**Evento:** XXVI Seminário de Iniciação Científica

# ANÁLISE REFLEXIVA SOBRE VÍDEOS DE REAÇÃO NO YOUTUBE[1]
# REFLEXIVE ANALISYS ON REACTION VIDEOS ON YOUTUBE

**João Pedro Pacheco Van Der Sand[2]**

[1] Trabalho realizado por Egresso do Curso de Comunicação Social - habilitação jornalismo - da Unijuí
[2] Jornalista Egresso do Curso de Comunicação Social - Habilitação Jornalismo - da Unijuí

## INTRODUÇÃO

Este resumo propõe uma primeira aproximação com o react, um gênero audiovisual já consolidado nas plataformas de vídeos online, especialmente no Youtube. Estes vídeos ganharam um número crescente de adeptos, produtores e consumidores, na última década, e constituíram uma categoria bem definida na produção audiovisual. O presente trabalho tem o objetivo de apresentar o tema e propor possíveis abordagens a ele no campo da comunicação. Para tanto, deve-se buscar a origem deste gênero audiovisual, o contexto onde está inserido e seus desdobramentos até o presente momento. Após essa etapa de aproximação, serão apresentadas possibilidades de abordagem a partir de autores do campo das ciências sociais.
De maneira objetiva, porém um tanto quanto genérica, um react é um vídeo que tem como assunto principal a reação de uma pessoa a determinada experiência. Para que possamos ter um entendimento mais completo das possibilidades e usos dados ao gênero, é pertinente revisitar suas origens na internet. Especificar qual foi o primeiro vídeo publicado na rede com as características de um react é uma tarefa difícil, e este provavelmente não seria um esforço coerente para delimitar o tema em questão, já que antes mesmo da existência da internet, a televisão proporcionou conteúdos que remetem, de alguma maneira, a um vídeo de reação. De todo modo, alguns artigos publicados na imprensa registram acontecimentos que apontam para suas possíveis origens.

## METODOLOGIA

Este resumo trata-se de uma reflexão analítica que se ancora em conceitos das Ciências Sociais acerca de fenômenos comunicacionais midiáticos, a exemplo do objeto em questão – o gênero react ou vídeos de reação. A partir de uma busca sobre as origens do gênero em análise foram abordados momentos chave na constituição desta categoria audiovisual - importantes para seu desenvolvimento até o estágio atual. Uma vez apresentado o objeto procurou-se aproxima-lo de alguns conceitos caros aos estudos da mídia e do consumo a fim de propor possíveis análises.

## ORIGENS E CARACTERÍSTICAS DOS VÍDEOS DE REAÇÃO

O crítico literário Sam Anderson aborda os vídeos de reação em seu artigo “Watching People Watching people Watching people”, publicado em novembro de 2011 na The New York Times

Magazine. Neste artigo, Anderson refere-se ao vídeo viral "2 Girls, 1 Cup". Trata-se do trailer de um filme pornográfico fetichista brasileiro que, em meados de 2007, acabou motivando milhares de usuários a gravarem suas reações - ou as reações de pessoas próximas - enquanto assistiam ao vídeo. Graças a seu conteúdo chocante e as reações incrédulas de quem o assiste os resultados de busca, no youtube, para o termo"2 girls 1 cup react" geram 574 mil resultados.

Um editorial do site de variedades Mandatory, assinado por Witney Seibold, remete ao ano de 2006, quando um usuário do youtube publicou um vídeo caseiro que mostrava uma criança reagindo ao "Scary Maze Game". Funcionando como uma "pegadinha", este jogo exige uma grande dose de concentração para que o jogador percorra um complicado labirinto com o cursor do computador, chegando ao inevitável momento do erro, quando salta à tela a figura da personagem Regan McNeil, interpretada por Linda Blair no filme "O Exorcista". O resultado da experiência é normalmente um grande susto. Não demorou para que mais usuários repetissem a mesma experiência, publicando vídeos com a reação de pessoas próximas experimentando o "jogo". Hoje a busca pelo termo "Scary Maze Prank", no youtube, gera mais de 80 mil resultados, sendo que entre os 30 primeiros, 20 são vídeos de reação ou compilados de reações.

Se neste primeiro momento os vídeos de reação se concentraram em temas potencialmente chocantes ou assustadores, com o passar o tempo a categoria dos reacts avança sobre outros objetos e também começa a figurar entre as atrações de produtoras de conteúdo audiovisual.

Concluindo essa apresentação histórica dos reacts é importante citar a Fine Brothers Entertainment (FBE), companhia de mídia fundada pelos irmãos Benny e Rafi Fine. Embora trabalhe com diversos tipos de conteúdo audiovisual na internet, foram os vídeos de reação que renderam maior notoriedade ao canal da FBE no youtube, que hoje conta com mais de 17 milhões de inscritos. Em outubro de 2010 o canal estreou a série "Kids React to Viral Vídeos" na qual o formato react aparece com uma roupagem mais familiar e profissional. A série conta com uma edição mais aproximada dos produtos televisivos, intercalando os comentários de crianças enquanto elas assistem a quatro vídeos populares do youtube. O sucesso deste empreendimento acabou rendendo outras nove temporadas e um canal paralelo especializado neste segmento intitulado REACT.

