

Gestões sensacionalistas: as atrações e o audiovisual no YouTube¹

Sensational managements: attractions and YouTube videos

MARIANA BALTAR^a

Universidade Federal Fluminense, Programa de Pós-Graduação em Cinema e Audiovisual, Departamento de Cinema e Vídeo. Niterói – RJ, Brasil

ADIL GIOVANNI LEPRI^b

Universidade Federal Fluminense, Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual. Niterói – RJ, Brasil

RESUMO

Este artigo argumenta por uma aproximação entre a espetatorialidade e estética do audiovisual na web e a experiência do cinema de atrações. A partir da análise de um caso em particular, mas que parece sintomático, pretendemos demonstrar como a retórica encontrada em boa parte dos audiovisuais do YouTube faz uso intenso do endereçamento direto ao espectador, da força performática da imagem e do corpo em movimento para a câmera e da lógica do excesso que marca o sensacionalismo, através de uma espetatorialidade participativa, fragmentária e errante. Essas características revelam permanências do regime de atrações nesses audiovisuais, bem como a força política de uma gestão moral a partir das estratégias sensacionalistas.

Palavras-chave: Cinema de atrações, espetáculo, Youtube, manifestações políticas

ABSTRACT

This article argues that web-based audiovisual spectatorship and aesthetics entail some level of proximity with the cinema of attractions. We focus on a particular case study, that seems symptomatic, to demonstrate how the common rhetoric found in most YouTube videos makes intense use of performatic image and moving body towards the camera, directly addressing the spectator and the aesthetic excess associated with sensationalism. Such elements convey a participative, erratic and fragmentary spectatorship. It is such characteristics that lead us to perceive such videos as a persistence of the regimen of attractions, as well as understand the implications of a sensationalist management of contemporary political debate.

Keywords: Cinema of attractions, spectacle, YouTube, political manifestations

¹ Uma versão deste artigo foi apresentada ao Grupo de Trabalho Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual do XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte – MG, 5 a 8 de junho de 2018. Agradecemos aos colegas de GT pelas contribuições para a ampliação e revisão deste artigo. As reflexões empreendidas aqui coadunam parte das pesquisas de doutorado de Adil Lepri, desenvolvida no PPGCine/UFF e de Mariana Baltar, bolsista CNPQ (PQ-2), através do programa Pesquisador Colaborador desenvolvido em 2018 junto à ECA/USP.

^a Professora do Departamento de Cinema e Vídeo da Universidade Federal Fluminense. Orcid: 0000-0002-2314-2015. E-mail: marianabaltar@gmail.com

^b Mestre em comunicação e doutorando em Cinema e Audiovisual pela Universidade Federal Fluminense. Professor substituído da Universidade Federal do Rio de Janeiro, no curso de Rádio e TV. Orcid: 0000-0002-2718-2743. E-mail: adillepri@gmail.com

INTRODUÇÃO

IMAGENS E SONS EM MOVIMENTO se ramificaram em diversos formatos e produtos de apelo ao público, configurando lucrativas formas de entretenimento e espetáculo que atravessaram a experiência cotidiana dos sujeitos. Ao longo do século XX, pelo menos depois da sua primeira década, a forma majoritária do entretenimento através de imagem e som em movimento era o cinema – entendendo-se por isso a exibição coletiva e pública de produções hegemonicamente narrativas (ênfase no termo hegemonicamente, uma vez que, sabe-se, o filme narrativo não era, nem de longe, a única forma do cinema). As primeiras décadas do século XXI viram florescer um supostamente novo regime de produções e espetatorialidade, com os produtos audiovisuais sendo realizados e compartilhados na web para consumos cada vez mais intensos, individuais e fragmentados.

Contrários ao discurso que preconizava a morte do cinema, o qual parecia imperar na segunda década do XXI, Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2009) afirmavam que a cultura midiática do mundo globalizado capitalista entrava na era do hiper cinema, constituindo o que os autores chamam de cultura telânica; uma era onde a tela toma o espaço total e cotidiano e a forma cinema se multiplica, fragmenta e segue sendo o lócus onde se projetam desejos e sonhos da vida societária: “Tela de vídeo, tela em miniatura, tela gráfica, tela nômade, tela tátil: o século que começa é o da tela onipresente e multiforme, planetária e multimidiática” (p. 12).

O objetivo geral deste artigo é argumentar por linhas de aproximação entre a espetatorialidade e estética do audiovisual na web e a experiência do cinema de atrações. Nossa reflexão se sustenta a partir da análise de um caso em particular, mas que nos parece sintomático do que hegemonicamente se apresenta como produtos audiovisuais no contexto da web, em particular, na plataforma YouTube². Evidentemente, outras realizações audiovisuais circulam na internet – e merece destaque aqui a crescente produção de documentários interativos e webséries – contudo, parece-nos que um modo central de consumo de audiovisual produzido diretamente para a espetatorialidade da internet se dá numa apreensão principalmente via YouTube.

