

## ESPECTATORIALIDADE COMENTADA NO YOUTUBE UM ESTUDO COMPARADO SOBRE RECEPÇÃO DE WEBSÉRIES<sup>1</sup>

Caio MELO DA SILVA, UFF<sup>2</sup>

Ariane HOLZBACH, UFF<sup>3</sup>

**Resumo:** Partindo da pesquisa de Iniciação Científica sobre o YouTube desenvolvida desde 2017, este artigo objetiva detalhar a ferramenta YouTube Data Tools (YTDT) e entender as particularidades da recepção de webséries brasileiras. O YTDT é uma ferramenta desenvolvida pela Digital Methods Initiative (DMI) que coleta dados quantitativos sobre o YouTube; um dos principais objetivos do projeto de pesquisa é a exploração desta ferramenta para que mais pesquisadores brasileiros da área tenham a expertise necessária para sua utilização plena. Neste artigo, será utilizada a metodologia desenvolvida em estudos anteriores para escolher uma websérie brasileira e uma estrangeira para, em seguida, desenvolvermos uma metodologia específica para a produção de dados sobre os comentários dos capítulos das produções escolhidas. Ao fim do artigo, esperamos ter iniciado uma perfilação dos espectadores de ficção seriada no YouTube e destrinchado o funcionamento mais uma funcionalidade do YTDT.

**Palavras-chave:** Webséries; YouTube; Estudo de recepção; YouTube Data Tools.

**Abstract/Resumen:** Starting off a scientific initiation research about YouTube, developed between 2017 and 2018, this paper aims to detail the software YouTube Data Tools (YTDT) and understand the particularities of Brazilian webseries reception. YTDT is a tool developed by Digital Methods Initiative (DMI), which has the goal to collect quantitative data from YouTube; one of the main goals of the scientific initiation research was to explore this tool, so that more Brazilian researchers could acquire the expertise necessary for its manipulation. In this paper, in the first moment, the methodology developed in previous studies will be used in order to choose a Brazilian and a foreigner webseries. Then, we are going to develop a specific methodology to produce data about the comments made upon the first episodes of said webseries. By the end of this article, we hope to have started profiling serial fiction made for YouTube viewing group, while also detailing another YTDT function.

**Keywords/Palabras clave:** Webseries; YouTube; Reception study; YouTube Data Tools.

## INTRODUÇÃO

O YouTube constitui um complexo espaço de produção e compartilhamento de conteúdo audiovisual que vem redefinindo as práticas e os usos dos produtos televisivos. Da perspectiva da cultura televisiva, é possível encontrar facilmente no site

---

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação da Universidade Federal Fluminense.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação. 8º semestre do Curso de Estudos de Mídia no IACS-UFF/RJ. Bolsista de Iniciação Científica – PIBIC/UFF. E-mail: [caiomelo@id.uff.br](mailto:caiomelo@id.uff.br)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Curso de Estudos de Mídia da UFF e Coordenadora do Grupo de Pesquisa Televisões - Núcleo de Pesquisa em Televisão e Novas Mídias. E-mail: [arianeh@id.uff.br](mailto:arianeh@id.uff.br)

uma enorme quantidade de conteúdos que dialogam de variadas formas com a televisão, os quais, por estarem fora de seu "meio original", sofrem reconfigurações expressivas e conectadas com a cultura do compartilhamento, bastante incentivada pela lógica estrutural do YouTube (BURGESS, GREEN, 2009). Um elemento importante desse cenário são as webséries – ficções seriadas televisivas produzidas especificamente para o ambiente digital e online.

No âmbito hegemônico da televisão estadunidense, a crescente produção de webséries surge como mais um efeito da descentralização da produção de conteúdo televisivo (ADALIAN & FERNANDEZ, 2016). No Brasil, além disso, as webséries podem figurar como parte da fuga da ainda monopolizadora Rede Globo. Apesar de o país possuir cada vez mais conteúdo original em canais fechados e de outros canais de TV aberta conseguirem competir mais igualmente com a TV Globo, a emissora ainda é o vencedora absoluta da audiência da televisão brasileira (CASTRO, 2017). Em contrapartida, diversas webséries, de diferentes públicos-alvo, possuem milhões de visualizações por episódio; são produções de gêneros narrativos que não são necessariamente representados na grade dos canais de TV aberta, o que pode significar que há, além da transferência de público de um ponto a outro, a aderência de públicos que não eram contemplados anteriormente.