No ano de 2018 os vídeos de react mostram que a tendência continuou forte no youtube. Uma busca pela palavra "react" revela três canais brasileiros especializados em vídeos de reação com mais de um milhão de inscritos, que são: React Brasil, Kel React e React News. Diferente dos vídeos do canal FBE há sempre um ou dois apresentadores que explicam a razão da escolha do vídeo ao qual vão reagir. No tocante a estas escolhas, percebe-se que os próprios youtubers organizam seus canais em categorias como: clipes musicais, terror, imagens curiosas, vídeos de outros youtubers e desafios. Esta última categoria apresenta vídeos com títulos no estilo "tente não rir", "tente não bocejar" ou "tente não cantar junto". Percebe-se também que muitos dos vídeos escolhidos para a reação são produções populares no youtube, muitas vezes sugeridos pelos usuários que comentam em outros vídeos desses canais.

É interessante observar que, em contato com esses exemplos, podemos perceber algumas particularidades que diferenciam os reacts entre si, configurando subcategorias. Alguns vídeos são filmados de forma oculta, evidenciando a reação mais espontânea possível da experiência em questão. Alguns canais convidam pessoas para reagir a determinadas produções de forma

dirigida, deixando claro que a produção pretende captar essas reações. E há ainda os youtubers que filmam a si mesmos reagindo a conteúdos previamente escolhidos. Neste último exemplo fica nítido o lugar duplo reservado ao criador do vídeo, enquanto consumidor e produtor de conteúdo simultaneamente.

Ao analisarmos os aspectos técnicos destes canais especializados em react, percebemos uma diferença crucial entre os vídeos mais recentes e aqueles que popularizaram o estilo entre 2006 e 2007. Mais do que apenas a reação de uma pessoa em frente a uma tela e uma câmera amadora, estes canais propõem um aprofundamento dessa experiência. Como exemplo podemos citar uma maior qualidade de imagem, enquadramentos padronizados, cenários típicos dos canais de youtubers e thumbnails chamativos (miniaturas representativas dos vídeos nos mecanismos de busca). Loiola (2017) atenta para este processo de profissionalização típico dessa plataforma. O usuário amador que passa a youtuber profissional torna-se o "que Burgess e Green (2009) consideram como um empreendedor do YouTube" (p.6). O desenvolvimento do react enquanto gênero acontece dentro do youtube e, por isso, atende às próprias particularidades dessa plataforma no que tange às qualificações de amador ou profissional. Uma apresentação do react enquanto gênero não estaria completa sem atentar para o espaço onde estes vídeos se proliferam, o das plataformas de compartilhamento. Tendo isso em vista, cabe aqui uma breve contextualização do youtube como ferramenta de expressão e apropriação de conteúdos pelo usuário comum.

YOUTUBE E AS DINÂMICAS DAS PLATAFORMAS DE VÍDEO

Os vídeos de reação não se encontram exclusivamente no youtube, qualquer site de armazenamento de vídeos ou de rede social que comporte essa modalidade está apta a hospedar vídeos com as características da um react. Neste resumo, optamos por abordar especificamente o youtube em razão do site ser referido em mais de uma fonte como o "local" de origem do gênero react (ANDERSON, 2011; SEIBOLD, 2015).

A Youtube Inc. surge em 2005. Segundo Burgess e Green (2009), em sua proposta inicial a ferramenta apresentava-se como "repositório de vídeos do usuário". Com a venda da empresa para a Google, em 2006, a plataforma passa por transformações, atraindo a atenção de corporações e empresas de mídia já estabelecidas no contexto do audiovisual tradicional. Essas duas tendências de produção de conteúdo –amadora e profissional - coexistem até hoje na plataforma, com pessoas comuns divulgando seus conteúdos "ao lado" de, por exemplo, grandes gravadoras como a Sony Music.

Nota-se que este movimento acompanha a evolução do react enquanto gênero. Se em um primeiro momento estes vídeos tinham somente características amadoras, com o tempo ganham traços de profissionalização típica do movimento youtuber, ao passo que são também realizados por produtores mais próximos do audiovisual tradicional, como é o caso canal FBE, já citado.

Essa variedade entre os níveis de profissionalização dos produtores de conteúdo atenta para uma característica do youtube ressaltada por Puhl e Araújo (2012), "um sistema híbrido da produção popular, onde coexistem produções amadoras com o consumo criativo dos produtos culturais da mídia de massa" (p. 715). Burgess e Green (2009, p.32) sugerem ainda que essa plataforma

"permite aos seus consumidores atuar como produtores". Quando essas reflexões são aplicadas aos vídeos de reação, permitem ainda mais inflexões. O papel de consumidor/produtor fica ainda mais nítido quando vemos alguém consumindo pela primeira vez um produto audiovisual, ao mesmo tempo que transforma sua reação em produto para que outros possam assisti-la na mesma plataforma. Não é preciso buscar muito para encontrar vídeos de reação a vídeos de gameplay, por exemplo, neste caso temos a reação de alguém à experiência de outro.

