

 <p>ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN FAMECOS</p>	<h1>REVISTA FAMECOS</h1> <p>mídia, cultura e tecnologia</p> <p>Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 32, p. 1-15, jan.-dez. 2025 e-ISSN: 1980-3729 ISSN-L: 1415-0549</p>
<p>https://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2025.1.46714</p>	

SEÇÃO: CIBERCULTURA

Gestos videográficos, gestos performáticos: pistas para compreender as negociações com a cultura de plataformas nas encenações audiovisuais de si

Videographic gestures, performative gestures: insights for understanding negotiations with platform culture in audiovisual performances

Gestos videográficos, gestos performáticos: pistas para comprender las negociaciones con la cultura de plataformas en la escenificación audiovisual del yo

Daniel de Andrade
Lima¹

orcid.org/0000-0003-2179-4869
danmalima@gmail.com

Recebido em: 9 ago. 2024.
Aprovado em: 11 dez. 2024.
Publicado em: 06 mar 2025.

Resumo: Refletir sobre a cultura audiovisual no contexto de plataformação requer compreender as ambiências digitais enquanto espaços onde gostos, desejos e subjetividades são produzidos a partir da encenação do si mesmo e do investimento nas audiovisualidades. Com isto em mente, este artigo investiga as negociações dos produtores de conteúdo com as estéticas audiovisuais e governanças das plataformas digitais. Para tal, propõe-se um investimento teórico que é friccionado com um mapeamento das produções de vídeo-ensaístas no YouTube. Primeiro, articula-se frentes teóricas sobre a audiovisualidade em rede com debates sobre performance e produção do *self*, conectando gestos de interação nas plataformas, composição em vídeo e gestos corporais, compreendendo que essas imbricações entre gestos de diferentes ordens agenciam a videografia por um estatuto da performance. Indo adiante, considera-se a importância das narrativas sobre capitalização e monetização dos audiovisuais para as demandas por coerência que regulam performances em rede, destacando como as regulações constantes das plataformas influenciam os gestos videográficos e performáticos desempenhados pelos sujeitos. Por fim, sintetiza-se os cruzamentos teóricos desenvolvidos em formas de pistas conceituais, que, juntas, podem ser operacionalizadas para investigar os gestos videográfico-performáticos da cultura audiovisual no contexto das plataformas digitais.

Palavras-chave: cultura audiovisual; videografia; performance; plataformação.

Abstract: Reflecting on audiovisual culture within the context of platformisation requires understanding digital environments as spaces where tastes, desires, and subjectivities are produced through self-staging and investment in audiovisuality. With this in mind, this paper explores how content creators negotiate audiovisual aesthetics and platform governance. It proposes a theoretical reflection, combined with a mapping of video essay productions on YouTube. To do so, the paper begins by linking theoretical discussions on networked audiovisuality with debates on performance, connecting platform interactions, video composition, and bodily gestures. It posits that the interplay between these gestures shapes videography through a performance framework. The discussion then moves to the significance of narratives around the capitalization and monetization of audiovisual products, highlighting how platform regulations continuously influence the videographic and performative gestures of creators. Finally, the theoretical intersections developed in the article are summarized as a series of insights, which can be applied to investigate the videographic-performative gestures of audiovisual culture within digital platforms.

Keywords: audiovisual culture; videography; performance; platformisation.

Resumen: Reflexionar sobre la cultura audiovisual en el contexto de la plataformación requiere entender los entornos digitales como espacios donde se producen



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

¹ Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Caruaru, PE, Brasil.

gustos, deseos y subjetividades a través de la puesta en escena del yo y la inversión en audiovisuales. Teniendo esto en cuenta, este artículo investiga las negociaciones de los productores de contenidos con la estética audiovisual y la gobernanza de las plataformas digitales. Para ello se propone una inversión teórica que se combina con un mapeo de producciones de videoensayistas en YouTube. En primer lugar, los frentes teóricos sobre la audiovisualidad en red se articulan con debates sobre la performance y la producción del yo, conectando gestos de interacción en plataformas, composición de video y gestos corporales, entendiendo que estos solapamientos entre gestos de diferentes órdenes agencian la videografía a través de un estatus de performance. Siguiendo adelante, consideramos la importancia de las narrativas sobre capitalización y monetización de los audiovisuales para las demandas de coherencia que regulan las performances en red, destacando cómo las constantes regulaciones de las plataformas influyen en los gestos videográficos y performativos realizados por los sujetos. Finalmente, las intersecciones teóricas desarrolladas se resumen en forma de pistas conceptuales que, en conjunto, pueden operacionalizarse para investigar los gestos videográficos-performativos de la cultura audiovisual en el contexto de las plataformas digitales.

Palabras clave: cultura audiovisual; videografía; performance; plataformización.

Introdução

É quase impossível imaginar uma cultura audiovisual hoje sem levar em consideração os formatos audiovisuais heterogêneos que têm povoado o cotidiano digital. Afinal, o processo denominado "plataformização" (Poell; Nieborg; Van Djick, 2020) segue se intensificando, com plataformas implementando novas funções e criando conexões entre anunciantes, desenvolvedores de conteúdo e outros atores, enquanto também ocorre uma intensificação das audiovisualidades em rede. Assim, enquanto novas instâncias de plataformas são implementadas, as suas estruturas possibilitam e estimulam o aparecimento de formatos audiovisuais vinculados a elas. Hoje, ao fim de 2024, estamos falando de um panorama composto desde as produções originais de serviços de streaming como Netflix e Amazon Prime, passando pelos *broadcasts* em *lives* que povoam o YouTube, o Instagram e o Twitch, e chegando nos vídeos curtos que compõem os Reels do Instagram, os Shorts do YouTube e o TikTok.

Dentre os diversos gêneros videográficos que povoam as plataformas digitais, está o chamado

"vídeo-ensaio": um formato que se popularizou no YouTube no começo da década de 2010, debruçando-se sobre diferentes questões da cultura midiática. Autores que debateram esses ensaios audiovisuais, como Laan Mendes de Barros e Lucas Marques dos Santos (2019), Denize Araújo e Luiz Gustavo Teixeira (2020), Marco Antônio Pereira do Vale (2018) e Rafael de Campos (2023), os ligam às tradições dos filmes-ensaio ou do próprio ensaio acadêmico. Ainda assim, as conformações do vídeo-ensaio hoje se articulam também com as transformações próprias do ecossistema digital, adaptando-se às configurações específicas do Youtube (e além).

Ao menos desde 2011, quando o YouTube possibilitou a edição on-line de vídeos, as interfaces das plataformas têm continuamente criado recursos para que o uso da videografia seja implementado como ferramenta de interação e exploração. Não à toa, vídeo-ensaístas, como outros produtores de conteúdo audiovisual, possuem maneiras próprias de roteirizar, aparecer e editar, que produzem suas personas a partir das diferentes estratégias videográficas e performáticas que implementam. A exploração lúdica das plataformas se acentuou ainda mais a partir da consolidação das interfaces de edição nas plataformas de vídeos curtos. No TikTok, por exemplo, estimula-se que as interações se deem centralmente a partir de estratégias videográficas, por meio das opções de "duetar" ou "remixar" os vídeos que circulam pelas redes. Nesse sentido, para além de comentários e repostagens, agenciar vídeos produzidos por outras pessoas ou dublar trechos de áudio retirados de outros audiovisuais constituem formas de construção de redes a partir das ferramentas de design de vídeo.

