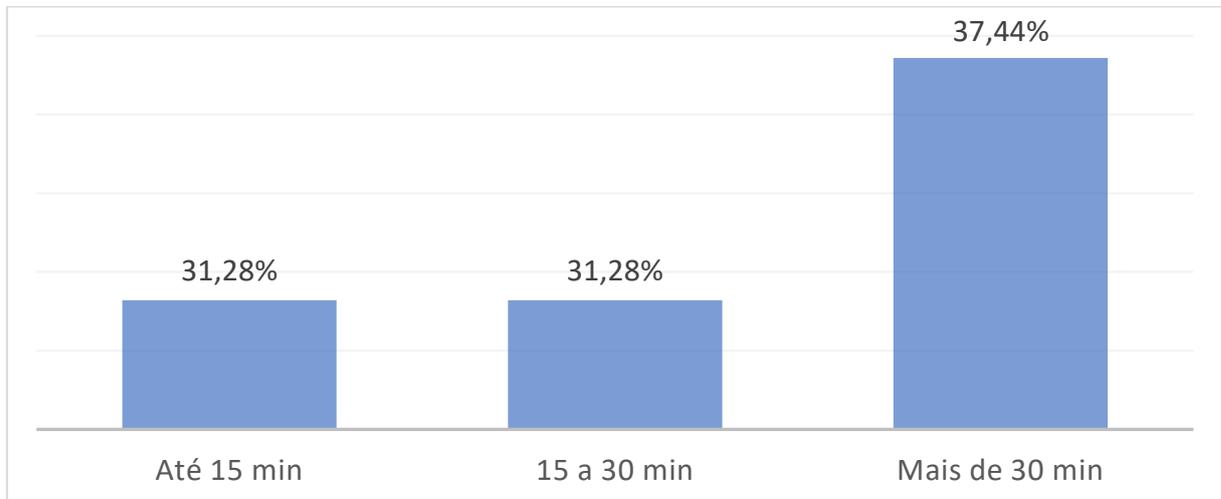
ANO	QUANTIDADE DE VÍDEOS
ANOS 1970	
1972	02
1979	01
ANOS 1980	
1980	01
1981	01
1983	04
1984	04
1985	22
1986	12
1987	19
1988	07
1989	07
ANOS 1990	
1990	16
1991	21
1992	18
1993	35
1994	31
1995	25
1996	23
1997	38
1998	28
1999	12
ANOS 2000	
2000	17
2001	21
2002	04
2003	07
2004	05
2005	03
2006	03
2009	03
TOTAL	390

Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

6.2.4 Média de tempo dos vídeos

No canal Pedro Janov predomina a tendência de se disponibilizar vídeos longos, com duração superior a 30 minutos. As publicações nesta extensão de tempo somam 34,44% e registram íntegras de telejornais, programas de entrevistas e documentários, como podem ser observados no Gráfico 10.

Gráfico 10 - Estimativa do tempo de duração dos vídeos jornalísticos analisados



Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

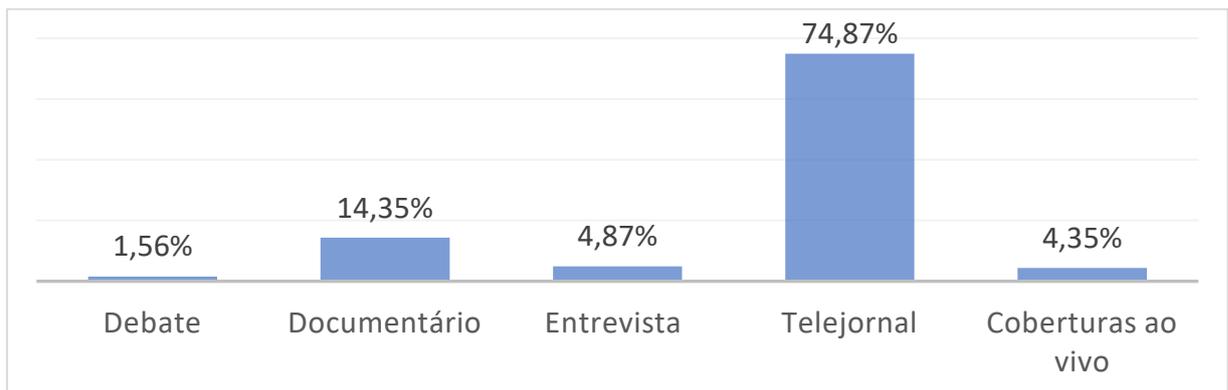
Verificou-se também que vídeos entre 15 e 30 minutos, os quais representam 31,28%, podem conter ou não programas completos, ao passo que vídeos com duração de até 15 minutos (31,28%) representam trechos de programas ou recorte de reportagens.

6.2.5 Gêneros dos programas

Retomando a classificação proposta por Aronchi (2004), o telejornal é o formato mais encontrado dentre as memórias jornalísticas no canal Pedro Janov, estando presente em 74,87% das publicações, disponibilizando aos usuários um vasto acervo de notícias antigas. Segundo Danilo Rodrigues, “em tese”, os telejornais conferem à página maior grau de segurança em relação a outros formatos e produções que podem ser enquadrados na política de direitos autorais do YouTube, ocasionando o recebimento de notificações, bloqueios de conteúdos ou banimento do canal.

Situações que ocorreram com os canais anteriores administrados por ele, como no caso mais recente, em julho de 2020, quando telejornais que continham chamadas de novelas nos intervalos comerciais foram enquadrados pela política de direitos autorais, resultando em quatro *strikes* seguidos e a exclusão do canal pelo *YouTube*. As informações sobre os gêneros estão no Gráfico 11, abaixo.

Gráfico 11 - Gêneros dos programas informativos



Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

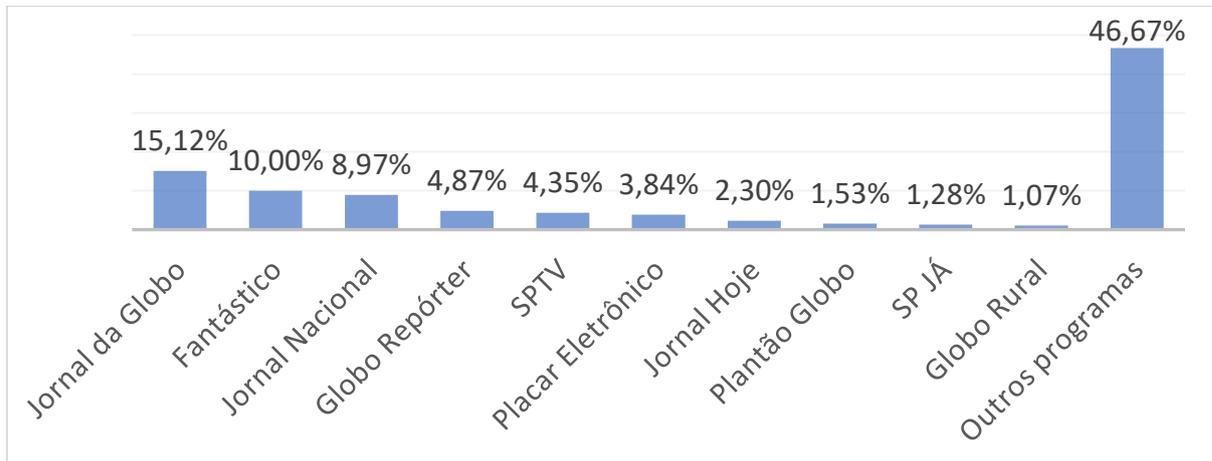
O documentário é o segundo formato do gênero de informação de TV mais presente, verificado em 14,35% do corpus, e agrega programas semanais de grandes reportagens. Há formatos com menores taxas de entrada no canal, como os programas de entrevistas (4,87%) e programas de debate (1,56%). O formato fundado na transmissão ao vivo (FECHINE, 2001) aparece em 4,35% dos resultados, reunido plantões das emissoras e torneios esportivos, cujos acontecimentos abordados, bem como seus desdobramentos, são marcados pela imprevisibilidade.

