

NARRATIVA, CONCEITOS E MÍDIA DIGITAL: caminhos possíveis para analisar a estrutura das lives

Cristiane TURNES MONTEZANO (UFJF)¹

Carlos Pernisa JÚNIOR (UFJF)²

RESUMO

Este artigo busca realizar uma breve investigação sobre os estudos de narrativas, através do método exploratório, de caráter bibliográfico, com o intuito de levantar reflexões, questões e conceitos referentes a estes estudos e buscar pensar sobre o que levamos em consideração em nossa pesquisa sobre narrativa em mídia digital (ciberspaço) e suas possibilidades de análise. Esse texto é parte de uma pesquisa mais extensa, que tem como um de seus objetivos investigar e analisar as construções narrativas de produções audiovisuais desenvolvidas em mídia digital, mais especificamente nas lives no YouTube realizadas pelo canal “omeleteve”.

Palavras-chave: Comunicação; Mídia Digital; Ciberspaço; Narrativa; YouTube

Abstract:

This article seeks to carry out a brief investigation on narrative studies, through the exploratory bibliographic research, in order to raise reflections, questions and concepts related to these studies and seek to think about what we take into account in our research on narrative in digital media (cyberspace) and its possibilities for analysis. This text is part of a more extensive research, which has as one of its objectives to investigate and analyze how narrative constructions of audiovisual productions developed in digital media, more specifically in the lives on YouTube held by the “omeleteve” channel.

Keywords: Communication; Digital media; Cyberspace; Narrative; YouTube

1. INTRODUÇÃO

“Se as narrativas constituem de fato um mar de relatos onde deságuam infinitas

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, email: c.turnes@hotmail.com

² Doutor. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, email: carlos.pernisa@ufjf.br

estórias, esse mar está cada vez mais polissêmico e polifônico, solicitando cada vez melhores interpretações dos fluxos e refluxos do maremoto discursivo contemporâneo” (MOTTA, 2013).

Estamos sempre numa busca incessante por compreender nosso tempo. Com o surgimento das mídias, de certa forma, passamos a nos guiar por elas para obter respostas. Sempre que a tecnologia proporciona o surgimento de alguma nova mídia, iniciam-se também estudos em relação a ela e uma busca intensiva em investigar os impactos e afetações daquele meio na produção dos mais variados materiais comunicacionais. Foi assim com o impresso, rádio, TV e atualmente com o ambiente digital.

Um caminho para compreender isso é a investigação das narrativas produzidas nessas mídias, pois elas podem ser compreendidas como as nossas formas de expressar o que entendemos de nosso mundo. Assim, estudá-las é um caminho possível para refletir e entender o que nós, como sociedade, percebemos e interpretamos.

Com isso em mente, na busca por trazer um pouco de luz e esclarecimentos neste aspecto, debruçamo-nos em compreender as narrativas desenvolvidas nos produtos criados nesses meios e como eles se comportam no que diz respeito a seu desenvolvimento e dinâmicas, em relação aos modelos das mídias anteriores. Para podermos pensar também suas possibilidades mais concretas de desenvolver inovações.

Porém, para tanto, antes é importante fazer pontuações mais exatas sobre o que entendemos como narrativas. Diante de tantos estudos e usos do termo de modo tão comum, não nos colocamos sempre em buscar definir muito a ideia contida por trás desse uso. Nesse artigo, busca-se trazer algumas das definições que levaremos em consideração em nosso estudo e na proposta de investigar narrativas em mídias digitais. A partir desse percurso, pode-se pensar caminhos possíveis para analisar a estrutura de produções realizadas para a plataforma de vídeos YouTube.

É importante pontuar que esse é um artigo com muitas questões iniciais, que não propõe definições, ou resoluções, mas que busca dar alguns passos na contribuição para a pesquisa em comunicação e audiovisual em mídias digitais e em nossa trajetória de pesquisa.