Embora nossa aposta seja na aproximação entre o regime de atrações e o modo de mostrar e ver dos vídeos no YouTube, é preciso destacar que a produção audiovisual presente na plataforma é extremamente ampla e diversa. Classificar diferentes gêneros, ou formatos, dentro do contexto do site se mostra uma tarefa impossível de ser cumprida, ou mesmo infértil, no sentido de, a despeito da diversidade e da aparente simplicidade estética e técnica da maioria dos vídeos postados na plataforma, o convite a uma dimensão participativa do sujeito

² O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos fundada em 2005 e comprada pelo Google em 2006. O site possui uma série de funcionalidades de interação entre os usuários, sempre a partir dos vídeos postados, com espaços para comentários e ferramentas de compartilhamento em outras redes sociais, privilegiando uma lógica na internet conhecida como web 2.0, em que a interação entre os usuários é o centro do seu funcionamento. O YouTube não é a única plataforma voltada para compartilhamento de vídeos, outras como Vimeo, Daily Motion e Twitch também oferecem um ambiente para upload e transmissão de vídeos ao vivo, porém o YouTube segue sendo o mais acessado com mais de 1 bilhão de usuários, segundo dados da empresa.

ordinário permear a ampla maioria dos objetos. Burgess (2014) toca nesse assunto ao analisar o que ela chama de gênero “bedroom music”, presente no YouTube, que consiste em uma construção estética aparentemente amadora na qual um indivíduo aparece em quadro, em geral no quarto ou algum outro cômodo de sua casa, executando algum instrumento para a câmera. Nesse sentido, listar os vários exemplos presentes pode ser útil, mas apenas no sentido de ressaltar a compreensão do modo como a emergência de novos formatos na plataforma opera. Como exemplo de distintos formatos, teríamos os vários vídeos educacionais e tutoriais, os quais privilegiam formas diferentes de ensino, muitas vezes calcadas em uma aproximação com a cultura pop e com o entretenimento em geral³; os canais focados na produção de conteúdo de notícias e documental em geral, atendo-se a durações pequenas de vídeo e formatos dinâmicos de edição e uso do videografismo⁴ etc. Esses formatos sofrem de forma dinâmica – através do caráter participativo, fragmentário e errante desses audiovisuais – uma intensa hibridização e mistura, justamente por causa do tipo de circulação e troca na qual a plataforma está calcada.

Nos mais de dez anos de existência da plataforma, esta foi se consolidando cada vez mais como uma esfera de compartilhamento das expressões dos indivíduos – sempre ávidos em se fazerem existir a partir da produção de sua autoperformance e visibilidade. A plataforma também foi se tornando a esfera privilegiada de manipulações políticas disfarçadas de meras expressões individuais e banalidades cotidianas. Além de, acreditamos, ser possível depreender certo modo estético recorrente nas produções audiovisuais capaz de intensificar tais efeitos políticos no uso amplo de uma retórica sensacionalista. São muitos os trabalhos acadêmicos sobre a plataforma – sua trajetória, suas formas de negócio, os fenômenos dos *Youtubers* e outros sujeitos comuns alçados ao estatuto de celebridades⁵ –, porém poucos são os trabalhos dedicados a pensar a partir do arcabouço teórico das análises da imagem e da espetatorialidade, conectando o fenômeno com uma larga trajetória de entretenimentos populares sensacionalistas da qual o cinema, em muitas medidas, faz parte.

A retórica comum encontrada na maioria dos audiovisuais do YouTube faz uso intenso do endereçamento direto ao espectador, da força performática da imagem e do corpo em movimento para a câmera e da lógica do excesso que marca o sensacionalismo. O regime de espetatorialidade hegemônico na plataforma privilegia tal retórica sensacionalista, pois esta é, como sabemos desde o final do século XIX, muito eficaz na captura da atenção sensorial e emotiva do público e do consumidor⁶.

Há toda uma discussão sobre o conceito de performance perpassando não apenas os formatos artísticos conhecidos como as artes das performances, mas

³ Canal Nerdologia. Recuperado de <https://www.youtube.com/user/nerdologia>. Canal Nostalgia. Recuperado de <https://www.youtube.com/user/fecastanhari>.

⁴ Canal da TV Folha. Recuperado de <https://www.youtube.com/user/Folha>. Canal da Agência Pública. Recuperado de <https://www.youtube.com/user/apublica>.

⁵ Apenas para citar alguns desses trabalhos de referência, temos o livro de Michael Strangelove, *Watching YouTube: extraordinary videos by ordinary people* (2010); o trabalho de Lev Manovich em *The language of new media* (2002) é basilar, assim como a pesquisa de Burgess e Green apresentada no livro *YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade* (2009). Ou mesmo artigos apresentados em diversos encontros da Compós ao longo dos anos, tais como “Videotrash: o YouTube e a cultura do ‘Spoof’ na internet”, de Erick Felinto (2007), apresentado no GT Comunicação e cibercultura; “A construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube”, de Sônia Montañó (2016), apresentado no GT Cultura das Mídias; “Consumo midiático: youtubers e suas milhões de visualizações. Como explicar”, de Clotilde Perez e Eneus Trindade (2017), apresentado no GT Consumo e Processos de comunicação; e o artigo de Lígia Lana (2015), apresentado no GT Estudos de Televisão, “É muito íntimo: vlogs femininos, fama e linguagem televisiva no YouTube”. Embora sejam contribuições fundamentais, nenhum destes trabalhos percebe ou enfatiza os vínculos da plataforma com a história dos entretenimentos populares e sensacionalistas modernos da qual o cinema é um meio e mediação protagonista.