6.2.6 Programas recorrentes

Dez produções da Rede Globo de televisão somam mais de 50% entre programas jornalísticos recorrentes no canal Pedro Janov. Com 15,12%, o Jornal da Globo é o que registra o maior percentual dentre os vídeos compartilhados. Também figuram na lista as principais produções do departamento de jornalismo da Rede Globo nos anos 1990: Fantástico (10%), Jornal Nacional (8,97%), Globo Repórter (4,87%), SPTV (4,35%), Placar Eletrônico (3,84%), Jornal Hoje (2,30%), Plantão da

Globo (1,53%), SP Já (1,28%) e Globo Rural (1,07%). Outros programas registram 46,67% do recorte e reúnem arquivos de edições que tiveram entradas esporádicas no canal Pedro Janov.

Gráfico 12 - Programas que mais aparecem entre os vídeos analisados



Fonte: dados da pesquisa empírica (2021).

Diante dos resultados, vale frisar que a frequência de programas não se relaciona com as publicações que detêm o maior número de visualizações ou comentários realizados pelos usuários. A título de exemplificação, o vídeo mais visto atualmente no canal não figura na lista de programas frequentes e faz parte das poucas produções disponíveis no canal cujo formato é focado na entrevista. Trata-se do programa Cara a Cara, no qual Marília Gabriela entrevista o cantor Fábio Júnior, em fevereiro de 1994, pela TV Band. A publicação no YouTube é de uma hora e dezoito minutos de duração e já foi visualizada mais de 32 mil vezes.

6.3 Mídiaatização da memória: rotinas e artefatos de notícias

Coube aos capítulos 5 e 6 deste estudo verificar as questões problemáticas sobre o compartilhamento de memórias jornalísticas no YouTube, a partir dos canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos. As entrevistas com os administradores das duas páginas foram cruciais para desvelar aspectos acerca das motivações de empreenderem o resgate de produções da TV na internet, as rotinas estabelecidas, as dificuldades e frustrações vivenciadas, bem como os laços gerados com os usuários que transitam por esses espaços virtuais. Posteriormente, a análise

de conteúdo possibilitou a apresentação dos artefatos jornalísticos, a fim de compreender as características dos registros disponibilizados pelos acervos.

Ao iniciar pela verificação das rotinas dos canais estudados, pontuou-se sobre as motivações que levaram Fábio Marckezini e Danilo Rodrigues a compartilhar material antigo da TV no YouTube. Na perspectiva de Burgess e Green (2009), ambos exercem a função de colecionadores ou curadores de registros televisivos. São pessoas cujas práticas colaboram com a construção do YouTube como arquivo cultural. Neste sentido, cabe, de forma breve, recorrer ao dicionário para recuperar o significado da palavra *amador*, que muito se relaciona com as ações articuladas por esses administradores de páginas na plataforma de vídeos. Segundo Ferreira (2001, p. 32), *amador* é aquele “que se dedica a uma arte ou ofício por mero prazer. Entusiasta, apreciador”. Apreço que veio por influência do grupo familiar, quando, espelhando-se na figura paterna, os administradores começaram, ainda na infância, a armazenar programas da TV em fitas VHS.

O que no início era compreendido como *hobby*, foi levado a outras proporções, com o acesso às redes sociais na internet. Inseridos em comunidades virtuais, Fábio Marckezini e Danilo Rodrigues descortinaram seus acervos para outros usuários, igualmente interessados pelos arquivos da televisão. Dialogando com o entendimento sociológico de Halbwachs (2013), infere-se que os canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov estão assentados e organizados em quadros sociais. Registros que, outrora, serviam à memória individual dos colecionadores, agora servem para coletivos de sujeitos que encontram os vídeos no YouTube. Os canais conseguem atrair uma comunidade de usuários inscritos, gerando identificação, interação e formas colaborativas em torno dos conteúdos que são disponibilizados. Nisto, conforme o autor, a memória coletiva pensada em torno desses grupos sociais é configurada pela seleção, interpretação e transmissão de representações do passado.

No tocante às rotinas nos canais, foram identificados pontos divergentes e pontos convergentes, quanto ao processo de escolha dos conteúdos jornalísticos compartilhados: 1) a página Arquivo Marckezini estabelece como meta a publicação de dois vídeos por semana; os arquivos publicados são aqueles considerados “interessantes” pelo administrador, mas também são consideradas as preferências do público; temas devem apresentar alguma relação com o tempo presente; com base na política de direitos autorais, descartam-se vídeos que possam gerar notificações ou denúncias; o canal não faz distinção de emissoras, apesar de publicar em maior

quantidade vídeos da Rede Globo, pelo fato de haver mais gravações; 2) a frequência de publicações no canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos depende da disponibilidade do administrador, que concilia as atividades no YouTube com as rotinas de trabalho e estudos. Não existe, portanto, uma periodicidade delimitada; os vídeos selecionados para o compartilhamento na plataforma partem de escolhas aleatórias, não havendo um roteiro de temas; a página também não publica arquivos que possam ser confrontados pelas diretrizes de direitos autorais; atualmente, são compartilhados produções de todas as emissoras de televisão.

Considerando o itinerário dos canais, assim como os historiadores e as mídias (jornais impressos, rádios, TV e internet) que desempenham um importante papel na construção de enquadramentos de memórias (POLLAK, 1989), observa-se que tanto Fábio Marckezini quanto Danilo Rodrigues também atuam no sentido de enquadrar o que deve ser lembrado nas suas respectivas páginas.

A partir de critérios subjetivos, ao eleger os arquivos que se tornarão públicos, os administradores executam ações similares à atividade jornalística, que seleciona e hierarquiza temas do presente, ao passo que esquece de uma gama de assuntos. Por isso, nos seus respectivos canais cumprem a mesma função de “senhores da memória”, termo que Barbosa (1995) usou para qualificar o trabalho dos jornalistas.