2. A NARRATIVA

O estudo de narrativas quase sempre está presente de alguma forma nas pesquisas em comunicação. Na tentativa de desvelar objetos comunicacionais e suas construções, em algum momento a investigação acaba por perpassar a construção narrativa, e volta e meia a palavra “narrativa” inclusive figura em lugar de destaque nos títulos de trabalhos que fazem parte de diversas áreas da comunicação. Dando um breve passeio pelos anais de trabalho da Intercom do ano passado, por exemplo, a palavra narrativa e seus derivados – seu plural e/ou narrativo, narratividade – aparece nos títulos de ao menos um trabalho submetido em 20 dos 34 grupos de pesquisa do congresso, ou seja, ela pode ser encontrada em 58,8% – quase 60% – dos grupos categorizados abordados dentro das pesquisas dos trabalhos aceitos na Intercom no último ano. Ainda vale destacar que esse é o resultado encontrado numa rápida passagem pelos apenas pelos títulos. Se formos então observar de maneira um pouco mais sistemática, a partir das Divisões Temáticas do Intercom, o termo só não aparece no título de uma das oito existentes no congresso.

É difícil levantar dúvidas sobre a importância e o espaço dados às questões relacionadas a ela na pesquisa em comunicação, tanto que os estudos voltados a entendê-la são muitos, e é aí que se realiza a feitura deste artigo. Diante de uma gama tão numerosa, nosso objetivo aqui não é traçar toda a trajetória da pesquisa sobre a narrativa, mas de pinçar quais conceitos, aspectos e olhares pretendemos adotar em nosso estudo e desenvolvimento de análise e assim apresentar parte do caminho e referencial que guiam nossa pesquisa.

Com isso em mente, começamos por suscitar alguns dos conceitos que buscam propor explicações para o que denominamos como “narrativa”. Não com o objetivo de propor definições a esse conceito ainda tão complexo, mas com intenção de apresentar percepções que ajudem em nossa compreensão sobre a mesma.

João Hilton Sayeg de Siqueira, pesquisador de letras e linguística, em seus estudos sobre o tema em 1992, determina uma divisão clara para o uso do termo: “Quando o fato se desenvolve a partir de um conflito temos uma narrativa, quando o

desenvolvimento se dá pela simples sequência de ocorrências factuais temos um relato.” (SIQUEIRA, p.14 apud COUTINHO, 2003).

Mas essa máxima não é um consenso entre pesquisadores. No livro “As estruturas narrativas”, de 1979, o filósofo e linguista Tzvetan Todorov, referência no estudo de narrativas, é cauteloso ao se referir ao termo, sem buscar necessariamente defini-lo, mas explicá-lo. Para ele, a narrativa seria produto da tensão de duas forças: a situação em si que gera uma história, normalmente advinda de uma mudança, e a tentativa de dispor e encadear essa situação relatada de modo mais organizado possível.

A narrativa se constitui na tensão de duas forças. Uma é a mudança, o inexorável curso dos acontecimentos, a interminável narrativa da “vida” (a história), onde cada instante se apresenta pela primeira e última vez. É o caos que a segunda força tenta organizar; ela procura dar-lhe um sentido, introduzir uma ordem. Essa ordem se traduz pela repetição (ou pela semelhança) dos acontecimentos: o momento presente não é original, mas repete ou anuncia instantes passados e futuros. A narrativa nunca obedece a uma ou a outra força, mas se constitui na tensão das duas [...]. (TODOROV, 1979, p. 20- 21).

Ou seja, para Todorov, a narrativa vai surgir da tentativa de se apresentar uma série de acontecimentos de modo ordenado que tenha sentido dentro do universo criado naquela narrativa. Ainda vale destacar a percepção de um cuidado na descrição. Ainda que ele faça uso da palavra mudança, é importante pontuar que, para Todorov, os termos mudança e conflito são designados para se referir à motivação que gera a narrativa. Essa percepção, inclusive, se faz presente na citação acima, na qual ele, logo em seguida da palavra “mudança”, completa: “o inexorável curso dos acontecimentos, a interminável narrativa da ‘vida’”, explicação que nitidamente importa-se mais em salientar que a narrativa tem como principal característica produzir uma forma e uma estruturação no contar uma história.