⁶ Ultrapassa os limites deste artigo se debruçar sobre esse argumento das relações de eficácia do sensacionalismo e do excesso na captura e estímulo do sujeito moderno. Nesse sentido, nos remetemos ao livro organizado por Leo Charney e Vanessa Schwartz, *Cinema e invenção da vida moderna*, em especial o artigo de Ben Singer (2001). Atravessando tal ideia, está o seminal ensaio de Georg Simmel, “Metrópole e a vida mental”. Também remetemos às formulações sobre o excesso e a pedagogia das sensações desenvolvidas por Mariana Baltar (2012).

⁷ “Na performance, a intenção vai passar do *what* para o *how* (do que para como). Ao se romper com o discurso narrativo, a história passa a não interessar tanto e sim, como “aquilo” está sendo feito. Essa intenção reforça uma das características principais da arte da performance e de toda a *live art*, que é o de reforçar o instante e romper com a representação” (Cohen, 2002, p. 66).

⁸ Alguns textos em português empregam a expressão “comportamento restaurado” para traduzir o termo de Schechner “restored behavior”; contudo, preferimos a tradução presente na edição brasileira do livro de Diana Taylor (2013), no qual a tradutora emprega o termo reiterado ao invés de restaurado.

também o entendimento, na linha do proposto por Erving Goffman (1959), de que todas as relações sociais e interações subjetivas são atos de performance. Não cabe aqui estender de modo muito amplo essas reflexões, mas demarcar que tomamos neste artigo o termo vinculado a: 1) uma torção no campo das artes capaz de evidenciar e privilegiar o como as ações e obras são realizadas e o corpo em ação em um reforço “àquilo que está sendo feito” (Cohen, 2002, p. 66)⁷; 2) uma forma de ver ações e práticas cotidianas enquanto performances – nesse sentido, conforme indica Diana Taylor (2013), trata-se de uma lente metodológica e epistemológica que permite ver todas as ações (teatrais ou mesmo as mais cotidianas e supostamente naturais) como “comportamentos reiterados”⁸ (Schechner, 2006); ou seja, ensaiadas e apreendidas. Mais adiante no artigo, quando estivermos detalhando o conceito de cinema de atrações, retomaremos de modo pontual uma discussão maior com o conceito de performance.

Interessa-nos, sobretudo, demarcar como o endereçamento ao espectador e a ênfase em uma retórica sensacionalista e do excesso, a qual intensifica os diálogos entre o corpo na tela e o corpo do espectador, são características centrais do audiovisual na plataforma YouTube e, acreditamos, como tais características fazem encarnar aspectos políticos do cotidiano sob a couraça da banalidade e do efeito de real, acabando por mobilizar julgamentos simplistas e morais. Nos últimos anos, em meio a golpes parlamentares e judiciais e a um acirramento da crise política, o Brasil viu surgir nas redes sociais, especialmente no YouTube, uma enxurrada de vídeos feitos pelos usuários como contraponto ao discurso audiovisual produzido pela mídia hegemônica. À direita ou à esquerda, tais vídeos buscam expressar para a população o entendimento do sujeito ordinário, traduzindo assim a complexa tensão política em polaridades de cunho moral de intenso e imediato engajamento, apreensão e identificação. Há, argumentamos, uma dimensão de regulação política quase inerente ao fluxo do sensacional e que perpassa o audiovisual na web.

O audiovisual é importante instrumento de registro de manifestações políticas e, na internet, particularmente nas redes sociais, ganha algumas especificidades relacionadas com a técnica de captura e a forma de difusão. Pensamos que tais imagens já se configuram em um código em si, no qual os movimentos da câmera (muito frequentemente câmeras de celulares e smartphones) e enquadramentos presentificam o aparelho como extensão cotidiana e individual do sujeito no interior dessas manifestações, nos posicionando, enquanto espectadores, como participantes destas.

Lévy (1999) argumenta que a técnica é condicionante para os processos políticos e sociais, mas não determinante. Nesse sentido, pensar o audiovisual como registro de protestos políticos na internet a partir das condições de captura

das imagens é fundamental, já que o smartphone e a estética condicionada por este dispositivo configuram uma forte tendência destes vídeos. Os audiovisuais que têm manifestações políticas como objeto da captação podem ter diferenças entre si – se apresentando de forma episódica e curta, ou em fluxos de longa duração a partir de transmissões ao vivo – mas suas similaridades apontam para as marcas de sua técnica de captura e difusão: a câmera como extensão do corpo em enquadramentos e desenhos sonoros intensificando o efeito de real e do calor do registro.