Uma websérie consiste em uma ficção seriada produzida para a internet e possui características análogas às séries produzidas para a televisão, como a divisão da narrativa em episódios e temporadas, diversos arcos que interligam o fio narrativo, arquétipos de personagens já conhecidos desse gênero audiovisual etc. Apesar de não haver consenso sobre as características que divergem das séries tradicionais, os pesquisadores convergem suas definições em alguns pontos – segundo eles, episódios de webséries duram menos tempo, possuem menor quantidade de personagens e arcos narrativos e podem ter a incorporação de recursos próprios da internet. Além disso, um elemento fundamental é que as webséries podem ser produzidas tanto por profissionais veteranos quanto por "amadores" (HERGESEL, 2014; ROMERO & CENTELLAS, 2008; ZANETTI, 2013).

Embora as webséries sejam virtualmente fundamentais no contexto da cultura televisiva/audiovisual contemporânea, existe um problema metodológico intrínseco a esse produto que embaça boa parte das pesquisas sobre elas: por estarem espalhadas na

rede, é extremamente difícil acompanhar tanto o seu surgimento e desenvolvimento quanto a maneira como a audiência lida com elas. Em função disso, este trabalho objetiva prioritariamente pensar maneiras eficientes de mapear e acompanhar esses produtos entendidos em conjunto e como pertencentes a uma grande ecologia midiática, considerando para isso as singularidades das plataformas onde as webséries são veiculadas, partindo inicialmente do YouTube.

Partindo da pesquisa de Iniciação Científica desenvolvida entre 2017 e 2018, neste trabalho vamos detalhar a ferramenta YouTube Data Tools (YTDT) e entender particularidades da recepção de webséries brasileiras em perspectiva com as estrangeiras; essa comparação se dá como tal a fim de perceber aproximações e distanciamentos entre produções do Sul Global e produções de locações ditas hegemônicas. O YTDT é uma ferramenta desenvolvida pela *Digital Methods Initiative* (DMI) que coleta dados quantitativos sobre o YouTube; um dos principais objetivos do projeto de pesquisa foi a exploração desta ferramenta para que mais pesquisadores brasileiros da área tenham a expertise necessária para sua utilização plena.

Neste artigo, em um primeiro momento, será utilizada a metodologia desenvolvida em estudo anterior para escolher uma websérie brasileira e uma estrangeira (MELO DA SILVA, 2017). Em seguida, será proposta uma metodologia específica para a produção de dados sobre os comentários dos capítulos das produções escolhidas. Ao fim do artigo, esperamos ter iniciado uma perfilação dos espectadores de ficção seriada no YouTube e destrinchado profundamente o funcionamento mais uma funcionalidade do YTDT.

## PROCESSOS METODOLÓGICOS

Os processos metodológicos deste artigo podem ser divididos em três etapas. No primeiro momento, esperava-se escolher quais webséries teriam os comentários do episódio piloto analisados. O segundo momento diria respeito à captação desses comentários. Enquanto o terceiro momento seria sobre a raspagem dos dados e análise dos mesmos.

O YouTube Data Tools é uma ferramenta desenvolvida pela Digital Methods Initiative (DMI), grupo de pesquisa da Universidade de Amsterdam vinculado à área de