Em 2013, Luiz Gonzaga Motta, em seu livro *Análise crítica da narrativa*, no qual faz uma profunda observação e levantamento sobre os estudos da narrativa, apesar de evidenciar a importância de formação do enredo e da trama, é mais conciliador ao afirmar que “a narrativa traduz o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo (o conhecimento da natureza física, das relações humanas, das identidades e personalidades, das crenças, dos valores dos mitos) em relatos” (MOTTA, 2013, p. 88).

Mais à frente no livro, Motta inclusive deixa claro que em sua percepção não há essa diferenciação, ele considera ambas narrativas, mas com objetivos e consequentemente estratégicas diferentes, uma que busca representar fielmente o real – as factuais, jornalísticas, documentais – e outra que não tem esse compromisso, por vezes, até optando por isso em explorar elementos fantásticos – mitos, contos, dramas, romances.

As narrativas podem ser, como já vimos, factuais e imaginárias, permanecendo ambas narrativas. As narrativas factuais, por um lado, procuram estabelecer relações lógicas e cronológicas das coisas físicas e das relações humanas reais ou fáticas. As narrativas ficcionais, por outro lado, procuram estabelecer relações lógicas e cronológicas das coisas imaginadas ou fictícias. Ambas, entretanto, são atividades miméticas (imitativas) das ações humanas, metáforas da vida e guardam com o referente empírico uma relação mais ou menos íntima, dependendo da intenção de verdade de cada uma delas. (MOTTA, Luiz Gonzaga, 2013, p.89).

Nos estudos sobre narratologia de Marie-Laure Ryan, mais centralizada na narrativa em mídia digital, é apresentada uma descrição com um caráter um pouco semiológico:

Uma narrativa é um signo com um significante, o discurso, e um significado que pode ser uma história, imagem mental, representação semântica. O significante pode ter muitas manifestações semióticas diferentes. Pode consistir, por exemplo, em um ato verbal de contar uma história, narração diegética (uma extensão da ficção dentro da narrativa, quando o personagem imagina ou inventa algo), ou em gestos e diálogos performados por atores como na mimética (imitação) ou narração dramática. (RYAN, 2001. Tradução nossa).

Ryan traz duas denominações sobre a narrativa que merecem destaque: "representação mental" e "estrutura cognitiva abstrata", escolhas de termos que se aproximam e inclusive aparecem no texto de Motta, que se atenta em destacar que as narrativas são as interpretações e representações que a humanidade faz do que se passa ao seu redor.

[...] as narrativas sobre o mundo (físico, histórico ou ficcional) são discursos sobre o mundo, percepções e descrições sobre o mundo, não o mundo em si. Nossa maneira de descrever e de contar o mundo físico e humano revela sempre percepções particulares

destes mundos, formas particulares de perceber e de contá-los.(MOTTA, Luiz Gonzaga, 2013, p.84).

2.1 NARRATIVIDADE

Com o conceito de narrativa mais esclarecido, passa-se a entender um pouco sobre a narratividade e narratologia, pensando essas como o estudo e a compreensão teórica dessas representações mentais elaboradas no relato.

Ryan, ao tratar da narratividade – construção narrativa –, traz algumas características, das quais ressaltamos três, que julgamos serem as mais significativas para o desenvolvimento de nossa pesquisa: 1 – “A narratividade independe da questão de ficcionalidade (ser ficção ou real)”; 2 – “A narratividade não é coextensiva com a literatura nem com o romance”; 3 – “A narratividade é independente da narrabilidade” – aqui vale ressaltar que o termo usado originalmente por ela é “tellability” que nos estudos sobre o tema tem um sentido mais amplo, referindo-se às características que tornariam uma história “digna” ou “notável” de ser contada, algo equiparado à noção de “valor-notícia” e os “critérios de noticiabilidade” no jornalismo. Destrinchando melhor os sentidos dessas afirmações, podemos inferir que Ryan busca dizer que o conceito de narrativa não deve vir preso à ideia de produtos ficcionais, literários ou mesmo à ideia de história, ou enredo mais tradicional, dependente de ter tramas tradicionais e dramaturgas; para ela sempre que há um locutor de algo, ou falas com qualquer efeito de conversação, temos uma narrativa.