Desenvolveremos nosso foco de análise no canal do YouTube *Mamaefalei*⁹, pois este objeto fala de um lugar de explícita manipulação política fazendo uso de diversas produções audiovisuais feitas em contextos de manifestações políticas. O canal também oferece aos seus espectadores outros tipos de vídeos, como discursos de opinião no formato *vlog*, entrevistas com figuras da política ou do mundo corporativo, comentários de questões da atualidade e dos vídeos e discursos de adversários políticos, entre outros. Porém, foi através dos vídeos do calor do momento das manifestações que o *Mamaefalei* foi construindo sua marca, contando hoje com mais de 880 mil inscritos, uma média de 400 a 500 mil visualizações nos vídeos da série “Manifestações” (com alguns exemplos chegando a um milhão de visualizações) e um número de cliques em “Gostei” oscilando entre 70 e 100 mil.

O canal mantém uma unidade temática e ideológica mais à direita e identificada com o liberalismo econômico e o conservadorismo de costumes. Todos os vídeos são apresentados por Arthur do Val, dono do canal e membro da direção do Movimento Brasil Livre (MBL). Do Val também figura frequentemente nos vídeos do canal oficial do MBL, configurando-se como elo de continuidade entre esses diferentes produtos. A maior parte da produção original do *Mamaefalei* se encontra no YouTube¹⁰, plataforma que decidimos privilegiar na análise, colocando ao centro da análise fílmica um vídeo em especial, “MTST – Acampamento Paulista” (2017), mas fazendo a reflexão a partir da organização do conteúdo do canal como um todo e de outros vídeos da série “Manifestações”, que possui o maior número de visualizações do canal.

Dessa forma, ao estabelecer uma conexão analítica entre um vídeo específico e o conjunto das produções exibidas no canal, chamamos atenção para um aspecto central da especificidade dos audiovisuais nas chamadas novas mídias: a dimensão dialógica e dialética que os produtos mantêm entre si, a despeito da sua aparente aleatoriedade e fragmentação. Tal aspecto faz eco ao que Manovich (2002) ressalta sobre a tendência das novas mídias, como a internet, de organizar o conteúdo como uma base de dados, na qual as partes diferentes se relacionam entre si de forma a revelar significados, de natureza política, diríamos, na sua condição de coleção mais do que na de uma obra sozinha.

⁹ Parece-nos importante declarar que, embora ideológica e eticamente não concordemos com o conteúdo do canal em questão, acreditamos na importância da análise séria deste objeto no contexto político e social que o país atravessa, marcado pela intolerância, fundamentalismo e recusa ao diálogo, sobretudo por parte de setores organizados mais à direita. Nesse sentido, a investigação dessas imagens, as quais sustentam e perpetuam certos discursos, são chave fundamental para compreendê-los.

¹⁰ O canal *Mamaefalei* possui também uma fanpage no Facebook na qual reposta certos vídeos do canal do YouTube; estes vídeos, porém, são mais curtos, utilizando imagens de outras fontes e inserindo grafismos explicativos que fazem alusão ao MBL e chamam atenção para o próprio canal. Nesse sentido, a fanpage privilegia mais a disseminação de notícias (feita também a partir do compartilhamento de links de veículos da imprensa) e a repercussão de vídeos feitos por outras pessoas.

Nosso argumento e objetivo com este artigo é pensar, a partir da análise das estratégias da materialidade audiovisual do *Mamaefalei*, o papel dos apelos sensacionalistas que a câmera, como extensão do corpo na captura da atenção do espectador, pode operar; e refletir sobre a importância de uma espectadorialidade que se dá na interconexão entre fragmentos e coleções.

REGIME DE ATRAÇÕES, A CAPTURA DO ESPECTADOR E O SENSACIONALISMO COMO CHAVE POLÍTICA

Parece-nos fundamental elaborar uma reflexão que proponha a ideia de um regime de atrações para além de um cinema de atrações, pois a noção de regime amplia a dimensão especificamente material do conceito e o alia a uma rede mais complexa, a qual envolve o tecido audiovisual (sua materialidade), dispositivos e experiências de espectadorialidade que engendram modos de endereçamento do espectador centrados na dimensão sensorial e afetiva.

Em artigo de 1997, Miriam Hansen aponta para um paralelo entre a espectadorialidade do primeiro cinema e aquela experimentada no contemporâneo, argumentando, ao cabo, como a dimensão fragmentária, de hegemonia de uma lógica de performance (do corpo e do aparato cinemático) e de convite à interação sensorial e sensacional comuns aos dois contextos impactam profundamente a dimensão da esfera pública.

Mesmo considerando a experiência contemporânea como sendo marcada por uma lógica de hiperindividualização e de modos domésticos e privatizados de consumo, Hansen (1997) afirma: “Em mais de um modo, formas contemporâneas de cultura midiática evocam paralelismos com o primeiro cinema”¹¹ (p. 137).

O conceito de cinema de atrações foi desenvolvido para pensar o primeiro cinema (grosso modo até 1910) do ponto de vista estético e de seus circuitos e modos de exibição. Mas o próprio Tom Gunning (2006) indica que o conceito vai além desse marco temporal/histórico e que o cinema de atrações sobrevive nas vanguardas, em gêneros como o musical e no *cinema de efeitos especiais*.