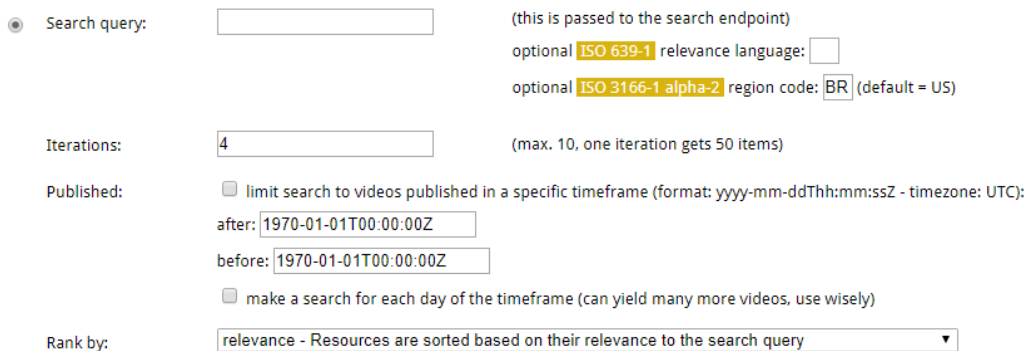
Estudos de Mídia. No ar desde 2015, o sistema visa a auxiliar pesquisadores da área de comunicação a entender diversos aspectos do YouTube – sua principal função é coletar, em poucos segundos, dados que custariam inúmeras horas e mãos humanas, caso coletados manualmente. Além do YTDT, a DMI também desenvolve ferramentas que dissequem outros sites de redes sociais, como Twitter, Facebook etc.

Na primeira, selecionamos os episódios cujos comentários seriam analisados. Para isso, o YouTube Data Tools foi utilizado da mesma forma que em trabalho anterior, nos quais foram coletados dados de inúmeros episódios de webséries (MELO DA SILVA, 2017). O YTDT possui cinco módulos, e cada um deles fornece um tipo diferente de dados coletados do YouTube. Nesta etapa, foi utilizada, assim como no trabalho de 2017, o módulo *Video List*, que:

gera uma lista de vídeos a partir de quatro fontes: um canal específico, uma *playlist*, uma busca realizada por um termo ou a partir de vídeos específicos, para que o pesquisador possa comparar dados de dois ou mais produtos previamente escolhidos. Além disso, (...) é possível limitar uma janela temporal, selecionar a linguagem dos vídeos e escolher a forma que o sistema ranqueará o resultado (MELO DA SILVA, 2017, p.11)

Para este trabalho, foram requisitadas do sistema algumas especificidades para refinar a coleta dos dados. As buscas foram por relevância e a área onde os vídeos foram publicados foi definida na pesquisa por webséries brasileiras. O sistema passou por algumas atualizações gráficas e conta, atualmente, com uma interface mais amigável para o usuário que não é tão familiarizado com programação, como pode ser visualizado na Imagem 1.

**Imagem 1: Interface do módulo *Video List* do YTDT**



Search query:  (this is passed to the search endpoint)  
 optional **ISO 639-1** relevance language:   
 optional **ISO 3166-1 alpha-2** region code:  (default = US)

Iterations:  (max. 10, one iteration gets 50 items)

Published:  limit search to videos published in a specific timeframe (format: yyyy-mm-ddThh:mm:ssZ - timezone: UTC):  
 after:   
 before:   
 make a search for each day of the timeframe (can yield many more videos, use wisely)

Rank by:

**Fonte:** YouTube Data Tools

O resultado da busca, através do termo “websérie” resultou em uma planilha de Excel com diversos detalhes dos vídeos que apareceriam na ferramenta de busca do YouTube. Dentre essas informações, constam o nome do canal que publicou cada vídeo, número de comentários, número de *likes* e *dislikes*, região onde o vídeo foi publicado, idioma do conteúdo etc. A websérie escolhida, cujos comentários do episódio piloto serão analisados, foi *A Espera*, exibida no canal do youtuber Viih Tube. A produção foi escolhida por, além de ser extremamente popular<sup>4</sup>, era a websérie cujo episódio piloto possuía mais comentários.