Essa intensificação do papel das audiovisualidades nas plataformas digitais levanta questões sobre a tomada de imagens e sons enquanto dados esquadrinháveis e passíveis de mineração. Mas, indo além, também se convoca questões sobre as sensibilidades produzidas e articuladas nesses ambientes. Diante da intensificação da videografia como ferramenta de interação, vídeo-ensaístas produzem audiovisuais que se

baseiam centralmente nas possibilidades de reorganização dos arquivos midiáticos que estão dispostos nas plataformas digitais e negociam com as regulações de direitos autorais, com as diretrizes normativas do YouTube e com as possibilidades de monetização de seus vídeos, tomando a “produção de conteúdo” enquanto uma prática profissional. Nesse sentido, suas produções frequentemente abordam a precarização do trabalho e assumem posturas reflexivas sobre os arquivos heterogêneos que circulam nas plataformas.

Aposto neste artigo, portanto, em como os vídeo-ensaios no YouTube encenam as relações de negociação que estabelecem com os mundos audiovisuais em que estão inseridos ao passo que também os reformulam no ato de videografar. Assim, objetivo abordar um conjunto de frentes conceituais importantes para entender as imbricações entre videografia, performance e ética na produção audiovisual das plataformas, compreendendo que o vídeo-ensaio oferece um espaço de reflexão importante para investigar o papel das audiovisualidades nas plataformas digitais.

Para tal, trago questões levantadas a partir do mapeamento de vídeo-ensaios de quatro canais brasileiros, que encenam seus esforços performáticos nas plataformas. São eles: @OraThiago,² @NORMOSE,³ @QuadroemBranco⁴ e @TralhasdoJon.⁵ Devido ao interesse conceitual do artigo, os canais foram escolhidos prioritariamente a partir de um critério qualitativo: aos seus modos, tematizam suas disputas com as governanças das plataformas e utilizam diferentes estratégias videográficas para tal. Cada um deles possui também diferentes protocolos de monetização, com volumes de tráfego e ritmo de produção em diferentes escalas, facilitando uma investigação sobre como canais de portes diversos lidam com a produção em vídeo. O

mapeamento investigou os vídeos postados a partir de 2019 – ano de lançamento do primeiro vídeo de @OraThiago, canal mais recente do corpus –, compreendendo marcos específicos de cada um dos perfis e dinâmicas de reciclagem de materiais mais antigos. O que é trazido para debate, portanto, são pontos focais de tendências videográficas mapeadas amplamente pelos canais, mas abordadas na escrita a partir de uma seleção de vídeos que tornam as conceituações especialmente tangíveis. Tendo em vista que os vídeos em uma cultura de plataformas fazem aparecer redes que conectam os audiovisuais a fluxos mais amplos (Gutmann, 2021), sigo também vetores comunicacionais que nos levam a outros ambientes, como o Instagram e o Apoia-se. Os ensaios audiovisuais, assim, tornam-se pontos de acesso para fenômenos que, se são explorados particularmente por eles, os excedem, fazendo ver este contexto mais amplo de encenação de si em que videografar implica conjuntos de negociações estéticas e éticas que agem performaticamente.

Pensando em forma de vídeo

Enquanto alguns artigos focam centralmente no vídeo-ensaio enquanto uma ferramenta filmica para debater aspectos do cinema (Araújo; Teixeira, 2020; Pereira do Vale, 2020), outros – como o trabalho de Barros e Santos (2019) e o artigo de Campos (2023) – se interessam nos ensaios mais amplamente enquanto modo de articulação do pensamento e das subjetividades a partir das possibilidades de produção filmica. De toda forma, parece haver um interesse na videografia enquanto uma ferramenta de construção de pensamento que é possibilitada pelo próprio dispositivo do vídeo. Enquanto se roteiriza, se grava e se edita, afinal, lida-se com conjuntos de materiais audiovisuais que são destrinchados

² @OraThiago foi criado em 16 de abril de 2019 e, até novembro de 2024, apresenta 251 uploads de vídeo, 149.000 seguidores e 8.991.692 visualizações de vídeo, sendo 142.394 visualizações apenas no mês de novembro.

³ @NORMOSE entrou no YouTube em 8 de novembro de 2016 e, até novembro de 2024, havia postado 227 vídeos, tendo 426.000 seguidores, 15.650.724 visualizações totais, sendo 252.498 durante o mês de novembro.

⁴ @quadroembranco foi criado em 15 de janeiro de 2017, e, até novembro de 2024, conta com 466 vídeos, 828.000 seguidores, 50.562.219 visualizações totais e, apenas em novembro, 118.067 acessos aos vídeos.

⁵ @tralhasdojon entrou no YouTube em 14 de dezembro de 2014 e, em novembro de 2024, conta com 376 vídeos, 52.500 seguidores, 8.367.399 visualizações totais, 37.420 visualizações apenas em novembro.

e transformados no processo de escritura em vídeo. Barros e Santos, por exemplo, compreendem o "ensaio audiovisual como um trabalho de reflexão por meio do som e da imagem" (2019, p. 118), e argumentam que, "assim como o ensaio literário tem a autonomia do método, o ensaísta audiovisual dispõe de todas as técnicas cinematográficas como ferramentas de reflexão" (2019, p. 118). De maneira semelhante, Araújo e Teixeira postulam que "são os próprios filmes que, através da possibilidade de manipulação característica do vídeo, irão articular formas de pensamento sobre si próprios" (2020, p. 185), empregando elementos constitutivos do cinema, como "cortes, planos, enquadramentos, travellings, profundidade de campo, zoom, imagens estáticas, aceleração, câmera lenta" (2020, p. 185). Estamos abordando, portanto, como a construção argumentativa a partir da manipulação de elementos filmicos implica um modelo de autoria que se dá pela videografia.

Nesse contexto, é importante ter em mente que os vídeo-ensaios que se popularizaram no YouTube, ao passo que muitas vezes produzem imagens próprias, costumam estar centrados no agenciamento dos arquivos audiovisuais que estão dispostos nas plataformas digitais – dizem respeito, assim, a uma dinâmica de remixagem própria da cultura digital. Se antes da plataformização a ideia de remix já implicava a construção de pensamento em vídeo a partir do agenciamento de diferentes linguagens e poéticas videográficas,

Agora, o segredo das imagens em movimento se encontra desde os *modus operandi* – fluxo-de-trabalho (estratégias e técnicas) de produção específico à Era dos programas – numa montagem audiovisual de objetos intrinsecamente pertencentes à mídia digital (Szafrir, 2018, p. 351).

Os vídeo-ensaios, assim, são possibilitados pelos arquivos midiáticos heterogêneos que compõem as plataformas digitais, bem como os sistemas de recomendação, *engines* de busca e mineração de dados articulados a eles, que informam nossas relações com audiovisualidades.

Quando nos debruçamos sobre vídeo-ensaios,

é notável que as maneiras como eles articulam diferentes materiais na produção de seus vídeos e como desempenham diferentes gestos de edição são aspectos importantes de como eles se singularizam na produção de seus pensamentos ensaísticos. @OraThiago, por exemplo, liderado por Thiago Guimarães, frequentemente organiza seus vídeos em atos, separados por cartelas e efeitos sonoros, e emprega *gifs*, memes, trechos de filmes e músicas, dentre outros artificios, como forma de comentar e evocar sensibilidades sobre os filmes, séries, quadrinhos e livros sobre os quais se debruça. @TralhasdoJon, o Jon Vianna, segue uma estratégia semelhante, mas reitera a arteficialidade quase amadora de seus vídeos, desenvolvendo um apreço pela "tosquice" – agencia imagens com marcas d'água de bancos de imagem, emprega transições parecidas com efeitos de PowerPoint e frequentemente dubla jocosamente trechos de filmes e séries que investiga. Ambos, então, agenciam de formas particulares materiais radicalmente heterogêneos.