Os dois administradores de canais teceram respostas semelhantes ao justificar as razões do compartilhamento de produções telejornalísticas. Para eles, os conteúdos informativos atraem a audiência e a participação dos usuários, ao passo que não violam os direitos autorais das empresas e conferem aos canais mais segurança do que programas de outros gêneros. Apesar disso, os arquivos jornalísticos publicados disputam espaço com variados formatos também televisionados no passado, a exemplo das produções do entretenimento e intervalos comerciais antigos. A análise de conteúdo verificou que o espaço dado às memórias jornalísticas no canal Arquivo Marckezini representa 19,75%, entre todas as postagens, enquanto no canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos o índice registra 40,29%.

Partindo desses indicativos, compreende-se que as páginas no *YouTube* se mobilizam em não apenas trazer ao presente a produção noticiosa do passado, mas também rastros culturais do que a televisão brasileira foi capaz de produzir. Sobre isso, Mota (2010, p. 161) lembra que “a televisão é, por excelência, um espaço enunciativo que privilegia narrativas que se voltam para o que vem sendo chamado

de história do presente, o conjunto de fatos cotidianos da vida social do país”. Muito embora tratem de conteúdos antigos da TV, as publicações no YouTube servem ao mundo social como unidade de memória (CANAVILHAS, 2004), seja para construir, ativar e/ou atualizar lembranças, seja para estabelecer processos de esquecimentos, em meio aos múltiplos sentidos que possam ser instituídos na circulação desses registros.

Sobre a memória social gerada pela televisão, Mota (2010, p. 163) acrescenta que uma imagem de telejornalismo é dotada de uma carga icônica que “produz significados sobre o que mostra, que são interpretados a partir de um mapa cultural de telespectadores”. Guiados por essa iconicidade, os canais Arquivos Marckezini e Pedro Janov já restituíram ao alcance público um amplo leque de imagens e assuntos de acentuada relevância, que não apenas marcam ou repercutem na memória coletiva, mas, que já estão presentes nos livros da História recente do país. Como frisou Fábio Marckezini, os acervos no YouTube possibilitam a retroalimentação de memórias e continuam informando e gerando conhecimento, sobretudo, às novas gerações.

A verificação dos temas abordados nos vídeos mostrou que esporte, política, cultura e economia representam os assuntos mais recorrentes entre as produções telejornalísticas resgatadas por ambos os canais. São notícias e eventos que continuam existindo em ambientes sociais e desempenhando certa importância para um determinado público que se permite envolver por esses registros (FRANCISCATO, 2003).

Quanto a origem dos vídeos, observou-se que a Rede Globo é a emissora que apresenta o maior percentual de inserções tanto no canal Arquivo Marckezini (58,49%) quanto no canal Pedro Janov (64,87%), em razão de ter sido a mais gravada e a que as pessoas tinham mais acesso. Paralelo a isso, no YouTube, a Globo é uma das principais empresas que atuam contra a disponibilização de vídeos pelos acervos amadores, já que emissora dispõe de serviços de *streaming* para vender conteúdos e um site próprio para preservação de sua história, que, para os administradores dos canais estudados, não satisfaz a necessidade de quem deseja consultar registros produzidos pela emissora.

Como foi apontado no início deste estudo, a importância desses canais se justifica, principalmente, por essa extensa lacuna deixada pelas principais redes de

televisão do país na relação com sua audiência e na forma como lidam e disponibilizam suas próprias memórias.

A problemática comunicacional em torno do YouTube é, portanto, um dos impactos gerados pelo progresso tecnológico que, para Jenkins (2009), obrigam os meios tradicionais de comunicação a repensarem seus modelos de negócios e os novos padrões de consumo e a conviverem com os novos meios de comunicação que vêm se estabelecendo.

A existência e as ações desencadeadas pelos canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov também podem ser melhor apreendidas à luz dos estudos de midiatização. Ocorre que os canais estão inseridos num cenário de transformações na cultura e na sociedade, no qual a mídia exerce forte influência na modulação de práticas socioculturais. Hepp (2014) destaca que o processo de midiatização do mundo não se efetiva de forma linear, mas, a partir de momentos eruptivos denominados de “ondas de midiatização”, ou seja, quando certos desenvolvimentos da mídia resultam em um ambiente de mídia diferente, produzindo novas configurações comunicativas.

Assim também a memória foi colocada em um novo patamar e envolvida em novas sociabilidades. Hoje, à medida que as inovações tecnológicas avançam, vê-se que práticas e relações sociais estão ganhando contornos ainda mais dinâmicos e complexos, com grande impacto no processo de recuperação das lembranças. No caso de Danilo Rodrigues, o canal criado no YouTube o auxiliou na captação e comercialização dos arquivos gravados das emissoras. Com o intercâmbio do material e a receita gerada, o jornalista e fonoaudiólogo consegue custear - sem depender da remuneração proveniente de sua atividade profissional - a compra de fitas VHS em sebos, equipamentos para conversão de imagens, bem como a manutenção dos aparelhos utilizados no processo de digitalização. Frisa-se ainda as relações que surgem com outros usuários na internet, em razão da identificação de *hobbys*. Não obstante, Danilo Rodrigues e Fábio Marckezini são amigos para além dos contatos virtuais e partilham não apenas imagens entre si, mas causas e lutas que ambos acreditam, como o debate que promovem em torno da necessidade da preservação e do acesso público aos registros históricos da televisão brasileira.

Numa leitura sobre midiatização, a partir da linha de pesquisa brasileira, essas novas formas de vida e interações, na perspectiva de Fausto Neto (2017), constataam que a constituição e o funcionamento da sociedade se encontram permeados e

atravessados pela “cultura da mídia”. Na plataforma de vídeos YouTube, por exemplo, instituiu-se novas lógicas de produção e consumo de conteúdos audiovisuais, com reflexos diretos no cotidiano dos indivíduos. Ensinar e aprender novas habilidades, ouvir músicas, informar-se, influenciar pessoas, lembrar dos acontecimentos etc., são casos concretos de como se efetivam essas novas dinâmicas sociais e simbólicas.

Na análise das rotinas dos canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov, observou-se ainda a instauração de uma lógica comunicativa em torno das memórias. Os vídeos compartilhados por Fábio Marckezini contêm logotipos ou marcadores que identificam a autoria do resgate. Isso, até pouco tempo, também essa era uma prática recorrente no canal de Danilo Rodrigues. Tais marcadores estão relacionados à circulação das memórias, considerando as condições de imprevisibilidade de como as publicações são recebidas e reconfiguradas pela audiência. Essa circulação se dá num espaço indeterminado entre emissão e recepção (PERNISA JÚNIOR, 2016). Portanto, a utilização de logotipos dos canais sobre as memórias indica a impossibilidade de os administradores manterem o domínio sobre os conteúdos, bem como rastrear os usos empreendidos por outros internautas, a exemplo de páginas que reaproveitam os arquivos na confecção de novas produções.