Imbuídos dessa percepção que nos colocamos a pensar a observação da narrativa e da qual Motta também leva em consideração em seu estudo

O cerne da narratologia que estou sugerindo é a observação da lógica narrativa como um fato cultural em contexto e em uma situação de comunicação. A narração produz sentidos, articula noções, integra o objetivo e o subjetivo em significações canônicas. A partir dessa constatação, passa a ser importante observar a lógica narrativa em atos de linguagem socialmente situados, em seus usos práticos e cotidianos. Aspectos da lógica narrativa podem e devem ser observados no interior das narrativas, mas lembrando que eles ocorrem em uma situação de comunicação específica, em uma sociedade ou contexto cultural concreto, em função de

estratégias, estratagemas e astúcias argumentativas particulares. (MOTTA, Luiz Gonzaga, 2013, p.81).

3. NARRATIVA AUDIOVISUAL NO CIBERESPAÇO DE NÃO-FICÇÃO NO YOUTUBE

Após apresentar esses pontos iniciais, podemos buscar pensar a narrativa no ambiente digital. Para estabelecer o que é a ambiência virtual da qual tratamos aqui nesse artigo, recorreremos à pesquisadora Lucia Santaella. A estudiosa traz uma breve definição no livro *Linguagens líquidas na era da mobilidade*: “o ciberespaço é o espaço informacional das conexões de computadores ao redor do globo, portanto um espaço que representa o conceito de rede e no qual a geografia física não importa, pois qualquer lugar do mundo fica à distância de um clique” (SANTAELLA, 2007).

Santaella ainda completa, destacando algumas das características que o diferenciam e o tornam tão potente: ser um simulador de ambiente; proporcionar interação; ser híbrido – formado pelas mais variadas mídias: texto, som, imagem, entre outros –; possuir uma interface exploratória e com poucas limitações. Retomaremos esses pontos aqui destacados mais à frente.

O que caracteriza prioritariamente o ciberespaço, espaço de virtualidades, feito de bytes e de luzes, é habilidade para simular ambientes dentro dos quais os humanos podem interagir, ambientes, aliás, que só funcionam como tal pelo agenciamento dos visitantes. O acesso ao ciberespaço se dá por meio de interfaces que nos permitem penetrar nos seus interiores e navegar a bel-prazer pela informação – consubstanciada em linguagens hipermidiáticas, linguagens mistas, híbridas, escorregadias, feitas de mistura de textos, linhas, sinais, gráficos, tabelas, imagens, ruídos, sons, músicas e vídeos – que esses interiores disponibilizam em arquiteturas de conteúdo organizado. (SANTAELLA, 2007, p. 178-179).

Com isso em mente, vale aqui inclusive ressaltar o porquê escolhemos o uso dos termos ciberespaço, ambiente e espaço, pois, como Santaella aponta, há uma diferença quanto ao que nos referirmos com o termo Internet e ciberespaço. Ela destaca que este último tem um significado mais amplo e figurado.

Embora o termo “ciberespaço” tenha surgido junto com a explosão da internet, os sentidos de ambas as palavras não são completamente coincidentes. A internet tem um campo de referências mais denotativo do que ciberespaço. Este tem um teor mais metafórico e é usado para se referir a todas as entidades que têm sua existência nas redes de telecomunicações mediadas por um computador. (SANTAELLA, 2007, p. 179).

Ou seja, existe uma ideia de configuração de um outro e novo lugar. Um espaço em que os limites são quebrados, redefinidos e/ou transformados. E é essa potencialidade que vai promover novos impactos quanto à narrativa, como Eduardo Moreira Souza destaca em sua dissertação *Narrativas do eu em vídeo: YouTube e os diários para compartilhar*, em que destaca em especial a narrativa audiovisual.

Ao contrário do que muitos pensam e divulgam, o ciberespaço não é apenas o território dos sonhos e das tribos cyberpunks, nem se origina exclusivamente das tecnologias e da informática; trata-se, sim, de novo espaço social de comunicação, que afeta as dimensões do eu e do outro. Esse novo espaço de pensamento (o contexto da ubiquidade informática) e a percepção da dimensão humana estão delimitados pelo discurso dos meios e pela coabitação com as novas formas, ou hiper-realidade (VILCHES, 2003, p. 134). Com isso, as narrativas não mais se restringem à lógica de produção e recepção do conteúdo e podem incorporar novas perspectivas de construção de sentido, como a participação da audiência e a própria incorporação da tecnologia na produção das histórias e roteiros, conferindo “um novo estatuto classificatório à narratologia, particularmente aquela audiovisual, introduzindo uma noção de narrativa digital” (KIELING, 2012, p. 741). (SOUZA, 2018, p. 17).