@NORMOSE, encabeçado por Kenji, tende a utilizar extensivamente ilustrações, animações, trechos de videocliques e videoartes, e efeitos de *motion graphics*, confundindo as imagens que produz em estúdio com os arquivos midiáticos que reorganiza do mundo audiovisual das plataformas. O uso de animações e as confusões entre design e pós-produção de vídeo, aqui quase indiscerníveis, se somam à performance de Kenji na produção de sua encenação em vídeo. @QuadroemBranco, composto pela dupla Otávio e Henrique Jacks, geralmente se centra na narração em *off* com imagens de filmes, séries e videocliques sendo convocadas e manipuladas – a partir dos usos de câmera lenta, *crop*, reversão etc. – como forma de comentário sobre os produtos. Os seguidores mais ávidos tendem a conseguir diferenciar os dois pelas inflexões de voz, gestos de edição e maneiras de articular os pensamentos, em uma interessante dinâmica em que o acesso às suas performances é desenvolvido sem que apareçam diante das câmeras, centrando-se nos gestos de edição enquanto gestos de autoria.

Ainda que alguns desses canais, como @Ora-Thiago e @NORMOSE, notoriamente trabalhem em coletividade, creditando trabalhadores como editores, por exemplo, as particularidades de seus vídeos fazem parte da expressão de suas singularidades. Não à toa, apesar dos vídeos no @NORMOSE articularem várias vezes a expressão "Nós, aqui do @NORMOSE", fãs e seguidores se referem a Kenji como "o NORMOSE", o que é reiterado pelo perfil @_normose no Instagram, que postula "NORMOSE é Kenji". Há, assim, um reconhecimento de como os vídeos são instâncias que constituem a performance de como Kenji encena a si mesmo.

A vinculação entre vídeo-ensaio e performance não é nova. Em seu artigo de revisão, Campos, por exemplo, menciona que o próprio processo de edição é "a performance do pesquisador vídeo-ensaísta" (Campos, 2023, p. 47). De maneira consonante, Araújo e Teixeira (2020), ao analisarem vídeo-ensaios do canal @EveryFrameaPainting, percebem recorrências estilísticas "na seleção das imagens e na articulação de ideias destas sequências, além da intenção final com cada um destes vídeos-ensaios" (Araújo e Teixeira, 2020, p. 192), e assim, postulam que "estas recorrências permitem a identificação de um estilo que se reflete em autoria" (Araújo e Teixeira, 2020, p. 192). Essas visões compreendem o desempenho de edição enquanto prática performática, o que permite o reconhecimento da autoria nesses processos de construção de vídeo, tomando os procedimentos de edição enquanto "gestos". É nesse sentido que podemos compreender, como sugeriu Szafrin, os "gestos de montagem" como uma experiência de escritura e pensamento: "um espaço e temporalidade de composição da(s) arte(s), a experimentação da montagem audiovisual como design, o projetar artístico em sua complexidade tecnológica, social, política e cultural" (2018, p. 357). Mas, enquanto compreendo que a videografia atua em si como performance, considero importante levar em consideração também os pensamentos sobre performance que têm se voltado de maneira mais direta para as dinâmicas de sociabilidade das ambiências e

plataformas digitais; centrais para pensar videografia no contexto de plataformação.

Videografia como encenação

Em geral, o debate sobre performances midiáticas frisa o papel de saberes incorporados nos trânsitos comunicacionais, mas também os procedimentos pelos quais corporeidades e subjetividades são produzidas a partir da ação. Assim, as teorias da performance compreendem que as ações podem ser enquadradas enquanto performáticas por seus esforços expressivos, dramáticos, ritualísticos, reiterativos, citacionais etc. Interessa mais o que a performance *faz* do que o que *é*, em um âmbito em que a noção de performance enquanto ferramenta analítica visa compreender um estatuto da produção e expressão de si, no qual "encenação" e "verdade" não são postas necessariamente em oposição. Nesse sentido,

Os desafios dos estudos de performance na Comunicação contemplam a superação do binarismo (realidade versus ficção) nos agenciamentos dos corpos, uma vez que a textura das experiências contemporâneas diz respeito à existência de espaços simbólicos e autorreferenciais que nos oferecem possibilidades de subjetivação, capacidades imaginativas e o reconhecimento da própria experiência com a mídia como algo a ser debatido e questionado (Amaral; Soares; Polivanov, 2018, p. 76).

No contexto da cultura audiovisual das plataformas digitais, o debate sobre performances possui muitas implicações diferentes. Juliana Gutmann, por exemplo, reconhece a performance enquanto "possibilidade de apreensão analítica do audiovisual em rede" (Gutmann, 2021, p. 79), frisando como materiais supostamente arquivais – como vídeos no YouTube – aparecem enquanto práticas incorporadas na medida em que são reativados a partir das interações por repertórios corporais plurais. *Likes*, comentários, compartilhamentos e outras maneiras de engajamento, então, se tornam marcas do corpo impressas nas interfaces dinâmicas das plataformas digitais. De outras maneiras, propostas mais investidas na noção de encenação tendem a frisar a importância da teatralidade, que "emerge, portanto, como

aparato para compreender ações de sujeitos num mundo profundamente autoconsciente, reflexivo, obcecado por simulações e encenações em todos os âmbitos sociais" (Soares, 2021, p. 213). A encenação, aqui, se torna maneira de apreender e produzir as ações, sem, porém, atribuir a elas necessariamente um valor de "falseamento", dado que "o simples exercício de olhar a ação do Outro inscreve a teatralidade, colocando a gestualidade desse Outro no espaço do espetacular" (Soares, 2021, p. 217).

Alguns vídeo-ensaios, como os produzidos por @ContraPoints e @PhilosophyTube, por exemplo, colocam a teatralidade no centro da cena, assumindo a performance enquanto meio da construção de seus argumentos. Em seus vídeos, afinal, Natalie Wynn (@ContraPoints) e Abigail Thorn (@PhilosophyTube) frequentemente interpretam diferentes personagens ou personas e usam de maneira evidente estratégias cinematográficas de construção da espacialidade, direção de arte, modulação do som e da voz, dentre outros aspectos, que enfatizam a encenação audiovisual. De maneira semelhante, no vídeo "Revelado: quem é o Normose (e não é clickbait)", postado em 2 set. 2022,⁶ em que @NORMOSE se "revela" pela primeira vez como Kenji, aparecendo diante da câmera e mostrando não ser "o branco, hétero, careca, que muitos de vocês imaginaram", o vídeo articula a remixagem de materiais heterogêneos com uma produção própria de imagem em que Kenji aparece em um estúdio que emula um palco. Esses modos de aparecer – encenando a si mesmo, falando para a câmera e modulando a própria dramaturgia da performance – se somam, assim, aos gestos filmicos que configuram o vídeo. Aqui, trabalhar sobre o vídeo é também trabalhar sobre a própria performance. Portanto, se a videografia possibilita a reflexão sobre o próprio pensamento audiovisual, no contexto das plataformas digitais, ela reflete tanto sobre as audiovisualidades quanto sobre a própria estilização do si mesmo. Gestos vocais, gestos visíveis, enquadramentos, cortes e gestos de

edição aparecem, todos eles, enquanto atos performáticos de construção de si.