Ao iniciar a busca pela websérie estrangeira, ocorreu uma situação não prevista: ao definir a língua padrão para inglês e a região para os Estados Unidos, apareceram, principalmente, webséries indianas, que possuíam legenda em inglês. O principal objetivo deste artigo era justamente comparar a recepção de uma websérie provinda do Brasil, país do Sul Global, com a recepção de conteúdo provindo de países reconhecidamente hegemônicos – por isso utilizar uma websérie indiana não se encaixaria. Foi feita, então, uma terceira utilização do YTDI. Como a websérie brasileira escolhida era produzida por uma YouTuber cujo público é infanto-juvenil, era necessário realizar um estudo comparado com outra série com esse público. Essa terceira utilização da plataforma foi guiada pelos termos “web series teen”, que gerou uma nova listagem – mais satisfatória para os propósitos desse artigo. Foi escolhida, então, *Enchanted*, websérie *teen* produzida por Jason O’Connell, YouTuber britânico. Na Imagem 2, podem ser visualizadas as informações das duas webséries, da forma “crua” fornecida pela ferramenta utilizada.

---

<sup>4</sup> À época da produção deste artigo, o episódio piloto possuía mais de 6 milhões de visualizações.

**Imagem 2: Informações sobre os primeiros episódios de A Espera e Enchanted**

publishedAt	publishedAtSQL	videoTitle	videoDescription
2017-05-21T15:00:13.000Z	21/05/2017 15:00	A ESPERA - O novat	ELENCO Priscila: V
2015-03-28T20:07:48.000Z	28/03/2015 20:07	ENCHANTED - The E	Watch Episode 2 "

videoCategoryLabel	durationSec	viewCount	likeCount	dislikeCount	commentCount
People & Blogs	515	5134354	291095	9271	19394
Entertainment	391	30097	384	47	100

Legenda:

A Espera
Enchanted

**Fonte:** YouTube Data Tools, cores pelo autor

A coleta dos comentários de cada episódio foi o que configurou a segunda etapa da metodologia deste trabalho. O módulo que fornece informações sobre vídeos específicos é o *Video Info and Comments*. Além de fornecer informações (data de publicação, título, descrição, canal de origem, duração, dimensão, definição, se possui legenda, quantidade de conteúdos licenciados, quantidade de visualizações, quantidade de curtidas, quantidade de descurtidas, quantidade de comentários, status de privacidade e tipo de licença), essa função “fornece uma lista detalhada de todos os comentários do vídeo, juntamente com a quantidade de curtidas recebidas e respostas de cada um, somada a um gráfico com as redes criadas por esses comentários” (MELO DA SILVA, 2017, p.11). Esse módulo é especialmente simples executar – para obter todas essas informações acerca de um vídeo específico, basta colar o código do vídeo (presente no final da URL do mesmo) na única caixa de texto disponibilizada. Além disso, também é possível visualizar esses dados no próprio site, sem a necessidade de baixar a planilha gerada – para tal, basta marcar a caixa “*HTML output*”. A interface pode ser visualizada na Imagem 3:

**Imagem 3: Interface do módulo *Video Info and Comments***

Video id:  (video ids can be found in URLs, e.g. <https://www.youtube.com/watch?v=aXnaHh40xnM>)

HTML output:  (displays HTML result tables in addition to file exports)

**Fonte:** YouTube Data Tools

O episódio piloto da websérie *A Espera* possuía, no período em que as informações foram colhidas<sup>5</sup>, mais de 19 mil comentários, enquanto o de *Enchanted* possuía 100 comentários (apesar das 30 mil visualizações). O grande número de comentários acerca da websérie nacional tornou a terceira etapa metodológica necessária: a raspagem dos dados. Primeiramente, foram deletados da planilha os comentários-resposta – comentários sobre outros comentários. Essa ação diminuiu um pouco o escopo, mas ainda não foi o suficiente – *A Espera* ainda possuía 17 mil comentários independentes. Foi retirada, então uma amostra de 1% desse montante. Excluídos os comentários-resposta do episódio de *Enchanted*, restaram cerca de 50 comentários, um número passível de análise sem a utilização de amostragem.