Diante do exposto, os canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov são caracterizados por rotinas e disponibilização de memórias que vão se configurando a partir de fatores relacionados à própria lógica operacional do site de vídeos YouTube, bem como das expectativas e subjetividades de cada administrador e do envolvimento estabelecido com os usuários que transitam pelos acervos, expresso pelos laços de cooperação ou ruptura (RECUERO, 2009).

A estrutura rizomática que se efetiva, possibilita que as publicações dos canais atinjam fluxos de alta imprevisibilidade ao circularem por outros nós da rede que também passam a se apropriar das memórias. Por outro lado, é difícil precisar quais rastros são selecionados e apropriados, assim como é incerto o futuro dos canais que compartilham memórias no YouTube, tendo em vista que podem sair do alcance público a qualquer momento.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se, dentro dos limites desta pesquisa, compreender o itinerário de canais no YouTube que desenvolvem trabalho de “curadoria” de memórias da televisão brasileira, com atenção especial para a recuperação e disponibilização de notícias e de programas telejornalísticos antigos. A investigação foi guiada a partir de marcos teóricos e de um percurso metodológico previamente estabelecido, que possibilitaram estudar as rotinas empreendidas pelos canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos, bem como identificar as características dos artefatos noticiosos compartilhados na plataforma por esses acervos. Portanto, concebe-se que o objetivo geral e os objetivos específicos perseguidos por esta dissertação foram alcançados.

Para conhecer as particularidades das rotinas dos canais selecionados, recorreu-se à técnica da entrevista em profundidade semiestruturada que foi aplicada junto aos administradores das páginas. Inicialmente, a intenção era que as entrevistas fossem realizadas presencialmente, possibilitando que o pesquisador pudesse utilizar ainda a técnica da observação direta. Esse recurso metodológico, conforme Lakatos e Marconi (1992), seria crucial para examinar fatos ou fenômenos que, neste caso, seria o devido acompanhamento *in loco* das atividades desenvolvidas pelos canais por um determinado período. Considera-se este um aspecto limitante, pelo fato da pesquisa está centrada exclusivamente na fala dos entrevistados. Em função da condição pandêmica do novo coronavírus - declarada pela Organização Mundial de Saúde (OMS), em março de 2020 – e em observância às orientações sanitárias de distanciamento social, foram utilizadas duas plataformas de videoconferência que ajudaram a cumprir os objetivos propostos, recolhendo respostas acerca da experiência e do conhecimento das fontes.

Na fase de entrevistas, buscou-se investigar lógicas de captação, catalogação, tratamento e publicização dos registros telejornalísticos pelos canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov, bem como compreender percepções dos administradores das páginas sobre memória, direitos autorais e os laços gerados a partir da interação com outros usuários no YouTube.

A primeira fonte consultada foi o editor de conteúdos Fábio Marckezini que, desde 2016, publica na plataforma fragmentos de imagens digitalizadas extraídas de fitas VHS que gravou entre 1994 e 2010. O segundo entrevistado foi Danilo Rodrigues,

jornalista e fonoaudiólogo, que também coleciona vídeos antigos, desde 1994, e mantém um canal no YouTube, há pelo menos 15 anos. A partir das indagações, verificou-se que ambos apresentam trajetórias semelhantes quanto às práticas de manutenção e exploração de arquivos oriundos da programação da TV. Para digitalizar imagens analógicas, os administradores dos canais dispõem de aparelhos videocassetes que, conectados a gravadores externos de DVD ou a computadores, ajudam no processo de conversão dos vídeos para o formato digital. Os registros são organizados e catalogados, mas tais processos dependem da disponibilidade de tempo dos colecionadores, que conciliam o *hobby* com atividades profissionais e acadêmicas. O armazenamento do conteúdo dos acervos físicos demanda espaço e *custos financeiros*. Apenas o colecionador Danilo Rodrigues vem, gradativamente, mantendo vídeos em HD externos, já que consegue custear as ações com receitas obtidas por meio da comercialização de fitas e discos de DVD em sites de compra e venda na internet.

Os levantamentos realizados serviram de subsídios para entender como são selecionadas as temáticas dos conteúdos publicados no YouTube. Escolhas aleatórias, conteúdos de bom grado aos administradores e assuntos do passado que se relacionam de alguma forma com o presente foram as explicações dadas durante as indagações.

Sobre a periodicidade das postagens, apenas o representante do canal Arquivo Marckezini explicitou a regularidade com que o canal é atualizado, neste caso, semanalmente. No canal Pedro Janov, a transferência de arquivos para a página ocorre em períodos que o administrador não conseguiu determinar com precisão.

De maneira geral, os dois canais verificados mesclam memórias do jornalismo, entretenimento e publicidade em suas rotinas de publicações. A percepção dos entrevistados é de que os vídeos jornalísticos antigos, embora tenham sido produzidos por terceiros, não comprometem a permanência dos canais na comunidade do YouTube, tendo em vista as orientações expressas pelos Termos e Usos da plataforma e a Lei de Direitos Autorais. Por isso, os canais se mostram inclinados a priorizarem produções do jornalismo, à medida que se têm acesso a essas memórias.

Ainda assim, verificou-se, a partir da fala das fontes, que as diretrizes legais interferem nas práticas e nas escolhas dos administradores ao selecionar arquivos para publicação na internet. Um termo e um temor bastante frequentes nas respostas

é o *strike*, que é uma sinalização de descumprimento às regras da plataforma, quanto à propriedade intelectual dos conteúdos postados. O acúmulo de três *strikes* leva ao banimento de canais e contas no YouTube, situações que ocorreram por duas vezes com o colecionador Danilo Rodrigues. Para além de um método punitivo, o *strike* não apenas derruba conteúdos e páginas, mas também desestimula os colecionadores a continuarem partilhando seus arquivos com outros grupos coletivos.

Outro ponto levantado foi a circulação das memórias resgatadas para além dos limites dos canais estudados. Os relatos são de que há uma apropriação dos conteúdos por parte de outros usuários e páginas na internet e até por emissoras de TV, que se utilizam dos registros para contextualizar notícias e reportagens. O que gera certo grau de incômodo aos administradores é não serem citados como as fontes que recuperaram as gravações, mesmo reconhecendo que os vídeos foram produzidos por terceiros.

Pela gestão dos canais de memórias também perpassam os laços construídos com os usuários que transitam e que interagem nas publicações. De modo geral, comentários são lidos e respondidos, conforme afirmaram os administradores, entretanto, opiniões ofensivas e xingamentos são corriqueiramente banidos das páginas. Também foi possível levantar que existem relações de trocas, como intercâmbio e doações de conteúdos de internautas para os donos dos acervos.