É importante reconhecer que, apesar das diferentes maneiras de aparecer que cada produtor de conteúdo audiovisual produz, o vídeo-ensaio do YouTube pode ser tomado como um gênero midiático à medida que "os gêneros midiáticos materializam determinados padrões de gosto e de sensibilidade, os quais norteiam configurações das performances" (Gutmann; Mota Junior; Silva, 2019, p. 76-77). Em geral, vídeo-ensaístas aparecem diante da câmera, se endereçando ao espectador, tornando-se vozes em *off* quando imagens diversas tomam as telas, mas frequentemente aparecendo com os rostos enquadrados em um ambiente interno – palco, estúdio, sala ou escritório –, falando para microfones que muitas vezes são visíveis. Demarco que todos os traços performáticos dessas audiovisualidades – da teatralidade das encenações de si, passando pelos gestos videográficos de edição e remixagem, e incorporando também todas as interações que se dão pelas interfaces das plataformas digitais, como *likes*, comentários e postagens – acabam participando nas produções de si. Nesse contexto,

[...] esses regimes de visibilidade da alta modernidade relacionados diretamente com a dimensão da estética e da aparência são, antes de expressões narcísicas e busca de atenção indiscriminada e constante dos sujeitos, modos através dos quais os atores performatizam e mobilizam reflexivamente seus *selves* (Pereira de Sá; Polivanov, 2012, p. 579).

Evidentemente, esse empreendimento autor-reflexivo da produção de si pelas possibilidades audiovisuais das plataformas digitais se complexifica na medida em que visibilidade e "alcance" se associam às possibilidades de financiamento e monetização dos vídeos. Estamos abordando, afinal, um contexto em que produtores de conteúdo são recompensados de acordo com a quantidade de visualizações de seus materiais e que a quantidade de seguidores, *views*, interações e outras métricas detalhadas produzidas pelas plataformas podem se converter em capi-

⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PmAeOhfNWyg>. Acesso em: 6 ago. 2024.

tal para prospecção de publicidade e parcerias comerciais. Assim, as questões que aparecem pela performance – vinculadas às encenações de si mesmo, à produção das identidades e aos valores associados a elas – se imbricam às possibilidades de capitalização.

Uma postura na performance da videografia

Diante desse panorama, precisamos notar que os gestos videográficos implicam escolhas performáticas que são também negociações dos termos dispostos no mundo audiovisual das plataformas. Assim, as maneiras como as convenções performático-videográficas são rearticuladas e recompostas por cada sujeito de maneira própria importa, pois ajudam a produzir uma postura diante do mundo audiovisual das plataformas. É importante demarcar que os conjuntos de convenções de encenação, que constituem o vídeo-ensaio do YouTube, também são espalhados para outros modelos de "produção de conteúdo" audiovisual, a partir de tradições performáticas que também povoam vídeos curtos no Instagram e TikTok, por exemplo.

Nesse sentido, se as teorias sobre ensaio audiovisual ressaltam que eles pensam as audiovisualidades a partir do próprio desempenho do dispositivo filmico, diante das novas possibilidades de remixagem das plataformas digitais, os gestos videográficos precisam lidar também com os termos disponíveis para se produzir nas redes amplamente. Afinal, são também gestos de produção de um si mesmo. Os termos que precisam ser negociados englobam tanto as políticas específicas das plataformas quanto as convenções e tradições performáticas que se desenvolveram a partir do YouTube.

Ao mencionar uma ética que se articula a partir da produção videográfica, evoco lastros da teoria de Judith Butler sobre o relatar a si mesmo, que compreende que o ato de narrar configura um "eu", que "não tem história própria que não seja também a história de uma relação – ou conjunto de relações – para com um conjunto de normas" (Butler, 2017, p. 18). No caso do vídeo-ensaio, po-

demos compreender que os arquivos agenciados, e os modos como são trazidos, assim como os gestos performáticos e videográficos emplacados pela produção audiovisual, constituem uma espécie de relato, em que sujeitos formulam um si mesmo a partir dos termos (audiovisuais, performáticos e regulatórios) dispostos. Assim, "o relato de si mesmo só pode ser feito por meio de códigos e linguagens que não nos pertencem, que não criamos, que nos precedem e nos excedem, e que também nos moldam" (Janotti; Alcântara, 2018, p. 30). Esses termos, então, precisam ser reconfigurados, atualizados ou rearticulados no ato de ensaiar e, daí, se constrói um exercício ético pela produção de si, em que o sujeito se produz tendo em vista as pressões das interpelações as quais está submetido, que frequentemente atuam de maneira normativa. No caso da produção audiovisual para plataformas, essas pressões implicam desde aspectos valorativos sobre o sujeito às tendências estéticas da cultura audiovisual.

Autores que se dedicaram a debater as estéticas dos audiovisuais no contexto digital, como Carol Vernallis (2013) e os debates sobre montagem já pronunciados por David Bordwell (2002), têm frequentemente frisado como a aceleração é uma das marcas das produções em vídeo digital, o que se acentua a partir dos formatos que emergiram especificamente nas redes. Ambos abordam o aumento do número de cortes e da minúcia da decupagem de vídeo, com gestos sendo esquadrinhados em diferentes planos, em parte por conta das facilidades proporcionadas pelas tecnologias digitais de edição. Outros termos importantes para articular a videografia no contexto das plataformas digitais envolvem os conjuntos de aspectos de distribuição, produção e edição que produzem sensibilidades vinculadas à velocidade.

Se o cinema sempre levantou questões sobre atenção e experiência do tempo, geralmente abordadas pelas discussões sobre montagem, uma percepção sobre aceleração hoje se complexifica porque a relação entre atenção e comoditização é mais diretamente relacionável. No

YouTube, por exemplo, usuários engajam com a plataforma

[...] assistindo a vídeos que foram carregados ou mesmo criados por utilizadores e trocando comentários, ao mesmo tempo que se envolvem em diversas formas de trabalho não remunerado, visualizando anúncios, gerando conteúdos e fornecendo ao YouTube dados valiosos sobre os gostos do público (McCarthy; Zuazu, 2013, p. 538, tradução nossa).

Nesse contexto, em que “ver” confunde lazer e trabalho, e em que a possibilidade de se mover pelos circuitos de audiovisuais está sempre disponível,

[...] a tarefa fordista de reciclar o trabalho através do lazer cinematográfico tornou-se a tarefa personalizada dos sujeitos pós-fordistas que, vivendo constantemente à margem do lazer e do trabalho, aceitam de boa vontade e proativamente o desafio de reciclar a sua própria atenção, ligando-a a uma multiplicidade de objetos disponíveis – curtos, mas unidades audiovisuais independentes para serem combinadas e recombinadas em uma pluralidade de sequências possíveis (Hasselberth; Poulaki, [2016], tradução nossa).

Assim, a compactação das narrativas em seus âmbitos estéticos e produtivos é importante para o modelo de monetização das plataformas digitais de vídeo, pois ajuda a fazer a manutenção da atenção continuada. Notavelmente, muitas das tendências poéticas, estéticas e operacionais observadas pelos debates sobre essas novas tendências videográficas são cruciais para a feitura dos vídeo-ensaios, pois eles precisam se produzir em um contexto em que um conjunto de recursos de aceleração aparece como termos normativos para a produção de vídeo. Afinal, em suas articulações de materiais heterogêneos, e ainda que possam ter durações “longas”, vídeo-ensaios empregam gestos videográficos de intensificação narrativa e drásticas modulações da sensação de tempo, que muitas vezes atendem às dinâmicas estéticas observadas por autoras como Poulaki e Hasselberth ([2016]). Entre as negociações feitas pelos produtores de conteúdo – e devido ao interesse autorreflexivo dos vídeo-

-ensaístas –, as demandas de comoditização, que implicam escolhas poéticas específicas, são frequentemente abordadas nos próprios vídeos.