O impacto do conceito proposto por Gunning e Gaudreault se dá, sobretudo, no campo dos estudos históricos, e consegue lançar um olhar mais valorativo ao chamado primeiro cinema, entendendo que aquilo visto até então na historiografia como um cinema primitivo (a partir de termos de certo modo pejorativos como teatro filmado, narrativa rudimentar) respondia, na verdade, por um sistema complexo com raízes em outros entretenimentos sensoriais populares e 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.

¹¹ No original: “In a number of ways, contemporary forms of media culture evoke the parallel of early cinema”. Esta e demais traduções são dos autores deste artigo.

Sobre o impacto das formulações em torno do conceito de atrações no discurso da historiografia do cinema, Auerbach (2007) escreve:

Este paradigma é poderoso porque promete dar conta de muita coisa, não simplesmente explicando como esta primeira década do cinema diferiu bastante das narrativas clássicas de Hollywood que seguiram, mas também como tais “atrações” guardam afinidade próxima com as vanguardas e produções pós-Hollywood, incluindo as novas mídias contemporâneas¹². (p. 3)

Thomas Elsaesser (2006) reitera que as atrações “ao se focar[em] menos na progressão de uma narrativa linear, consegue[m] capturar a atenção do espectador para uma peculiar forma do mostrar, e com isso, uma especial economia de atenção e envolvimento sensorial”¹³ (p. 207).

O cinema de atrações se baseia na qualidade de *mostrar* mais do que na faculdade da narração (a dimensão narrativa entendida como *storytelling*). Tal dimensão do mostrar acaba por reconhecer e instaurar a figura do espectador, a qual se estabelece pelo comportamento explicitamente demarcado do aparato cinematográfico – especialmente a coreografia da câmera na relação com os corpos na tela, a singularização da *performance* das ações e gestos desses corpos voltadas para o olhar da câmera (e correlatamente para o nosso olhar).

O termo, inspirado na *montagem de atrações* de Eisenstein (1983), não esconde os vínculos sensacionalistas empregados no conceito pela formulação original do russo. Para Eisenstein, uma montagem de atrações era o momento, necessário, de engajar emocionalmente o espectador – através de choques e ações corporais sensacionais – para direcioná-lo a uma dada orientação ideológica. As atrações no sistema de Eisenstein eram estratégicas politicamente pelo poder mobilizador do corpo do espectador. O russo desenvolveu uma montagem (teatral e cinematográfica) a partir das atrações, colocando em uso justamente as expressões sensacionalistas mais populares como o teatro excessivo e expressivo do horror e do grotesco cômico do Grand-Guinol, os espetáculos do *music hall* e do circo.

É central para a ideia de atrações a dimensão da performance e a sua capacidade de provocar agitação (excitação) no espectador. Do ponto de vista estético, é possível pensar o regime de atrações como fragmentário, estimulante e excitante, pois potencializa a relação atávica do espetáculo do corpo (na tela e também o corpo do espectador) como algo capaz de convocar certo engajamento afetivo, colocado na ordem do sensorial e do sentimental.

Eleonora Fabião (2008, 2009) indica que a performance enquanto gênero do regime das artes implica em: corpos como materialidade ou tema e entrelaçamento

¹² No original: “This paradigm is powerful because it promises to account for so much, not simply explaining how this first decade of cinema differed sharply from the classic Hollywood narratives that followed but also how such ‘attractions’ bear close affinity to avant-garde and post Hollywood productions, including contemporary new media”.

¹³ No original: “by focusing less on linear narrative progression, manages to draw the spectator’s attention to a unique form of display, and thus a special economy of attention and sensory involvement”.

e *des-mecanização* de fronteiras entre vida e obra, bem como outras fronteiras como sujeito e objeto, verdadeiro e falso.

Ambos aspectos acabam por colocar em tensão a qualidade e o lugar do espectador – algo constantemente recuperado pelas experiências de performance.

Cada performance é uma resposta momentânea para questões recorrentes: o que é corpo? (pergunta ontológica); o que move corpo? (pergunta cinética, afetiva e energética); o que o corpo pode mover? (pergunta performativa); que corpo pode mover? (pergunta biopoética e biopolítica). (Fabião, 2008, p. 238)

Em seu trabalho sobre as dimensões políticas das performances na América Latina, Diana Taylor (2013) ressalta as potências de construção de saber a partir dos comportamentos incorporados, ou seja, práticas e ações que se expressam e processam nas materialidades do corpo. “Se a performance não transmite conhecimento, apenas os letrados e poderosos poderiam reivindicar memória e identidade sociais” (p. 19). É esta dimensão central da materialidade do corpo – suas ações, gestos e repetições – como forma de transmissão de saberes, conhecimentos e sentidos que fazem da performance o termo acionado para entender uma das dinâmicas básicas colocadas pelo regime das atrações.

Na lógica das atrações, a captura do espectador também se dá a partir da espetacularização das características próprias do aparato (a performance do corpo da câmera como espetáculo e atração). Nesse sentido, as atrações se fazem no corpo do filme – e podem ser percebidas como performance e como intensificação do efeito afetivo e espantoso (*astonishment*) do espetáculo cinematográfico.