Sobre a importância do trabalho que os canais prestam à sociedade, foram obtidas respostas que convergem para iniciativas de valorização da memória, num país que não preserva, não respeita e que destrói sua própria memória. As páginas urgem a necessidade de cidadãos e pesquisadores por registros históricos e por conhecimentos sobre fatos sociais. Em muitos casos, constituem-se quase como fontes únicas por preservarem determinadas gravações que nem mesmo as emissoras produtoras detêm em seus departamentos de arquivos.

Desta feita, o segundo passo da dissertação foi identificar os vídeos jornalísticos publicados pelos canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov, desde a data de criação das páginas até o mês de abril de 2021. Recorreu-se, portanto, a análise de conteúdo, que permitiu verificar quantitativamente os temas abordados nas postagens, a origem dos vídeos, o ano que foram produzidos, a média de duração dos conteúdos, os gêneros de informação e os programas mais recorrentes.

Ao começar pelo canal Arquivo Marckezini, os arquivos jornalísticos verificados somaram 19,75% de todas as publicações empreendidas na página. Nesse recorte

de artefatos de notícias, foram identificados 470 assuntos abordados, com destaque para acontecimentos esportivos, embora tenha se verificado margem para outras temáticas de memórias que perpassam por política, economia, cultura, cidade, ciência, polícia, educação, religião, internacional, tecnologia e outros assuntos. Sobre a origem dos arquivos, constatou-se que 58,49% dos vídeos jornalísticos do canal foram gravados da TV Globo, indicando que produções da emissora tendem a ser mais frequentes nas atualizações da página, se comparado a conteúdos de outras redes de TV. Majoritariamente, os arquivos foram gravados entre as décadas de 1990 e 2000, somando juntas 88,67% do recorte. Os resultados apontam para a pouca constância de memórias relacionadas a épocas anteriores, como os anos 1980 e, principalmente, 1970 – período no qual os videocassetes eram inacessíveis para grande parcela dos brasileiros.

Outra característica das publicações é o tempo de duração. Vídeos com oscilação entre um e 15 minutos compreendem 75,47%, das publicações analisadas, evidenciando a preferência do canal por fragmentos de programas jornalísticos, que em grande medida não estão disponibilizados em sua íntegra. Deste modo, 68,73% dos conteúdos verificados são trechos extraídos de telejornais, além de outros formatos do gênero de informação (ARONCHI, 2004), como documentários (9,43%), programa de entrevistas (3,50%), programas de debate (1,63%). Com base em Fachine (2001), constatou-se que 16%,71 do *corpus* são gravações de plantões jornalísticos e demais coberturas ao vivo. Dos programas mais recorrentes no canal, foram identificadas seis produções da grade de programação da TV Globo (Jornal Nacional, Fantástico, Jornal da Globo, Globo Repórter, Globo Esporte e Jornal Hoje), duas da TV Band (Jornal da Band e Brasil Urgente), uma da TV Record (Cidade Alerta) e uma do SBT (Jornal do SBT).

Quando verificadas as publicações que remetem aos conteúdos jornalísticos no canal Pedro Janov, observou-se que esses arquivos corresponderam a 40,29% dos 968 vídeos compartilhados. Foi possível registrar a ocorrência de 954 assuntos percorridos entre os vídeos. Assim, o tema esporte, a exemplo do foi levantado no canal Arquivo Marckezini, foi o mais frequente somando 17,08% das pautas abordadas. Temas como política, economia, cultura, polícia, internacional e outros temas apresentaram resultados aproximados, entre 9% e 11%, ao passo que temáticas sobre ciência, cidade, religião, tecnologia e educação apresentaram-se menos frequentes, todos abaixo dos 6%. Globo e Band foram as duas emissoras mais

gravadas, somando juntas $\frac{3}{4}$ de todos os vídeos. A primeira despontou em 64,87% dos vídeos analisados. Já a segunda pôde ser verificada em 11,02% do *corpus*. Observou-se ainda que 63,58% dos vídeos remetem aos anos 1990, em seguida, foram identificadas 19,48% de gravações da década de 1980 e 16,18% de imagens dos anos 2000. Como ocorre no canal Arquivo Marckezini, a página dispõe de raros registros dos anos 1970, localizados em apenas 0,76% do recorte.

No geral, os resultados mostraram que o canal opta por compartilhar vídeos mais longos - que ultrapassam os 30 minutos de duração (37,44%) – seguidos de vídeos curtos e vídeos com variação de 15 a 30 minutos, que registraram uma equivalência de 31,28%. O telejornal é o formato do gênero de informação mais comum entre os registros, presente em 74,87% das publicações. Documentários (14,35%), programas de entrevistas (4,87%), coberturas ao vivo (4,35%) e programas de debate (1,56%) completam o percentual. Desta forma, todos os dez programas que mais apareceram entre as postagens no canal Pedro Janov foram gravados da TV Globo. As produções encontradas de modo recorrente foram: Jornal da Globo, Fantástico, Jornal Nacional, Globo Repórter, SPTV, Placar Eletrônico, Jornal Hoje, Plantão da Globo, SP Já, e Globo Rural.

As preposições de Halbwachs (2013), Pollak (1989) e Nora (1993) foram essenciais para compreensão do YouTube como um lugar de memórias, construído a partir da ação de grupos, que evocam e realizam enquadramentos de lembranças. Numa outra perspectiva, a partir da inteligência (LEVY, 2003) e participação dos sujeitos em rede (JENKINS, 2008), o YouTube, composto por canais e grande número de conteúdos, tornou-se um grande arquivo cultural (BURGESS; GREEN, 2009) da contemporaneidade. Os estudos sobre midiaticização e circulação também auxiliaram na constatação de que a evolução de processos midiáticos instaura e altera práticas socioculturais (FAUSTO NETO, 2017), como os itinerários dos canais Arquivo Marckezini e Pedro Janov que colocam ao domínio público (FRANCISCATO, 2003) artefatos noticiosos que continuam a repercutir de algum modo na internet.

Ao ouvir os colecionadores Fábio Marckezini e Danilo Rodrigues, a pesquisa buscou investigar, de modo mais concreto, a rotina de quem se presta a preservar arquivos históricos da televisão - sobretudo conteúdos jornalísticos - e disponibilizá-los para outros usuários na internet. Entre essas duas fontes, a presente pesquisa de mestrado foi bem recebida e compreendida como uma oportunidade de fazer ecoar no universo acadêmico a necessidade de se problematizar o acesso público à

memória da televisão brasileira, bem como a importância da manutenção de gravações caseiras no YouTube. É bem verdade que muitos usuários se pegam assistindo programas antigos em horas vagas, por puro entretenimento ou mera curiosidade de entender um determinado passado, mas os registros recuperados por esses canais, além de estimularem várias formas de sociabilidades, auxiliam pesquisadores acadêmicos na produção de conhecimento.