Negociações nas estéticas audiovisuais

Alguns dos vídeos de @NORMOSE, a exemplo de “como ROUBAR sua ATENÇÃO – Estética do Caos”, postado em 6 dez. 2023,⁷ abordam diretamente as estratégias de cooptação do audiovisual nas plataformas digitais. Nesse vídeo, como é comum nas produções do canal, são convocadas técnicas diversas de edição – que articulam montagem e design – a partir da distorção e recortes de conjuntos heterogêneos de arquivos: sons, trechos de videoarte, imagens de banco de dados, prints, recortes de propagandas, etc. Kenji, o “normose”, fala sobre seu próprio processo criativo, sobre como sua mente funciona e sobre a própria história do seu canal. Em certo ponto, enquanto vemos conjuntos acelerados que intercalam outros vídeos do YouTube junto a imagens de supermercados e trechos de anúncios publicitários de maneira quase indiscernível, sua voz fala que precisou se render aos “clickbaits” e descreve o YouTube como uma “vitrine”: “ali do lado tem os vídeos relacionados, no seu bolso tem o celular, na outra aba uma outra rede social, e aí rapidamente eu perco sua atenção”.

O vídeo – como o próprio Kenji discorre criticamente – é pensado para chamar nossa atenção de tempos em tempos, usando uma série de estratégias videográficas que se articulam com o cenário econômico do próprio YouTube. Essas estratégias envolvem a construção de células narrativas breves, o apreço pelo remix como forma de diversificação constante, e mesmo abordagens vocais e gestuais: “ei, você, ainda está aí?”, Kenji pergunta para a câmera enquanto franze a sobrancelha e se aproxima da lente. Refletindo sobre os termos de sua própria poética, @NORMOSE fala sobre ansiedade e sobre dispersão, e aponta que consumiu o YouTube “desde lá do começo e fui modulado a gostar de conteúdos assim”.

⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rqhHa1dUMu4>. Acesso em: 6 ago. 2024.

Como é comum em outros vídeo-ensaios, em especial os feitos por @OraThiago, @NORMOSE lança mão de recursos de edição, como reenquadramentos, *jump cuts*, *crops* e chacoalhos de imagem que, se sublinham frases e palavras da narração dos vídeo-ensaístas, também modulam o fluxo da fala. Assim, há um conjunto de gestos de corpo e de vídeo que organiza o vídeo temporalmente e que reiteradamente se endereça à manutenção da atenção do espectador. Nesse sentido, estamos abordando um conjunto de gestos que jogam com o que Mariana Baltar e Adil Giovani Lepri (2019) já se referiram como "gestões sensacionalistas", evocando fundamentos que povoam o cinema desde o "cinema de atrações" do começo do século XX, "fundado em torno do *maravilhamento* das máquinas do visível e sua possibilidade de dar a ver o espetáculo do corpo em movimento para uma audiência sempre ávida por entretenimentos sensacionalistas" (Baltar; Lepri, 2019, p. 174).

Essas gestões sensacionalistas frequentemente são utilizadas para fins políticos, a exemplo das sensibilidades evocadas por YouTubers de extrema-direita, como demarcam Baltar e Lepri em seu artigo e o próprio @NORMOSE em vídeos como "como a extrema direita radicaliza jovens com piadas?", postado em 2 ago. 2022.⁸ Nesse contexto, entretanto, se o "sensacionalismo" estimula a excitação e a modulação das sensibilidades, ele não é mero recurso de engajamento que se sobrepõe a uma suposta racionalidade, pois "diz respeito aos modos de permanência e mediação das matrizes populares, as quais sobreviveram e se rearticularam ante o projeto racionalista e domesticador do fluxo sensorial e emocional da modernidade" (Baltar; Lepri, 2019, p. 178).

Notavelmente, vídeo-ensaístas como @NORMOSE, @OraThiago, @TralhasdoJon e @QuadroemBranco, dedicando seus trabalhos a refletirem sobre as formas poéticas de diversos produtos e sobre os aspectos políticos da cultura audiovisual, encenam os problemas políticos que agem pela estética. Nos casos de @NORMOSE e @OraThia-

go, os gestos videográficos e performáticos dos seus vídeos reafirmam os problemas estéticos do YouTube ao mesmo tempo que os expõem. Posto de outra forma, utiliza-se uma série de termos videográfico-performáticos que gerem o sensacionalismo em prol do engajamento político e da captura, ao passo que esses mesmos termos são ressaltados enquanto postura ética de reflexão sobre a cultura audiovisual das plataformas. Nesse contexto, recortes curtos e as distorções de imagem também ajudam a driblar as retaliações por uso indevido de imagens com direitos autorais de grandes corporações.

Nesses vídeos, a estética é narrativizada como um espaço de disputa, e @NORMOSE particularmente compreende que construiu o canal a partir dos "nossos valores", referindo-se a quem trabalha no canal, mas também à comunidade formada a partir dele, ressaltando uma dimensão ética da sua produção. Notavelmente, parte da aposta do @NORMOSE envolve não apenas se render à aceleração demandada pelas plataformas, mas a exacerbar para que se torne notável; estamos falando de vídeos velozes, estilizados, que expõem as sensibilidades já comuns nas plataformas de vídeo. Não à toa, em comentários, um senso de partilha também é construído. "Eu gosto como o normose consegue explicar minha cabeça pra mim mesmo", escreve @lucaslacerda8303. "é pq não tem sua cabeça. é sempre nossa cabeça", responde o @NORMOSE. Assim, produz-se um jogo de alteridade que reconhece a experiência formativa de subjetividades e sensorialidades com a cultura digital.

@QuadroemBranco, no vídeo "Por que não podemos falar do Studio Ghibli", postado em 6 mar. 2024,⁹ segue uma estratégia quase oposta à exercitada por @NORMOSE. Nesse vídeo, afinal, Henrique Jacks fala da demanda de discutir assuntos "quentes" do momento para não ser escanteado pelos sistemas de recomendação do YouTube, mas frisa a tendência "do conteúdo de todo mundo aqui na Internet ficar cada vez mais parecido". Afinal, ele menciona que há "regras,

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CQ3Ke3yU1CY>. Acesso em: 6 ago. 2024.

⁹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=bi_NQUJ2Plo&t=32s. Acesso em: 6 ago. 2024.

travas, gatilhos, daquilo que é, ou daquilo que não é permitido falar, ou principalmente mostrar, aqui no YouTube". O vídeo é introduzido já ressaltando as negociações com a plataforma, argumentando que o "trabalhar com internet pode ser um ofício muito ingrato", e se referindo ao sistema de recomendação do YouTube como um "cálculo que ninguém sabe direito como funciona, mas sabe pra quem trabalha".

Tendo em vista que já recebeu interdições e punições da plataforma ao utilizar imagens do Studi Ghibli, o canal opta por "dilatarse" o trailer do filme *O Menino e a Garça* (Hayao Miyazaki, 2024) para poder debatê-lo. Jacks diz que poderia ter "substituído o vídeo por imagens aleatórias, usando uma gameplay de fundo, ou qualquer coisa assim", frisando a possibilidade de remixar materiais heterogêneos. Mas, já que suas reflexões partem das próprias imagens dos filmes, ele opta por uma outra estratégia: segue uma proposta de "num nível quase desconfortável, esticar as imagens do trailer, não só mudar de ordem, mas deformar elas mesmo". O que temos é um vídeo reflexivo em que a comum aceleração dos vídeo-ensaios é subvertida a partir da dilatação temporal do trailer, de forma que cada frame aparece enquanto uma imagem estática, que cria estranhamento no fluxo de consumo audiovisual do YouTube. O interesse de Henrique Jacks nesse gesto videográfico é de fazer aparecer "pequenos detalhes, cacuetes, pequenas irregularidades" ao passo que também evita as leituras automatizadas sobre direitos autorais do YouTube. O vídeo inteiro, assim, se assenta sobre essas imagens que aparecem a partir da estaticidade, *frame-a-frame*. Notavelmente, Henrique Jacks e Otávio não aparecem diante das câmeras em seus vídeo-ensaios e não empregam os termos performático-videográficos comumente utilizados nas gestões sensacionalistas, esquadrihando arquivos audiovisuais de maneira mais comedida – alterando-os e os reconstruindo, mas sem agenciar a heterogeneidade dos memes, *gifs*, e demais formatos de imagem e som.