Nos exemplos mais clássicos citados pelos historiadores do primeiro cinema, tais como *The electrocution of an elephant* ou *The gay shoe clerk* (ambos de 1903, Edison Co., direção atribuída a Edwin Porter), há subjacente ao tema e ação dramática mostrados uma exaltação espetacular do próprio aparato cinematográfico.

Ao trabalhar de modo mais específico as relações entre atrações e o musical, Pierre-Emmanuel Jaques (2006), reitera que as atrações configuram irrupções no interior de um filme estruturado pelo regime da narrativa integrada e que, enquanto tal, apresentam-se como espetáculo puro (*pure show*). Segundo o autor, as atrações literalmente irrompem a narrativa, e com isso acabam estabelecendo uma relação especial com o espectador, ao qual, “longe de negar sua presença, procura confrontá-lo”, e assim, “ao nos apontar, as atrações tentam nos perturbar, surpreender, provocar e até arrebatá-lo”¹⁴ (p. 282).

A capacidade da câmera de nos colocar diante daquelas cenas (do elefante tombando, do *close-up* no tornozelo desnudo da moça, para lembrar dos exemplos citados acima) é exaltada na própria retórica da cena. Esta mesma dimensão nos

¹⁴ No original: “Far from denying its presence, it seeks confrontation. By pointing at us, attraction tries to unsettle, surprise, provoke and even assault us”.

parece presente de modo geral nos audiovisuais do YouTube, quando os sujeitos e suas câmeras performam, exaltando sua presença e o calor do momento, nos convocando a ser cúmplices nessa tecnologia maravilhosa capaz de nos unir em imagens e sons. Nosso argumento é que a ênfase na dimensão espetacular e de atrações catalisa o engajamento passional e afetivo do espectador e que há nesse engajamento uma dimensão de regulador político.

É importante ressaltar que não é mero acaso o cinema de atrações constituir o regime hegemônico da experiência do cinema nas primeiras décadas do século XX, pois é caracterizado, de modo mais cabal, por um diálogo intenso com outros entretenimentos sensacionalistas populares característicos da modernidade ocidental. Embora não sejam meros sinônimos, atrações e sensacionalismo têm muito em comum nas suas lógicas espectatoriais e de retórica, ambos calcados na centralidade de um convite ao engajamento sensorial e sensacional, no chamado direto ao corpo do espectador e no constante fluxo de estímulos injetados nas suas experiências de consumo e fruição.

No sistema geral de exibição do primeiro cinema, o espectador era colocado diante de programas caracterizados por uma diversidade de obras, estilos, produções. De um modo geral, na maioria das cidades modernas entre os anos de 1900 e 1909, uma sessão do *cinematógrafo* era composta por filmes de atualidade ou vistas, encenações chocantes (de cunho pornográfico ou violento) e muitas filmagens a partir de veículos em movimento. O sucesso junto ao público se amparava numa ampla rede intertextual ligando o que se mostrava nas telas a temas e cenários partilhados pelos espectadores ou que apelavam para a curiosidade ante o desconhecido através de um chamamento testemunhal (do tipo venha ver isso que posso te mostrar). Pesquisadoras como Linda Williams (1999) e Miriam Hansen (1997) chamam atenção ao valor do apelo sensacional dirigido pelos filmes do primeiro cinema aos espectadores; argumenta Hansen que esse apelo sensacional vincula o cinema aos outros entretenimentos populares da época.

Gostaríamos de ressaltar que tais entretenimentos populares também pautavam seu sucesso comercial na junção entre consumo fragmentado e retórica sensacionalista, a qual, ao mesmo tempo, estimulava os sentidos dos sujeitos modernos e organizava em uma cognição polarizada comum o cotidiano intrinsecamente disperso, estimulante e ambivalente da vida urbana e moderna. Nesse sentido, é fundamental lembrar do romance folhetim e do teatro melodramático, entre outros – pautados em uma estética do excesso (modo central da retórica sensacionalista) –, e como ambos foram fundamentais na construção, e ativação, de uma pedagogia atuante na organização da vida cotidiana, extremamente implicada na modernidade. Uma pedagogia da vida moderna implementada não apenas por um fluxo discursivo ligado às instituições e práticas em torno

da racionalidade, mas por meio do poderoso conjunto de práticas vinculadas às sensações.