Após o desenvolvimento deste estudo, surgiram algumas indicações que podem ser aprofundadas em futuras pesquisas. Os canais de memórias podem fomentar discussões sobre a recepção dos arquivos entre os usuários do YouTube, bem como tentar compreender os mecanismos de circulação das memórias em outros ambientes na internet. Outros questionamentos podem ser feitos em investigações futuras se as iniciativas no YouTube também reforçam uma memória hegemônica das grandes empresas de mídia, ao compartilharem material jornalístico das mesmas. Observar quais os sentidos que essas redes produziram sobre a realidade social e econômica no passado e no presente, sem os problematizarem de forma aprofundada na internet, como discursos dominantes sobre determinados momentos históricos. Por outro lado, as redes de TV também utilizam esses conteúdos, ora questionando os canais ora usando, depois de preservados por terceiros, em programas atuais, conforme os interesses.

Podemos apontar que temáticas, como exemplo, o direito à comunicação como bem cultural, a partir da produção jornalística em emissoras de TV, que são concessões públicas. São problemáticas a serem também abordadas, pois as redes, apesar de iniciativas isoladas, estão comercializando os conteúdos jornalísticos antigos, ou ainda, dificultando o acesso dos usuários aos materiais em alguns casos. Em outras situações negligenciam o cuidado com os acervos produzidos, a partir de espaços públicos, ou abortam iniciativas de internautas, como as estudadas nesta dissertação, que iniciaram esse processo de resgate dos conteúdos jornalísticos. São aspectos do compartilhamento de vídeos na internet que podem ser alvo de estudos relacionando ciberespaço, jornalismo e produção cultural.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE LIMA, João Ademar de. **Curso de Propriedade Intelectual para Designers**. João Pessoa: Editora Novas Ideias, 2006.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. Diálogo com Jean Baudrillard: além do princípio da memória do social. In: CASALEGNO, Federico (Org). **Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BARBOSA, Marialva. Senhores da memória. Intercom - **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 18, n. 2, 1995.

BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa: Brasil, 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Ed.70, 1977.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica**. Porto Alegre: Editora Sulina, 1980.

BONIN, Jiani. Mídia e memórias: elementos para pensar a problemática das memórias étnicas midiaticizadas. **Logos**: Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 38- 50, 2005 (Edição Especial). Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/15270/11570>. Acesso em: 20 jan. 2020.

BONIN, Adriana Jiani. Mídia e memórias: delineamentos para investigar palimpsestos midiaticizados de memória étnica na recepção. In: **Fronteiras – estudos midiáticos VIII**. Unisinos, São Leopoldo. Vol. VIII, nº 2, p. 133-143, 2006.

BRAGA, José Luiz. Circuitos *versus* campos sociais. In: JANOTTI JR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Orgs). **Mediação & Mídia**. Salvador/Brasília: EDUFBA/Compós, 2012.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

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

CANAVILHAS, João Messias. Internet como Memória. **BOCC**, 2004. Disponível em: http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=canavilhas-joao-internet-como-memoria.html. Acesso em: 14 jan. 2019.

CARVALHO, Carlos Alberto de. *Mediatização: investigações brasileiras e europeias e o midiacentrismo*. **XXV Encontro Anual da Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (COMPOS)**, Universidade Federal de Goiás, 2016.

CASALEGNO, Federico. Uma abordagem ecológica da memória em rede. In: CASALEGNO, Federico (Org). **Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

CERQUEIRA, Licia Maria Costa Fajardo. **Aspectos da cultura participativa na criação de narrativas digitais que usam o YouTube como banca de dados audiovisual**. 115 f. Dissertação (mestrado acadêmico) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação, Juiz de Fora, 2016.

CORUJA, Paula. YouTube em pauta: uma análise das teses e dissertações em Comunicação de 2010 a 2015. **Comunicare**, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 82-99, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://url.gratis/hhC0vf>. Acesso em: 02 ago. 2019.

COSTA, Miguel; GOMES, Daniel; SILVA, Mário J. The evolution of web archiving. **International Journal on Digital Libraries**, v. 18, n. 3, p. 191–205, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s00799-016-0171-9> Acesso em: 21 mai. 2021.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma «analítica» da mediatização. In: GEHLEN, Marco Antônio; MATOS, Marcos Fábio Belo (Orgs). **Comunicação, Jornalismo e Fronteiras Acadêmicas II**. São Luís: EDUFMA, 2017.

_____. Circulação: trajetos conceituais. In: **Rizoma**. UNISC, Santa Cruz do Sul, v. 6, n. 2, p. 8-40, dez.2018. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/13004>. Acesso em 24 jan. 2020.

FECHINE, Yvana. Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. In: **Revista Symposium**. Recife, v. 5 n. 1, p. 14-26, jan./jun., 2001. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/3195/3195.PDF> Acesso: 12 mai. 2021.

FERNANDES, Roberta Fleck Saibro Krause. **“Zelando o ouro produzido no passado”**: escavando construtos de memória da publicidade audiovisual a partir do site Propagandas Históricas, 2016. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2016.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio Século XXI Escolar: o minidicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

FERREIRA, Bruno Soares. **A Reinvenção dos Arquivos da Capoeira: uma arqueologia audiovisual e biopolítica**, 2016. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

FLUSSER, Vilém. O que é comunicação. In: CARDOSO, Rafael (Org.). **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo: bases para sua delimitação teórica**. Tese (doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

_____. O Jornalismo e a Reformulação da Experiência do Tempo nas Sociedades Ocidentais. **Intercom**, 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/147309229542103229423892634820623515117.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Pedro Gilberto. Miatização: um conceito, múltiplas vozes. In: **Revista Famecos** – mídia, cultura e tecnologia. PUCRS, Porto Alegre, v. 23, n. 2, mai./2016 – ago./2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22253/14176>. Acesso em: 23 jan. 2020.

_____. **Dos meios à midiatização: um conceito em evolução**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2017.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Ed. Centauro, 2013.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. **Matrizes**. São Paulo, v. 8, n. 1, jan./jun., p. 45-64, 2014.

HENN, Ronaldo. Direito a memória na semiosfera midiatizada. In: **Fronteiras** – estudos midiáticos VIII. Unisinos, São Leopoldo, v.3, n. 3, p. 177-184, set./2006 – dez./2006. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6132>. Acesso em: 20 jan. 2020.

HERZ, Daniel. **A História Secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

_____. Da Mediação à Midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Revista Parágrafo**, v.2, n. 3, p. 51-62, jul./dez 2015.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: EDUFBA, 2001.

JENINKS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Adelp, 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Mariana de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 1992.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1998.

_____. A Revolução contemporânea em matéria de comunicação. In: MARTINS, Francisco Menezes.; SILVA, Juremir Machado da. (Org.). **Para navegar no século XXI**: tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2003.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Edições Loyla, 2005.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das Mídias Digitais**: linguagem, ambientes e redes. Petrópolis: Vozes, 2015.