Assim, é notável que as poéticas dos canais são moduladas a partir das negociações que eles

estabelecem com as diretrizes e interdições do YouTube, mas também com as normas éticas que eles compreendem que são importantes para si. Esses aspectos são experienciados a nível estético no contato com os vídeos, mas são exacerbados pela maneira como os vídeo-ensaios narram o próprio trabalho enquanto um esforço de negociação com a governança das plataformas e com as próprias questões estéticas da cultura audiovisual, a partir das quais se informam para produzir suas poéticas. De certa forma, seus vídeos desempenham formas de exercitar uma ética que age em suas poéticas, no sentido de que partem de esforços de negociação com as normas e com a possibilidade de encontrar alternativas para elas. Isso pode implicar o engajamento acentuado com gestões sensacionalistas e com as sensibilidades dos vídeos compactos, acentuando a aceleração associada à economia da atenção no YouTube, mas também a experimentação com as possibilidades de lentidão e distensão do tempo. Ambas as possibilidades, dentre outras, passam a ser importantes para como cada um dos canais é valorado a partir de suas posições.

Dinâmicas expressivas do financiamento

No passo em que os gestos performático-videográficos são apresentados e tomados enquanto espaços de negociação, os valores que se produzem sobre os sujeitos são também regulados a partir das expectativas sobre coerência que são importantes nas plataformas digitais. Ao debater o *self* enquanto empreendimento autorreflexivo nas redes digitais, Polivanov e Pereira de Sá (2012) argumentam que a coerência aparece tanto como uma pressão a quais os sujeitos estão submetidos quanto um norte moral que atua nas suas produções. Butler (2017) também compreende que um esforço pela continuidade do sujeito é um aspecto central para a produção e valoração dos seus relatos. Ou seja, a coerência, enquanto instância que norteia a produção dos sujeitos e também a avaliação de suas performances, é um esforço narrativo (por parte dos sujeitos que performam)

e um modelo normativo de reconhecimento do outro (por parte de quem os enquadra). Nesse contexto, só podemos compreender a coerência a partir da articulação entre diversos arranjos, dos gestos involuntários ao desejo de produzir continuidade. Assim, a coerência é sempre precária, pois é ameaçada pelas inevitáveis inconstâncias das performances, que sempre possuem alguma opacidade.

No caso do audiovisual das plataformas, para além das poéticas implementadas na videografia, a coerência é frequentemente produzida e avaliada a partir da transparência sobre os interesses econômicos dos produtos. Nesse sentido, as relações comerciais passam a importar na medida em que também implicam tomadas de decisões que são passíveis a serem avaliadas pelos enquadramentos da performance, agenciando valores sobre autenticidade, coerência e ética. Por conta da encenação autorreflexiva dos vídeo-ensaios, isso ganha dimensões mais evidentes porque o assunto é frequentemente pautado pelos canais em seus vídeos.

No vídeo anteriormente citado do @QuadroemBranco, por exemplo, Henrique Jacks já inicia o vídeo-ensaio indicando que "sem o nosso [Apoia.se](#) seria impossível manter o canal vivo". Ele está se referindo a uma outra plataforma externa ao YouTube que possibilita serviços de assinatura continuada, com valores mensais, em que o público pode financiar coletivamente a produção dos canais. Na descrição do vídeo, um *link* leva para o perfil do projeto no [Apoia.se](#),¹⁰ e evidencia que a assinatura dá acesso a recompensas como vídeos exclusivos e participação em grupos fechados que garantem comunicação mais direta com os idealizadores do canal. @OraThiago e @TralhasdoJon, que também têm perfis no [Apoia.se](#),¹¹ oferecem recompensas parecidas, como inclusão nos créditos dos vídeos, acesso a boletins exclusivos e participação em canais do Telegram, dependendo dos valores de assinatura. @NORMOSE, que recorre à plataforma [Catarse.me](#),¹²

também oferta um modelo de financiamento coletivo que conta com ainda mais diversificação de planos de assinatura, com recompensas que incluem participação em grupos do Telegram, *lives* exclusivas para apoiadores, descontos na loja de produtos do canal, sorteio de convites para eventos do @NORMOSE, *pins* comemorativos para quando se bate meta de tempo de contribuição e ainda o direito de pautar vídeos.

Dentre as estratégias empregadas para garantir transparência, os textos dispostos nas plataformas de financiamento parecem ser importantes, pois possibilitam um espaço de justificativa e apresentação dos canais. Enquanto @OraThiago indica que o apoio permite "conteúdo de qualidade e bem pesquisado", @QuadroemBranco ressalta que a meta do financiamento é "realizar o *sonho* de viver apenas do nosso conteúdo, garantir nossa *autonomia* em relação ao algoritmo, ter *liberdade* para falar sobre o que realmente quisermos". @NORMOSE menciona o objetivo de "explodir a bolha acadêmica" e fala em "combate às trevas do youtube, através do diálogo". Portanto, a busca pelo financiamento coletivo para além do YouTube e a maneira como esse recurso é narrativizado reconhece nele a possibilidade de driblar as negociações inerentes às plataformas, que são enquadradas a partir de concessões que poderiam afetar a postura ética dos vídeos, ressaltando a importância de um modelo de financiamento pautado na coletividade.

A coerência da postura dos canais é, entretanto, frequentemente desafiada pelas relações que estabelecem com corporações a partir de vínculos publicitários. A monetização direta dos vídeos pelo YouTube é ameaçada, afinal, quando o conteúdo é marcado como impróprio e, mesmo nos canais que conseguem parecer emplacar bem a monetização, como @NORMOSE, esta renda é narrada como insuficiente para sustentar a produção. O financiamento coletivo, ainda que profícuo, não parece bater as metas de custeio estipuladas pelos produtores de conteúdo. Nesse

¹⁰ Disponível em: <https://apoia.se/quadroembranco>. Acesso em: 6 ago. 2024.

¹¹ Disponível em: <https://apoia.se/orathiago>; <https://apoia.se/tralhasdojon>. Acesso em: 6 ago. 2024.

¹² Disponível em: <https://www.catarse.me/normose>. Acesso em: 6 ago. 2024.

sentido, a publicidade – que se vale da possibilidade de extrair métricas precisas dos vídeos, de quantidades de visualizações a perfis demográficos do público – aparece como uma opção viável (e estimulada pela lógica das plataformas) para financiamento. Em geral, estamos falando de propagandas que passam a fazer parte da composição dos vídeo-ensaios, em que são anunciadas marcas, articulando-as às suas narrativas. A questão central aqui é conseguir estabelecer parcerias que não ameacem as posturas éticas dos canais – especialmente críticos aos problemas do neoliberalismo – e que se vinculem, de alguma forma, aos seus projetos políticos.

@OraThiago, por exemplo, frequentemente anuncia a Escola Britânica de Artes Criativas e Tecnologias, que é voltada para formação profissional nas indústrias criativas. Ele frisa, em plataformas como X e Instagram, que escolhe suas parcerias comerciais a partir de princípios éticos. @NORMOSE, a partir do momento em que se “revela” diante das câmeras, mostrando ser o Kenji e evocando modelos dissidentes de masculinidade, também passa a compor parcerias comerciais com empresas como a Manual, voltada para tratamento de calvície. Nos dois casos, é importante demarcar como essas parcerias só são possíveis uma vez que a performance produz a identidade desses sujeitos, tornando-as passíveis à capitalização.