Sonia Montaña, pesquisadora que estuda audiovisuais nas mídias digitais, também destaca como essas produções possuem características particulares.

Entre o audiovisual contemporâneo e o dispositivo contemporâneo – aquele que cria dispositivos que enunciam, definem e regulam o que é ser contemporâneo –, há um vínculo direto, um ambiente invisível. Existe um intervalo ressonante habitado pela compulsão de trânsito e pela conectividade. O audiovisual se torna um espaço de trânsito e de conectividade, e com ele as plataformas de vídeo, a web e toda a incessante produção de dispositivos de imagens tornam-se cada vez mais móveis, leves e com baterias mais duradouras. (MONTAÑO, 2012, p. 201).

Esses aspectos conduzem nossa compreensão da narrativa audiovisual, suas lógicas e dinâmicas no espaço digital. Nosso interesse é mais especificamente nas estruturas de vídeos de não-ficção – importante pontuar – no YouTube, plataforma de

vídeos. A escolha por esse espaço para observação se deve à importância alcançada pelo YouTube no ambiente digital em relação a materiais audiovisuais – foco principal de nossa pesquisa de dissertação, em que a análise e a explicação de escolha da plataforma é mais detalhada –, segundo o site Alexa – que produz estatísticas e análises de fluxo em rede do tráfego de usuários em sites –, o YouTube é a segunda plataforma mais acessada em todo o mundo.

Isso posto, buscaremos traçar os aspectos e pontos importantes de se analisar nas narrativas desenvolvidas nas produções feitas para o YouTube, levando em consideração aspectos da plataforma, características da Web e as narrativas de não-ficção, pois, assim como Montañó, acreditamos que esses produtos podem nos auxiliar a compreender melhor o ambiente em que as narrativas estão inseridas.

O vídeo no audiovisual da web mostra-se um estágio provisório da técnica. Uma imagem que vai se construindo transmidiática, intertecnológica, com grande potencial de simulação e de reciclagem. Na verdade, o vídeo tende a imitar seu ambiente ao incluir links, ao devorar tudo que se chamou de audiovisual ou mídia antes deles. Imita o ambiente no qual está inserido, a plataforma e o ambiente no qual essa emerge, a contemporaneidade. (MONTAÑO, 2012, p. 201).

Quanto às narrativas de não-ficção, Luiz Gonzaga Motta, já citado anteriormente, possui um estudo de análise de destaque. Nele, propõe seis movimentos de análise da narrativa jornalística: 1º. Compreender a intriga como síntese do heterogêneo (recomposição da intriga ou do acontecimento jornalístico); 2º. Compreender a lógica do paradigma narrativo (identificação dos conflitos e da funcionalidade dos episódios); 3º. Deixar surgirem novos episódios (construção de personagens jornalísticas – no nível discursivo); 4º. Permitir ao conflito dramático se revelar (estratégias comunicativas – presença implícita ou explícita do narrador); 5º. Personagem: metamorfose de pessoa a persona (relação comunicativa e o “contrato cognitivo” entre o narrador e seu interlocutor); 6º. As estratégias argumentativas (metanarrativas – fundo moral ou fábula da história).

Ainda que seja uma análise mais voltada para o discurso jornalístico, alguns dos aspectos levantados por ele são significativos para a investigação de outros formatos e podem trazer importantes contribuições. Aqui destacamos em especial três, que ressoam

de modo interessante quanto ao YouTube. São eles: 2º. Compreender a lógica do paradigma narrativo (identificação dos conflitos) – que ajuda a pensar quais acontecimentos motivaram a realização de vídeos, o que pode trazer noções importantes sobre o tipo de conteúdo presente na plataforma; 3º Deixar surgirem novos episódios (construção de personagens jornalísticas); e 5º. Personagem: metamorfose de pessoa a persona (relação comunicativa e o “contrato cognitivo” entre o narrador e seu interlocutor) – que auxiliam na compreensão de uma interessante particularidade do site de vídeos: a construção da relação entre o produtor e o consumidor do vídeo, que, nesse espaço, é feita de modo diferenciado.