_____. **Métodos de Pesquisa em Comunicação**: projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Vozes, 2018.

MARTINS, Francisco Menezes. O pensamento filosófico como rede virtual. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. (Org.). **Para navegar no século XXI**: tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2003.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MORIN, Edgar. Partilhar uma memória para uma existência poética. In: CASALEGNO, Federico. **Memória cotidiana**: comunidades e comunicação na era das redes. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MOTA, Célia Ladeira. Imagens do Brasil: televisão e memória social. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs). **60 anos de Telejornalismo no Brasil**: História, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

NEVES, Manoella. **Muito além da cartolina**: cartazes circulantes de manifestações midiáticas. Curitiba: Appris, 2018.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Projeto História. **Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História**, PUCSP, n. 10, p. 7-28, dez. 1993. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/revph/article/view/12101/8763>. Acesso em: 19 jul. 2019.

PALÁCIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. In: **Anais do Workshop de Jornalismo Online**, Covilhã, p. 1-12, 2002.

_____. Convergência e memória: jornalismo, contexto e história. In: **Matrizes**, São Paulo, n. 1, p. 37-50, jul./dez. 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38274>. Acesso em: 28 jul. 2020.

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In: BERGER, Christa; MAROCCO, Beatriz. (Org.). **A Era Glacial do Jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PERNISA JÚNIOR, Carlos. **A circulação do jornalismo: o terceiro polo em busca de seu espaço**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2016.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. In: **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, 1989.

PRIMO, Alex. Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 12, p. 81-92, jun/2000. Disponível em: http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/int_mutua_reativa.pdf. Acesso em: 02 ago. 2019.

RABELO, Márcio Renan Correa. **Cultura participativa e preservação da memória cultural através da internet: o caso do cantor José Augusto “sergipano”**. Dissertação (mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REGO, Ana Regina. A Ditadura Militar no jornalismo: uma abordagem a partir do conceito de lugar de memória. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)** - v.3, n.2, p. 21-32, jul./2014 - dez./2014. Disponível em: <http://www.ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/4132/2448>. Acesso em: 21 jul. 2019

_____. Articulação temporal e essência narrativa: o jornalismo para além do tempo presente. **Contracampo**, Niterói, v. 37, n. 03, p. 149-168, dez. 2018/ mar. 2019.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. A memória e o mundo contemporâneo. In: RIBEIRO, Ana Paula; FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael. (Org.). **Entretenimento, Felicidade e Memória: forças moventes do contemporâneo**. São Paulo: Anadarco, 2013.

RICCO, Flávio; VANNUCCI, José Armando. **Biografia da televisão brasileira**. São Paulo: Matrix, 2017.

ROCKEMBACH, Moises; PAVÃO, Caterina Marta Groposo. Políticas e tecnologias de preservação digital no arquivamento da web. **Revista Ibero-americana de Ciência da Informação**. Brasília, v. 11, n. 1, p. 168-182, jan. /abril.2018. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/175153/001066630.pdf?sequence=1> Acesso em: 21 mai. 2021.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **As teorias da comunicação**: da fala à internet. São Paulo: Paulinas, 2003.

SIBILIA, Paula. **O show do Eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer**: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e CAPES. Porto Alegre: Sulina 2019.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2004.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

TOFFLER; Alvin. **A Terceira Onda**. Rio de janeiro: Record, 1980.

WOLTON, Dominique. Pensar a internet. In: MARTINS, Francisco Menezes.; SILVA, Juremir Machado da. (Org.). **Para navegar no século XXI**: tecnologias do imaginário e cibercultura. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2003.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Roteiro da entrevista

Identificadores

- Nome:
- Profissão:
- Área de formação:
- Idade (em anos completos):
- Atual atividade profissional:

Perguntas

- 01- Como surgiu o hábito de gravar/coleccionar vídeos da TV?
- 02- Qual a origem das imagens compartilhadas no YouTube? Como adquire/obtem os materiais?
- 03- O que motivou a compartilhar os arquivos gravados no YouTube?
- 04- Como você administra o acervo físico de fitas VHS, DVD ou arquivos digitais? Existe catalogação dos conteúdos?
- 05- Quais equipamentos são utilizados no processo de digitalização das fitas VHS?
- 06- As imagens são tratadas, editadas ou melhoradas antes de serem publicadas na plataforma? Você as comercializa em algum momento do processo?
- 07- Como você se organiza para manter uma rotina de publicação no canal? E qual a periodicidade das postagens? Você trabalha sozinho ou tem a ajuda de outras pessoas nessa atividade?
- 08- Como ocorre a definição temática e os critérios de seleção dos arquivos que serão publicados no canal?
- 09- Quais conteúdos são mais suscetíveis de serem postados no canal e o que não se deve publicar? E qual o espaço destinado no canal aos registros jornalísticos?
- 10- Por que usar logotipo do canal em um vídeo não autoral?
- 11- Quais eram as características da plataforma quando você criou sua conta no YouTube?
- 12- Em relação à sua atividade no site, como você se considera: colecionador, arquivista amador, fã de televisão ou outra nomenclatura?

- 13- O que você pensa sobre os direitos autorais e das regras e políticas do YouTube? Essas diretrizes têm algum efeito sobre como o canal é organizado? Já respondeu a algum processo judicial?
- 14- Como você avalia a forma que as emissoras de televisão e empresas jornalísticas lidam com seus arquivos audiovisuais?
- 15- Como você compreende a relação entre YouTube e preservação da memória?
- 16- No seu ponto de vista, qual a importância do seu canal para a comunidade virtual do YouTube e para a sociedade?
- 17- Qual o perfil do público que navega no seu canal? E o que esse público gosta de assistir e comentar?
- 18- Qual a relação do seu canal com o público? É uma relação de intercâmbio?
- 19- Existe uma rotina de ler comentários? Os comentários são respondidos ou censurados?
- 20- Na sua opinião, o que explica o interesse dos internautas por consumir notícias antigas?
- 21- Você recebe doações de materiais audiovisuais dos internautas do canal?

APÊNDICE B - Termo de consentimento livre e esclarecido

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e/ou participar na pesquisa de campo, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (PPGCOM) e desenvolvida pelo discente Antônio Carlos Santiago Freitas, a quem poderei contatar/consultar a qualquer momento que julgar necessário através do telefone nº (99) 99175-1859 ou e-mail carlosguerreiros@gmail.com. Fui informado, ainda, de que a pesquisa é orientada pela prof.^a dra. Roseane Arcanjo Pinheiro.

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informado dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais é investigar o cotidiano e as práticas empreendidas pelos canais de memória no YouTube.

Minha colaboração se dará por meio de entrevista semiestruturada a ser gravada a partir da assinatura desta autorização. Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Cidade/Data: _____, ____ de _____ de 2020.

Assinatura do participante

Assinatura do pesquisador

APÊNDICE C – Termo de consentimento livre e esclarecido datado e assinado por
Fábio Marckezini

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e/ou participar da pesquisa de campo vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (PPGCOM) e desenvolvida pelo discente Antônio Carlos Santiago Freitas, a quem poderei contatar/consultar a qualquer momento que julgar necessário através do telefone nº (99) 99175-1859 ou e-mail carlosguerreiros@gmail.com. Fui informado, ainda, de que a pesquisa é orientada pela prof.^a dra. Roseane Arcanjo Pinheiro.