ANÁLISE DOS VÍDEOS DE REAÇÃO: UMA APROXIMAÇÃO AO CAMPO DAS CIÊNCIAS SOCIAIS

O processo de apropriação observado nos usuários do youtube é abordado por Ziller (2012), que remonta à prática musical do Remix associando-a, na sua aplicação audiovisual, ao movimento modernista e o conceito de antropofagia. A autora recorre a Bruns (2008), reafirmando que o conteúdo na internet é rapidamente compartilhável e pode ser facilmente alterado, ampliado e recombinado.

As práticas da colagem, do Remix, da apropriação, remetem à reflexão sobre estratégias e táticas proposta por De Certeau (1994). Enquanto a estratégia refere-se às práticas das instituições detentoras de lugares de poder, as táticas denotam a "ação calculada que é determinada pela ausência de um próprio (...) a tática é movimento 'dentro do campo de visão do inimigo'" (p.100). A tática, segundo De Certeau, é "determinada pela ausência de poder". Esta abordagem polemológica sobre o uso e apropriação de sistemas no cotidiano, em nossa percepção, relaciona-se com a prática da bricolagem, do Remix e do próprio caráter de consumidor/produtor designado aos criadores de reacts.Os vídeos de reação também podem ser associados ao conceito de releitura, utilizado por Jenkins (2015, p.82) ao referir-se às práticas permitidas aos fãs de séries televisivas quando da popularização do videocassete. O autor cita Barthes (1975, p.16), que afirma que "reler remove o texto de sua cronologia interna ('isto acontece antes ou depois daquilo') e recaptura o tempo mítico (sem antes ou depois)". Jenkins ressalta que após a primeira leitura de determinado texto, o receptor passa a consumi-lo sob outras perspectivas. Livre do esforço de compreender o produto de maneira cronológica, passa a focar nas "relações entre personagens, significados temáticos, ao conhecimento social presumido pelo narrador" (p.82).

Relacionando essas reflexões aos vídeos de reação, é possível observar que a releitura está contida na prática de assistir a um react. Se em muitos vídeos os apresentadores ressaltam que terão um primeiro contato com determinada experiência, na maioria das vezes o público já conhece o vídeo escolhido, e está mais interessado em vê-lo novamente, agora acompanhado de uma reação. Trata-se de uma releitura, somada à reação de alguém que está tendo um primeiro contato com o texto em questão.

Apropriação, táticas e estratégias, Remix, colagem e releitura são apenas alguns conceitos com os quais podemos associar os vídeos de reação em futuras análises. Há ainda o conceito de performance, proposto por Montardo e Araújo (2012, p.6) na análise do ciberativismo em redes sociais. Eles se referem a Schechner para ressaltar que "questões ligadas a entretenimento, identidade, comunidade e persuadir ou convencer são aquelas pelas quais se podem relacionar consumo e performance em sites de redes sociais".

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da apresentação, exploração inicial do gênero react e a delimitação de abordagens que permitam o aprofundamento do tema, torna-se possível pensar métodos para análises mais específicas no que tange aos vídeos de reação e suas relações com a comunicação e o consumo. Este resumo dá entendimento de que o react é um fenômeno próprio deste momento de transformação das mídias e dos lugares ocupados por produtores e consumidores de conteúdo. Assim, mostra-se pertinente o estudo dessas práticas de consumo e produção, a fim de se ampliar a compreensão sobre os rumos da comunicação contemporânea em ambiente virtual.

Palavras Chave: Youtube, Consumo, Remix, Audiovisual.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Sam. People Watching People Watching People Watching. The New York Times Magazine, 25 nov. 2011. Disponível em: . Acesso em: 10 jul. 2018.

BRUNS, Axel. Blogs, Wikipedia, Second Life and beyond: from production to produsage. New York: Peter Lang, 2008. 418 p.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. You Tube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

DE CERTEAU, Michel. A Invenção do Cotidiano: 1. Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

JENKINS, Henry. Invasores do Texto: fãs e cultura participativa. Rio de Janeiro: Marsupial Editora, 2015..

LOIOLA, D. F. Emergente. Unboxing: mediação e midiatização no YouTube. In: INTERCOM, 40. 2017, Curitiba, anais.

MONTARDO, Sandra Portela.; ARAÚJO, Willian Fernandes. Performance e Práticas de Consumo Online: Ciberativismo em Sites de Redes Sociais. In: Comunicon. São Paulo: ESPM, 2012.

PUHL, Paula Regina.; ARAÚJO, Willian Fernandes. Youtube como espaço de construção da memória em rede: possibilidades e desafios. In: Revista FAMECOS mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre 2012. p. 705-722.

SEIBOLD, Witney. Editorial: Why Your Trailer Reaction Videos Are Stupid. Mandatory, 21 jul. 2015. Disponível em: . Acesso em: 10 jul. 2018.

ZILLER, Joana. Expressões Antropofágicas: Apropriação e recriação de vídeos no Youtube. Salvador, Contemporânea – Comunicação e Cultura. v.10, n.3, p.741 – 758, 2012.