As diferenças de relacionamento entre o que estamos chamando de celebridade tradicional e os seguidores de youtubers célebres podem ser resumidas na recente campanha do YouTube, divulgado no Brasil a partir de maio de 2016: “Novos tempos. Novos ídolos”. Veiculada na televisão, outdoors, busdoors e outras mídias massivas (além do próprio YouTube), o slogan reforça o lugar do portal de vídeos como veículo oficial de um novo tipo de celebridade: aquela que está mais próxima do público e produz conteúdos de seu interesse. (EVANGELISTA CUNHA, 2017, p. 2).

Embora não sejam caracterizados dentro de um formato específico, vem sendo observado o surgimento de um tipo de vídeo bastante comum entre os YouTubers: aquele em que a intimidade do produtor de conteúdo é o foco da narrativa, seja expondo algum acontecimento de sua vida ou com vídeos que acompanhem sua rotina diária. (SOUZA, 2018, p. 61).

Tratando mais sobre os aspectos do ciberespaço levantados por Santaella e pontuados anteriormente, acreditamos que pensar a plataforma de vídeo através deles seja importante para compreendermos quais características do espaço em que está inserida, o que seus vídeos refletem e até que ponto.

Destacamos assim os seguintes pontos:

1) **Proporcionar interação:** com seus mais de dois bilhões de usuários, é considerada a segunda rede social com maior número de usuários ativos no mundo, de acordo com o relatório “Global Digital 2019”, feito pela We Are Social em parceria com a Hootsuite. Com esse número de usuários ativos podendo comentar, curtir, descurtir conteúdos e seguir canais, é inevitável que relações e laços sejam estabelecidos e desenvolvidos na plataforma Web. Por essa característica em particular e sua importância

nesse espaço – onde o chamado à participação é uma característica que em tese destacaria o ambiente digital em relação a outras mídias – “constitui um modo de abordagem direta e persistente do espectador que o convida naturalmente a uma reação. [...] o conteúdo da mídia tradicional não convida explicitamente ao diálogo ou à participação intercriativa” (BURGESS e GREEN, 2009, p. 79).

2) **Ser híbrido** – formado pelas mais variadas mídias: texto, som, imagem, entre outros: o Youtube é um espaço que abriga os mais diversos formatos e produções audiovisuais de vídeos, produzidos pessoas igualmente diversas, e por isso traz em sua natureza características que perpassam variados modelos e formatos de audiovisuais como da TV, do cinema e de games.

O YT [YouTube] é a heterotopia da memória audiovisual global. O audiovisual está na plataforma de um modo específico, em trânsito entre nós, entre blogs e outros sites, entre o cinema e a TV, entre o profissional e o amador, entre game e outros gêneros audiovisuais, entre o comercial e gratuito, sendo que sempre um desses sentidos pode se transformar em outro pela intervenção de um usuário ou pela remolduração da interface. (MONTAÑO, 2012, p. 203-204).

3) **Possuir uma interface exploratória e com poucas limitações**: o YouTube possui uma série de ferramentas e funções que dá uma enorme gama de possibilidades a seus usuários, em que esse é capaz de participar do processo de produção e consumo, ainda que de uma forma com algumas limitações.

A interface é a nova moldura do audiovisual contemporâneo. Difícil dizer se uma moldura sólida ou líquida, parece ser moldura das molduras, a mais invisível e a mais eficiente para produzir sentidos e conduzir o usuário e seus percursos, nas suas conectividades. Embora players e telas bem delimitados resistam na produção de sentido sobre o que é vídeo, o audiovisual, nas plataformas de vídeos, acontece na interface. O audiovisual de interface inclui o usuário como parte de uma rede heterogênea de elementos, inclusive aquilo que costumamos chamar de vídeo, mas vê o vídeo como processo, não como produto. (MONTAÑO, 2012, p. 202).