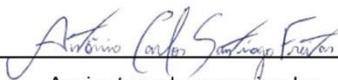
Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informado dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais é investigar o cotidiano e as práticas empreendidas pelos canais de memória no *YouTube*.

Minha colaboração se dará por meio de entrevista semiestruturada a ser gravada a partir da assinatura desta autorização. Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

São Paulo - SP, 23 de novembro de 2020.



Assinatura do participante



Assinatura do pesquisador

APÊNDICE D – Termo de consentimento livre e esclarecido datado e assinado por
Danilo Rodrigues

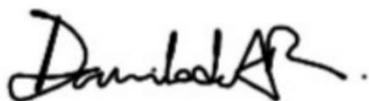
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e/ou participar da pesquisa de campo vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (PPGCOM) e desenvolvida pelo discente Antônio Carlos Santiago Freitas, a quem poderei contatar/consultar a qualquer momento que julgar necessário através do telefone nº (99) 99175-1859 ou e-mail carlosguerreiros@gmail.com. Fui informado, ainda, de que a pesquisa é orientada pela prof.^a dra. Roseane Arcanjo Pinheiro.

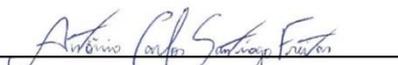
Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informado dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais é investigar o cotidiano e as práticas empreendidas pelos canais de memória no *YouTube*.

Minha colaboração se dará por meio de entrevista semiestruturada a ser gravada a partir da assinatura desta autorização. Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

São Paulo - SP, 24 de novembro de 2020.



Assinatura do participante

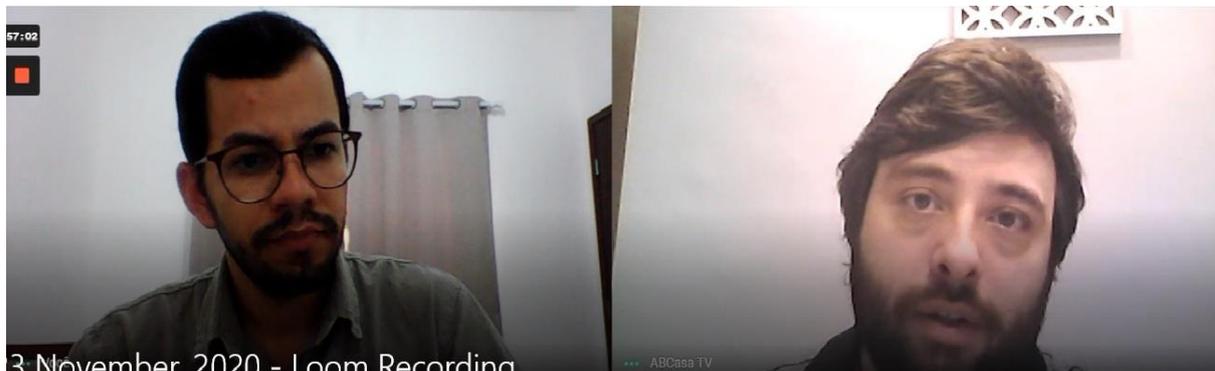


Assinatura do pesquisador

Fonte: Antônio Carlos Santiago Freitas

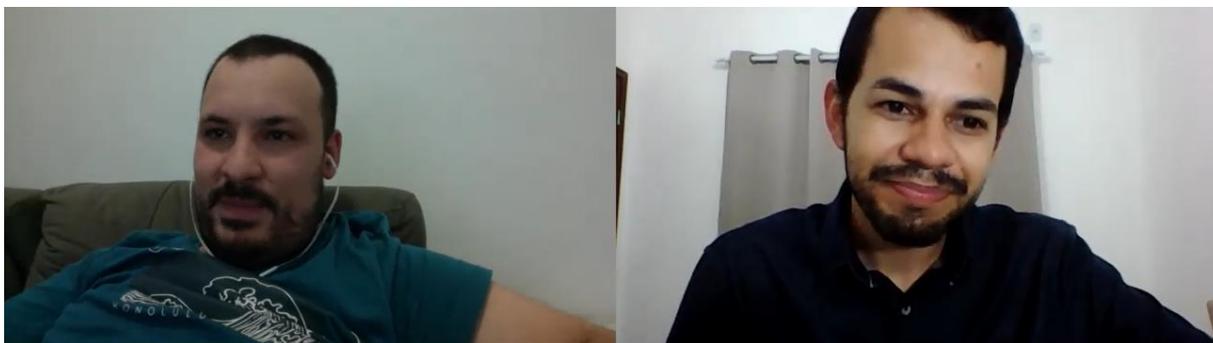
APÊNDICE E – Imagens das entrevistas realizadas de forma *on-line* entre os dias 23 e 24 de novembro de 2020

Entrevista com Fábio Marckezini, administrador do Canal Arquivo Marckezini.



Fonte: Antônio Carlos Santiago Freitas

Entrevista com Danilo Rodrigues, administrador do Canal Pedro Janov e seu Arquivo de Vídeos.



Fonte: Antônio Carlos Santiago Freitas

APÊNDICE F – Protocolo de pesquisa

VARIÁVEIS INDEXADORAS

1. ID – Nome do canal
2. ADM - Nome do Administrador
3. Nº DE INSCRITOS – indicar a quantidade pessoas que acompanham o canal
4. Nº VÍDEOS – Indicar a quantidade de postagens
5. LINK – copiar o link da página

VARIÁVEIS QUALITATIVAS

6. TEMAS – apontar as temáticas dos vídeos jornalísticos publicados nos canais do YouTube.

Categorias	Códigos
Política	1
Economia	2
Cultura	3
Ciência	4
Cidade	5
Polícia	6
Internacional	7
Educação	8
Esportes	9
Religião	10
Tecnologia	11
Outros	12

7. ORIGEM DOS CONTEÚDOS – quem produziu os programas.

Categorias	Códigos
Rede Globo	1
SBT	2
Record TV	3
Band	4
RedeTV	5
TV Manchete	6
TV Gazeta	7
Emissora Regional	8
TV a cabo	9
Outra	10

8. ANO DE PRODUÇÃO – quando o conteúdo foi produzido e veiculado na TV.

Categorias	Códigos
Anos 1970	1
Anos 1980	2
Anos 1990	3
Anos 2000	4
Anos 2010	5

9. MÉDIA DE DURAÇÃO – estimativa de tempo de duração dos vídeos jornalísticos publicados no canal.

Categorias	Códigos
Curto (De 1 a 15 minutos)	1
Médio (De 15 a 30 minutos)	2
Longo (Mais de 30 minutos)	3

10. GÊNEROS JORNALÍSTICOS

Categorias	Códigos
Debate	1
Documentário	2
Entrevista	3
Telejornal	4
Transmissão ao vivo	5

11. NOME DOS PROGRAMA (escrever por extenso)