Entendemos, junto com Ana Enne (2007), o sensacionalismo como um processo cultural que diz respeito aos modos de permanência e mediação de matrizes populares, as quais sobreviveram e se rearticularam ante o projeto racionalista e domesticador do fluxo sensorial e emocional da modernidade. A partir de uma ampla análise de trabalhos dedicados a definir as características da imprensa sensacionalista, Enne as sintetizou em alguns aspectos, que valem a pena ser lembrados aqui, pois iremos reencontrar variantes de alguns destes aspectos nos audiovisuais produzidos para o YouTube analisados aqui.

a) a ênfase em temas criminais ou extraordinários, enfocando preferencialmente o corpo em suas dimensões escatológica e sexual; b) a presença de marcas da oralidade na construção do texto, implicando em uma relação de cotidianidade com o leitor; c) a percepção de uma série de marcas sensoriais espalhadas pelo texto, como a utilização de verbos e expressões corporais (arma “fumegante”, voz “gélida”, “treme” de terror etc.) . . . ; d) a utilização de estratégias editoriais para evidenciar o apelo sensacional: manchetes “garrafais”, muitas vezes seguidas por subtítulos jocosos ou impactantes . . . ; e) na construção narrativa, a recorrência de uma estrutura simplificadora e maniqueísta. (Enne, 2007, p. 71)

O que estes aspectos têm em comum é uma retórica de apelo visual e excessiva, a qual busca capturar o leitor fazendo ecoar na tessitura do texto clichês, estereótipos e símbolos cristalizados no imaginário cultural partilhado entre narrativa e público. Tal retórica, pautada no modo de excesso, acaba por fazer um chamamento passional e afetivo ao leitor/espectador/consumidor. O excesso se endereça ao sensório e ao sentimental do público, forjando uma espécie de convite a um engajamento afetivo e, com ele, a uma apreensão emotiva da realidade. Para catalisar esse convite, o apelo ao visual é elemento fundamental, conduzindo ao que Peter Brooks (1995) define como “superdramatização” da realidade por meio de uma estética do arrebatamento. A superdramatização e o arrebatamento constroem entre discurso e espectador uma espécie de cumplicidade.

Trata-se de uma pedagogia moralizante fundamental para a construção das consciências e subjetividades modernas, baseada no “ensinamento” do público, através da cultura midiática, de um modo de perceber, organizar e reagir ao mundo a partir da sensação. Arrebatamento, choque, desejo, medo são alguns dos estímulos sensoriais e sentimentais que afetam o corpo do espectador e o fazem engajar-se

na narrativa. A eficácia da pedagogia das sensações se dá pelo uso de certos elementos estilísticos e códigos culturais que, repetidos à exaustão, têm a potência de mobilizar um prazer corporal e sentimental no espectador que provém justamente do reconhecimento desses próprios elementos. (Baltar & Sarmet, 2016, p. 114)

Autores como Ben Singer (2001) e Vanessa Schwartz (2001) estabelecem ligações diretas entre os entretenimentos populares do século XIX, o sensacionalismo e a *invenção* do cinema.

Para Hansen (1997), o cinema tomou emprestado dos entretenimentos sensacionalistas modernos dois princípios fundamentais: uma forma disjuntiva de estruturar a programação a ser ofertada ao público (formato variável e fragmentado) e a mediação individual entre obra e público, operada a partir de diversas estratégias (explicadores, cartelas, acompanhamento musical ou sonoplástico ao vivo, entre outras) sustentadas pelo valor de interação e interatividade entre público e obra. São facetas desses dois aspectos que, segundo a autora, estarão presentes no contexto contemporâneo.

Queremos argumentar que estas facetas são especialmente importantes na espetatorialidade do YouTube. O texto de Hansen (1997) foi escrito antes do advento do YouTube, e, no entanto, ele parece visionário ao estabelecer a conexão entre a espetatorialidade e a estética do cinema de atrações e o contexto contemporâneo:

Filmes e cultura midiática contemporânea parecem estar se voltando para um estado em que o transitório e as práticas efêmeras estão se coadunando; a instituição cinema está cada vez mais fragmentária e dispersa e tradicionais hierarquias de produção, distribuição e exibição perderam sua força¹⁵. (p. 139)

Nosso argumento é que o modo YouTube de ver imagens e sons se constitui num emaranhado de *youtube of attractions*, chamando ainda mais atenção do público pelo caráter privado e cotidiano. Justamente por serem produções com força e apelo calcados nas dinâmicas da cultura participativa – a qual, conforme teoriza Jenkins (2006), altera a hierarquia entre produtores e receptores – e na construção discursiva do testemunho e da autenticidade do sujeito ordinário, comum (usuário), que gera o conteúdo. Atravessado por esse apelo (da dimensão participativa do usuário), os endereçamentos diretos ao espectador feitos nos vídeos potencializam sua força espetacular e sensacionalista.

As imagens produzidas no calor dos acontecimentos – imagens de manifestações políticas, por exemplo, como as que povoam o YouTube – mobilizam o espectador em algo que nos parece ser um duplo lugar na esfera do sensorial

¹⁵ No original: “Contemporary film and media culture seems to be reverting to a state in which transitory, ephemeral practices are mushrooming, the institution of cinema is increasingly fragmented and dispersed, and long standing hierarchies of production, distribution, and exhibition have lost their force”.

¹⁶ Não vamos aqui detalhar as implicações dessa expressão, signo do real, mas remeter à discussão a partir do conceito de efeito do real, de Roland Barthes, realizada em Baltar (2014), na qual a autora reflete sobre a construção histórica de signos materiais nas imagens que parecem demarcar o estatuto de real destas. Tais signos funcionam como *indicadores*, como efeitos de real, para o espectador.

¹⁷ No original: “the documentary film that uses realism for political ends has a special power over the world of which it is a copy because it derives its power from that same world. The copy derives its power from the original). The radical film derives its power (magically) from the political events that it depicts.”