Para aumentar a credibilidade da amostra retirada dos comentários de *A Espera*, foi utilizada a plataforma Sorteador.com.br, que possibilita a escolha de qualquer quantidade de números, entre qualquer outra quantidade de números – de forma 100% aleatória. Os 174 comentários selecionados foram escolhidos como mostra a Imagem 4:

Imagem 4: Plataforma Sorteador.com.br



Fonte: Sorteador.com.br

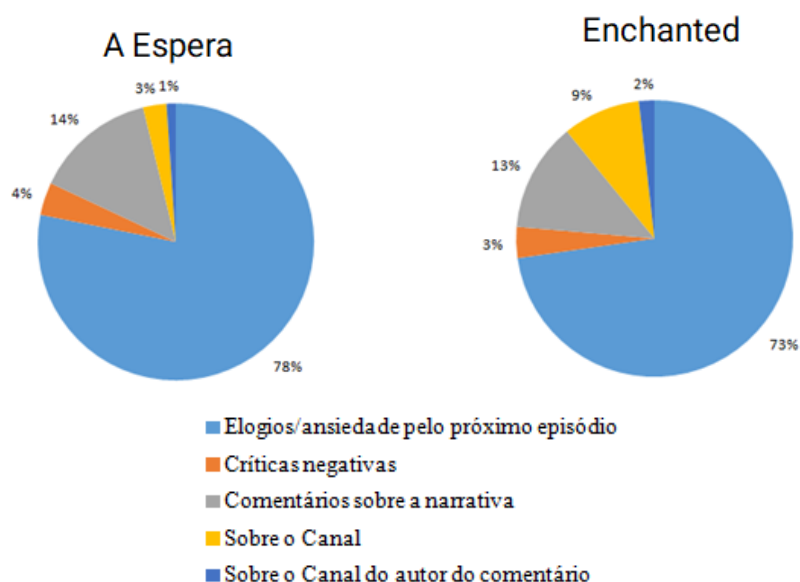
<sup>5</sup> Todas as informações deste artigo foram colhidas em Agosto de 2018.

Uma vez que os comentários dos dois vídeos haviam sido selecionados, pôde ser realizada uma análise quantitativa-qualitativa sobre os mesmos seguida de uma categorização detalhada desses dados. Dessa forma, conseguimos elaborar uma visão quantitativa prévia de cada tipo de comentário.

## RESULTADOS PRELIMINARES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A princípio, a forma com a qual a audiência interage com o conteúdo na websérie europeia e na brasileira é igual. Tanto em uma quanto na outra, 70% dos comentários são demonstrações de afeto e ansiedade pelo próximo episódio. Na Imagem 5 pode-se contemplar o que cada público comenta sobre as duas webséries escolhidas. Esse resultado pode significar que o público de webséries no YouTube, em geral, é dedicado e provem de um nicho consumidor específico, que entende as limitações de uma produção de escala diferente daquelas da televisão tradicional. Os comentários demonstram reconhecimento pelo esforço dos YouTubers por trás da produção.

Imagem 5: Reações dos públicos d'A Espera e de Enchanted

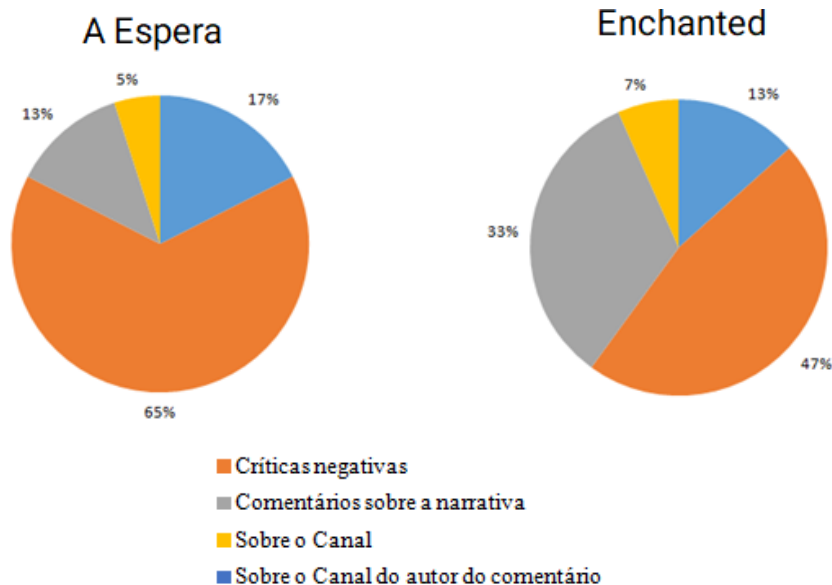


Fonte: Autor



No entanto, quando retiramos os elogios à produção, podemos ver uma diferença significativa entre os públicos. Esse gráfico pode ser visualizado na imagem 6:

Imagem 6: Reações dos públicos d'A Espera e de Enchanted, retirando elogios



Fonte: Autor

O público brasileiro mostrou-se mais crítico com a websérie brasileira do que o público que interagiu com websérie britânica, o que pode demonstrar que os brasileiros esperam mais profissionalismo que amadorismo. Vivemos o momento da ascendência dos “profissionais amadores” (MELO DA SILVA, HOLZBACH, 2017) – pessoas que, apesar de ainda serem consideradas usuárias da plataforma, possuem recursos de edição mais sofisticados. Essa categoria de produtores de conteúdo para o YouTube consiste, principalmente, de YouTubers que já estão na plataforma há um tempo e possuem visibilidade suficiente para adquirirem patrocínios e monetização de seus vídeos. A diretora de *A Espera*, Viih Tube, é uma YouTuber com grande público e já, de fato, possui marcas patrocinadoras, como Creme Mel Sorvetes, Pinta Alegria Maquiagem Artística, Gávea Empreendimentos Culturais, Batuta Filmes, Chácara

Sherwood e Didonih Direcionamento Artístico<sup>6</sup>. É uma possibilidade que o seu público perceba esses “adicionais” como obrigação para a refinação de seu conteúdo.

Apesar do número de comentários negativos/críticos na websérie *Enchanted* também ser expressivo, o tipo de comentário que mais se destaca é sobre a narrativa da produção. O público da websérie britânica se atenta à narrativa três vezes mais que o público da websérie brasileira. A trama de *Enchanted* flerta com mistério – enquanto *A Espera* consiste completamente em uma narrativa adolescente –, o que pode ser a razão para este tipo de comentário ser tão frequente. Esta breve pesquisa sonda algumas possibilidades sobre as recepções destas duas webséries de forma inicial, apenas. Para que entendamos melhor as particularidades de cada público, será necessária um retorno ao tema, com uma análise mais profunda sobre mais episódios de cada uma dessas produções.

## REFERÊNCIAS

- ADALIAN, J. & FERNANDEZ, M.E. The Business of Too Much TV. Vulture.com. 2016. Disponível em < <http://www.vulture.com/2016/05/peak-tv-business-c-v-r.html> > Acesso em 26 de Setembro de 2018.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. YouTube e a revolução digital. São Paulo: Aleph, 2009.
- CASTRO, Daniel. Consumo de TV explode, e Globo e Record têm melhor ano desde 2011. Notícias da TV. Disponível em < <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/consumo-de-tv-explode-e-globo-e-record-tem-melhor-ano-desde-2011--16660> > Acesso em 26 de Setembro de 2018.
- HERGESEL, J. P. L.. Considerações estilísticas sobre webséries brasileiras: A narrativa midiática no contexto do universo on-line. Diálogos Interdisciplinares, 3(2), 184-201. 2014.
- JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- MELO DA SILVA, Caio. Desbravando o universo das webséries brasileiras: Um estudo cartográfico no YouTube. In: I Congresso TeleVisões. Anais. Niterói (RJ): UFF, 2017.
- RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Sulina, 2009.
- ROMERO, Nuria Lloret; CENTELLAS, Fernando Canet. New stages, new narrative forms: The Web 2.0 and audiovisual language. Hipertext.net, n. 6, 2008. Disponível em: <<https://www.upf.edu/hipertextnet/en/numero-6/lenguaje-audiovisual.html>>, acesso em Setembro de 2017.
- ZANETTI, Daniela. Webséries: narrativas seriadas em ambientes virtuais. Revista GEMInIS, n. 1 Ano 4, p. 69-88, 2013.

---

<sup>6</sup> Patrocinadores e apoiadores da websérie *O Novato*, também de Viih Tube.