Diante desse panorama, é importante notar que os esforços videográficos frequentemente envolvem a articulação de marcas e outras plataformas, que aparecem a partir da encenação de narrativas sobre o si mesmo, assim como da exposição das negociações com as plataformas. Nesse sentido, os vídeo-ensaios muitas vezes ressaltam os conflitos que os produtores enfrentam na expressão das próprias identidades em articulação às demandas comerciais dos seus trabalhos, que envolvem a formação de comunidades que atravessam o YouTube, mas também o Instagram, o TikTok, o X, o [Apoia.se](#), o [Catarse.me](#) e os canais do Telegram. Seguir modelos de financiamento que conflituem com as sensibilidades evocadas nos audiovisuais pode

gerar conflitos nas identidades dos produtores de conteúdo, criando, assim, problemas em como suas performances são valoradas.

As performances das plataformas

No seu seminal artigo sobre “plataformização”, Poell, Djick e Nieborg (2020) mencionam como o termo “plataforma”, nos seus primeiros usos, para designar sites de redes sociais, parecia nominar uma estrutura plana que possibilitava interações diversas entre usuários, elevando as pessoas ao protagonismo. Como efeito, obliterava-se o papel das suas infraestruturas tecnológicas e seus modelos de negócios, pautados na datificação das interações. Com a difusão dos discursos críticos às plataformas, e na medida em que suas infraestruturas passam a se tornar mais ressaltadas no debate público, “o termo algoritmo parece ter deixado de ser um jargão computacional e passou a ser *o outro* das nossas escolhas e diferentes hábitos, como o consumo musical” (Moreira; Araújo; Polivanov, 2024, p. 6). Posto de outra forma, o “algoritmo” aparece como uma espécie de personagem a partir do qual se reconhece as ações das plataformas digitais, o que é ressaltado pela “existência pública desses sistemas nos discursos corporativos que buscam promovê-los por meio das ênfases em suas funções” (Moreira; Araújo; Polivanov, 2024, p. 7). Diante desse contexto, é notável que as poéticas audiovisuais, ao moldarem suas formas videográficas a partir das negociações com o que entendem como as demandas das plataformas, abordam o “algoritmo” enquanto um agente importante para a construção dos vídeos. Afinal, funcionando como metonímia das ações diversas das plataformas, o “algoritmo” é o responsável pelos impulsionamentos, silenciamentos, desmonetizações, derrubadas de vídeos e detecção de infringimento de direitos autorais ou diretrizes de comunidade; enfim, de um conjunto de sanções às quais produtores de conteúdo de vídeo estão submetidos.

Nesse sentido, a encenação das interdições das plataformas também ajuda a produzir os valores que são fomentados dentro das comunidades

que cada canal forma. No campo das autorregulações, silenciar palavras consideradas sexuais ou de baixo calão – para evitar a desmonetização dos vídeos –, censurar nudez ou violência em trechos de filmes e frisar discursivamente que não podem discorrer sobre determinados temas são formas de alegorizar a ação das plataformas sobre seus trabalhos. Os cortes curtíssimos e distorções de imagens empregados para não ferir direitos autorais são recursos centrais da videografia no contexto de plataformização e indicam o temor pela leitura automatizada que reconhece as supostas infrações. As constantes “derrubadas” de vídeo e o entendimento de que o alcance dos vídeos está sendo reduzido por determinadas posições políticas, como narram @NORMOSE e @QuadroemBranco, são também formas de frisar os embates com as plataformas. Muitas vezes, essas negociações são irônicas. @TralhasdoJon, por exemplo, no vídeo “Como COPPOLA desconstruiu o DRÁCULA de BRAM STOKER”, postado em 31 nov. 2019,¹³ cobre seios femininos extraídos de filmes empregando recortes de torsos masculinos, o que não só chama atenção para a regulação de nudez, como mostra sua incongruência em termos de gênero. Temos, assim, maneiras de censurar os vídeos que se singularizam a partir de gestos videográficos. Para além desses aspectos, as regulações das plataformas são reconhecidas também quando o público percebe que um dos vídeos foi repostado ou editado por conta da desmonetização do YouTube, que pode vir a marcar conteúdos homoeróticos, por exemplo, como impróprios. O vídeo de @TralhasdoJon sobre Drácula, publicado originalmente em 2017, inclusive, foi marcado como impróprio pelo YouTube – o que Jon expõe ao repostá-lo em 2019.

Nesse contexto, esses conjuntos de ações automatizadas da plataforma – que convocam gestos como a repostagem e as autorregulações que passam a compor a prática videográfica – importam. Afinal, parece haver um reconhecimento de que as plataformas também perfor-

mam. Quer dizer, as plataformas produzem ações que, aparecendo como interdições, modulam as possibilidades videográficas dos YouTubers: que materiais podem usar, por quanto tempo, que termos podem falar, que duração devem ter seus vídeos, que temas devem abordar. Ainda que muitas vezes as especulações de que um vídeo teve seu alcance limitado seja mais uma impressão do que algo passível de comprovação, é importante notar que as maneiras como essas interdições são percebidas mobilizam os valores dos sujeitos. No vídeo de @TralhasdoJon, por exemplo, @Artur123476 especula que o “algoritmo” detecta a palavra “sexo” e marca o vídeo como impróprio, e continua para afirmar criticamente que “we live in a society que realmente precisa de educação sexual”. A repostagem de vídeos “derrubados”, assim como a recusa a censurar termos relacionados a sexo e gênero, como comumente exercita @OraThiago e @TralhasdoJon, aparece como uma espécie de desafio às leituras automatizadas do “algoritmo”. No vídeo de @QuadroemBranco sobre o Studio Ghibli, @Sarahisatitagain lamenta um vídeo antigo que foi “derrubado” pelo YouTube por infringir políticas de direitos autorais, e prossegue dizendo que “se você algum dia puder postar ele novamente, mesmo que num Patreon ou Nebula, eu ficaria extremamente feliz em contribuir e poder assistir novamente aquele vídeo”. Assim, as comunidades formadas em torno dos conteúdos parecem produzir sentidos que reconhecem e valoram criticamente a agência das plataformas.

Considerações finais

Ao passo que a videografia é mecânica de interação e formação de redes, os gestos videográficos são constituídos como performances que encenam modos particulares de engajamento com os audiovisuais. Evidentemente, essas performances são importantes para como os sujeitos se singularizam e disputam espaço, tanto para fins financeiros quanto simbólicos. É nesse contexto que podemos compreender que

¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HmR6g4GkqpU&t=20s>. Acesso em: 6 ago. 2024.

a produção videográfica lida com negociações intrínsecas à cultura audiovisual, dado que encena os entraves entre submissão e resistência aos termos regulatórios e às sensibilidades espraçadas pelas plataformas.

Essa exposição das negociações, que se materializa tanto nas poéticas dos vídeo-ensaios quanto nas comunidades formadas pelos canais, acaba impactando como se compreende as narrativas de disputa dos vídeo-ensaiistas. Derubadas de vídeo, discussões sobre economia da atenção ou a censura de imagens ajudam a compor o roteiro de que os produtores estão em disputa com a governança do YouTube. Estamos debatendo, afinal, um contexto em que a identidade é fruto de um processo autorreflexivo, em que "o conceito de autenticidade deve ser entendido não enquanto verdade ontológica, mas como uma 'história partilhada', construída pelo ator e negociada com outros" (Pereira de Sá; Polivanov, 2012, p. 580-581). Assim, valores relacionados à identidade e coerência precisam ser propostos também enquanto uma história partilhada, pois são tanto atribuídos aos vídeos quanto reivindicados por eles, sendo reforçados pela própria plataforma, que os condiciona, impulsiona e policia. Essas dinâmicas demandam enquadramentos teóricos que sejam capazes de articular diferentes aspectos, muitas vezes contraditórios, das audiovisualidades. Assim, sintetizo meu mapeamento em pistas teóricas que imbricam videografia e performance.