Olhando mais atentamente para esses traços e características acreditamos que poderemos iniciar um caminho de análise voltado à compreensão do ambiente midiático

digital e seu impacto na construção narrativa. Enxergando o conteúdo também a partir da interface em que ele se encontra.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse artigo buscamos levantar algumas conceituações acerca dos estudos de narrativas e pensar em como a construção narrativa se dá nas mídias digitais, mediante as afetações e potencialidades do ciberespaço, para que então pudéssemos pensar a narrativa audiovisual presente na plataforma de vídeos YouTube. Nosso esforço de estudo neste texto foi tentar, com base nesse percurso, pensar e apontar quais aspectos principais são imprescindíveis de se atentar e analisar mais profundamente na pesquisa de narrativa audiovisual em mídias digitais, a fim de entender a estrutura, desenvolvimento e especificidades das produções presentes no YouTube.

Os conceitos envolvidos nos estudos de narrativas são amplos e cada vez mais tratam delas como uma ação da natureza humana, que tem como principal objetivo interpretações e representações mentais que fazemos do mundo e das situações que vivenciamos. A narrativa perpassa ficção e realidade, e suas motivações e conflitos podem ser gerados por qualquer movimento que de alguma forma possa ser compreendido como mudança ou novidade. Buscar compreender a “narratividade” – construção narrativa – passa por essa noção de relato interpretativo.

Assim sendo, buscar entender a construção de narrativas em produtos de mídias digitais pode trazer alguns esclarecimentos acerca do que se entende atualmente como “nosso mundo”, ou melhor, da representação e interpretação mental que fazemos dele, e compreender dessa forma também os aspectos que são realmente específicos e particulares das novas mídias e do ciberespaço, e em que medida eles estão presentes e impactaram nossa produção de conteúdo. Acreditamos desta forma dar alguns passos que contribuam para a pesquisa do ambiente e das mídias digitais.

Nesse percurso inicial, ainda tratamos da plataforma em que se encontra o objeto de pesquisa de nossa dissertação, que perpassa a produção deste artigo, o YouTube. E com base nas questões aqui levantadas, buscamos destacar algumas perspectivas que podem suscitar estruturas e dinâmicas importantes, inerentes desse espaço em particular: a identificação dos conflitos; construção de personagens; relação comunicativa e o

“contrato cognitivo” entre o narrador e seu interlocutor; a interação; o formato híbrido – constituído pelas mais variadas mídias: texto, som, imagem, entre outros –; a interface exploratória e com poucas limitações. Acreditamos que a análise das narrativas de não ficção desenvolvidas para o site de vídeos pode obter informações significativas acerca das produções desenvolvidas no YouTube.

Ainda há muito o que pesquisar sobre narrativas, espaço virtual e YouTube. Esse artigo não se propõe a trazer resoluções, mas buscar fazer apontamentos e levantamentos de questões, que consideramos ser pertinentes e contributivos para a compreensão destes.

REFERÊNCIAS

BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. **Manifestações da linguagem híbrida no design contemporâneo: fundamentos e aplicações**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Gonçalo: Design Monerat, 2019.

BURGESS, Jean. **YouTube e a Revolução Digital : como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade** / Jean Burgess e Joshua Green; com textos de Henry Jenkins e John Hartley ; tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009.

EVANGELISTA CUNHA, Simone. **Novos Tempos, Novos Ídolos: Microcelebridades e Práticas de Construção de Audiência** no YouTube. XXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2017.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora da UnB, 2013

MONTAÑO, Sonia. **Plataformas De Vídeo: Apontamentos para uma Ecologia do Audiovisual da Web na contemporaneidade**. Tese de Doutorado - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2012

RYAN, Marie-Laure. **Beyond Myth and Metaphor**. volume 1, issue 1 July 2001. Disponível em: <http://www.gamestudies.org/0101/ryan/> Acesso em: 25 de agosto de 2020

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007

SOUZA, Eduardo José Moreira. **Narrativas do eu em vídeo: YouTube e os diários para compartilhar**. 2018. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Juiz de Fora, 2018.

TODOROV, T. **As estruturas narrativas**. Tradução de Leyla Perrone-Moisés.
5.ed. São Paulo: Perspectivas, 2008.