A primeira pista implica compreender que a atuação dos sujeitos nas plataformas digitais precisa ser pensada por um viés performático-videográfico. Nesse contexto, a articulação entre videografia e performance deve levar em conta suas diversas instâncias – do uso da interface à teatralidade da produção de si. Aqui, os gestos de interação, edição, curadoria, design, voz e corpo são performances em si, e se articulam a partir das experiências formativas de quem videografa ao passo que também estimula novas vinculações, mobilizando comunidades de gosto e sentidos de pertencimento.

Como segunda contribuição, compreendo

que os gestos performático-videográficos são negociações de diferentes ordens, articulando capitalização, valores sobre o sujeito e estética. Afinal, imagens e sons possuem aspectos simbólicos e estéticos, mas também são passíveis de serem tomados como dados esquadriháveis, e sua mobilização opera essas dimensões em conjunto: são simultaneamente ferramentas de interação, modos de expressão de si, objetos de desejo, instrumentos de capitalização etc. A composição videográfica deve ser pensada, então, enquanto um conjunto de tomadas de posições – frequentemente autorreflexivas – que lida com dilemas éticos sobre as sensibilidades que produz e sobre os modelos informacionais e financeiros que operam nas plataformas.

Finalmente, podemos atestar que as interdições das plataformas e os modelos de financiamento a elas associadas possuem um caráter expressivo. Afinal, as poéticas dos vídeos são pautadas pelas ações regulatórias das plataformas, que ganham sentido a partir de como se vinculam às encenações de si. O financiamento também se articula com as demandas de produção de coerência, engendradas a partir da vinculação entre visibilidade (própria da dinâmica da performance) e vigilância (como nas pressões por coerência).

Diante dessas três pistas, cabe agora que elas sejam recolhidas, seguidas, reexploradas, des-trinchadas; que seus rastros se espalhem para outras direções, que façam ver outros caminhos. Pelas telas de televisores e celulares, para além do YouTube e do vídeo-ensaio. Por dancinhas, dublagens, *trends*, *reels*, *stories*, nesse contexto em que "produzir", "gravar", "editar", "mixar", "compartilhar", "comentar", "replicar", "duetar", "curtir", "dublar", "reagir", "cortar", "remixar", "salvar", "postar", "assistir", "testar", "printar", dentre outras ações, são termos que nomeiam mutuamente operações de vídeo, performance e interação. Que descrevem, enfim, os gestos videográfico-performáticos amplamente.

Referências

AMARAL, A.; SOARES, T.; POLIVANOV, B. Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 63-79, jan./abr. 2018.

ARAÚJO, D.; VILELA TEIXEIRA, L. G. Estilo e Autoria no Vídeo-Ensaio: um voo rasante sobre o canal Every Frame a Painting. *Parágrafo*, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 179-193, 2020.

ARAÚJO, W. F.; MOREIRA, A. C.; POLIVANOV, B. Escuta Datificada de Música – educabilidade algorítmica e performance de gosto em plataformas de streaming musical. *Galáxia*, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 1-23, 2024.

BALTAR, M.; LEPRI, A. G. Gestões sensacionalistas: as atrações e o audiovisual no YouTube. *MATRIZES*, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 169-189, 2019.

BARROS, L. M.; SANTOS, L. M. O ensaio audiovisual como jogo discursivo, narrativa expandida e experiência estética interacional. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, [s. l.], v. 16, n. 30, p. 112-123, 2019.

BORDWELL, D. Intensified Continuity: Visual Style in Contemporary American Film. *Film Quarterly*, Berkeley, v. 55, n. 3, p. 16-28, 2022.

BUTLER, J. *Relatar a si mesmo – crítica da violência ética*. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

CAMPOS, R. O estado de coisas. Notas sobre o vídeo-ensaio na pesquisa acadêmica em audiovisual no Brasil. *Ñawi*, Guayaquil, v. 7, n. 2, p. 35-50, dez. 2023.

GUTMANN, J. F. *Audiodiscurso em rede – derivas conceituais*. Belo Horizonte: Fafich: Selo PPGCOM/UFMG, 2021.

GUTMANN, J. F.; MOTA, E.; SILVA, F. M. da. Gênero midiático, performance e corpos em trânsito: uma análise sobre dissidências da conversação televisiva em canais no YouTube. *Galáxia*, São Paulo, n. especial 1, p. 74-86, maio 2019.

HESELBERTH, P.; POULAKI, M. Compact Cinematics. Em: *NECSUS. European Journal of Media Studies*, [s. l.] v. 5, n. 1, p. 131-147, 2016.

JANOTTI JUNIOR, J.; ALCÂNTARA, J. A. O videoclipe na era pós-televisiva: questões de gênero e categorias musicais nas obras de Daniel Peixoto e Johnny Hooker. Curitiba: Appris, 2018.

MCCARTHY, D.; ZUAZU. A Gaga-World Pageant: Channeling Difference and the Performance of Network Power. In: VERNALLIS, C.; HERZOG, A.; RICHARDSON, J. *The Oxford Handbook of Sound and Image in Digital Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013. p. 534-550.

PEREIRA DE SÁ, S.; POLIVANOV, B. Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais. *Contemporânea – Comunicação e Cultura*, Salvador, v. 10, n. 3, p. 574-596, 2012.

PEREIRA DO VALE, M. A. O impacto da produção de vídeo-ensaios nas mídias digitais. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 41., 2018, Joinville. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2018.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DJICK, J. Plataformização. *Fronteiras – estudos midiáticos*, [s. l.], v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

SOARES, T. Abordagens Teóricas para Estudo da Teatralidade em Performances Midiáticas: Dramas, roteiros, ações. *ALCEU*, [s. l.], v. 21, n. 43, p. 210-227, 2021.

VERNALLIS, C. Accelerated Aesthetics: a new lexicon of space, time and rhythm. In: VERNALLIS, C.; HERZOG, A.; RICHARDSON, J. *The Oxford handbook of sound and image in digital media*. Oxford: Oxford University Press, 2013. p. 707-731.

SZAFIR, M. Composição: Ensaio em 03 Movimentos. *ouvirOUver*, [s. l.], v. 14, n. 2, p. 340-360, 2018. DOI: 10.14393/OUV23-v14n2a2018-7. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/ouvirouver/article/view/45691>. Acesso em: 25 nov. 2023.

Daniel de Andrade Lima

Doutor e mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), em Recife, PE, Brasil, na linha de pesquisa Estética e Culturas da Imagem e do Som. Especialista em Sistema Laban/Bartenieff de estudos do movimento pela Faculdade Angel Vianna, no Rio de Janeiro, RJ, Brasil; bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, pela UFPE. Integra o Grupo de Pesquisa Comunicação, Música e Cultura Pop (GruPOP), na UFPE. Professor substituto no Núcleo de Design e Comunicação do Campus Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), PE, Brasil.

Endereço para correspondência

Daniel de Andrade Lima

Av. Bernardo Vieira de Melo, 5392, AD 81

Candeias, 54450-20

Jaboatão dos Guararapes, PE, Brasil

Os textos deste artigo foram revisados pela SK Revisões Acadêmicas e submetidos para validação do autor antes da publicação.