¹⁸ No original: “Putting the sensuous back into the theory of political aesthetics would require significant reconceptualization. In Eisenstein’s theory of social change and cinema, the bodily senses lead the spectator, whose involvement is not strictly intellectual – politics is not exclusively a matter of the head but can also be a matter of the heart.”

e sensacional: a convocação participativa do ato de testemunhar e o *valor* espetacular das imagens carregadas materialmente do signo do real¹⁶. A importância da convocação espetacular e passional das imagens na relação com o espectador é tema de reflexão de Jane Gaines (1999). Ao analisar o chamado “documentário radical”, aquele que busca acima de tudo produzir mobilização em torno de uma determinada causa, a autora ressalta:

o filme documentário que usa realismo para fins políticos tem um poder especial sobre o mundo do qual é cópia porque *deriva seu poder daquele mesmo mundo*. (A cópia deriva seu poder do original). O filme radical deriva seu poder (magicamente) dos eventos políticos que retrata¹⁷. (p. 95)

A ilusão de realismo dada pelas imagens em movimento é relevante para a construção de narrativas que desenvolvem certezas acerca de um assunto em particular, mais ainda, elas podem produzir um engajamento que também é da ordem do passional com o mundo das imagens. O pensamento de Eisenstein é evocado por Gaines (1999) na medida em que sua conceituação da montagem de atrações, como um procedimento teatral e cinematográfico, baliza boa parte da reflexão da autora.

Colocar o sensorial de volta na teoria de estética política iria requerer reconceitualização significativa. Na teoria de mudança social e cinema de Eisenstein, os sentidos corpóreos direcionam o espectador, cujo envolvimento não é estritamente intelectual – política não é exclusivamente uma questão da cabeça, mas pode também ser uma questão do coração¹⁸. (p. 88)

A partir dessa reflexão, e centrando sua análise em documentários políticos e ativistas, Gaines (1999) desenvolve o conceito de *mimetismo político* (*political mimesis*), no qual a produção de afeto no espectador através das imagens factuais em cena – imagens de violência, de multidões, de ação política e conflito, sobretudo, a partir do corpo em movimento no calor do momento – opera papel importante na mobilização política. A conclusão de Gaines é que a força dos afetos mobilizada por tais imagens de *mimetismo político*, no entanto, precisa se vincular à esfera mais propriamente política, o que a autora liga diretamente à questão da consciência de classe no marxismo.

Este mimetismo político se traduz, para os exemplos analisados aqui, menos como uma produção de fato de afeição no espectador e mais como chave discursiva, buscando sempre um endereçamento a este, interpelando-o diretamente a todo tempo. Para nós, as estratégias empreendidas pelos vídeos

de manifestações de *Mamaefalei* buscam mobilizar o passional do espectador por meio da retórica sensacionalista sustentada nos efeitos de atrações da câmera como extensão do corpo de seu apresentador para, com isso, construir um convite a um alinhamento político que finge não querer direcionar ideologicamente seu público.

O ESPETÁCULO SENSACIONALISTA E A ATRAÇÃO DA CÂMERA COMO EXTENSÃO DO CORPO

Os vídeos de manifestação na internet parecem ter na sua essência uma busca do maravilhamento do espectador, uma vontade de captura da sua atenção e, sobretudo, um endereçamento a um observador curioso. As redes sociais, em especial o YouTube, têm uma característica importante, responsável por sustentar essa chave discursiva ligada ao regime de atrações, a extrapolação para fora do texto fílmico através das ferramentas de interação e compartilhamento presentes nas plataformas. Os comentários dos vídeos são espaços que podem ser vistos como uma espécie de realização do envolvimento do espectador com o que está na tela.

Ainda que indexados em diferentes listas (manifestações, opinião, entrevistas etc.), os diversos vídeos postados pelo canal *Mamaefalei*¹⁹ compartilham forma e conteúdo similares. O canal, como tantos outros no YouTube, parece estar bem próximo da forma de organização comum das novas mídias, sobretudo da internet, em base de dados.

De uma única imagem que representa a “unidade cultural” de um período anterior, nós passamos a uma base de dados de imagens. Portanto, se o herói do *Blow-up* (1966) de Antonioni estava buscando a verdade em uma única imagem fotográfica, o equivalente a esta busca na era do computador seria trabalhar com toda a base de dados de muitas imagens, navegando e comparando-as entre si²⁰. (Manovich, 2002, p. 247)

A visão holística do canal enquanto coleção de unidades fílmicas então parece ser a chave privilegiada de análise para o contexto das novas mídias. Uma análise mais demorada de um exemplo é uma aproximação para desvendar algo que está ao mesmo tempo em cada obra e em todas.

A presença do apresentador e autoproclamado autor do canal, Arthur do Val, em cena é uma regra praticamente sem desvios. A câmera sempre apontada, salvo raras exceções, para o rosto de Do Val é também, em boa parte dos exemplos, manipulada por ele mesmo com a objetiva virada para si. A

¹⁹ Recuperado de <https://www.youtube.com/channel/UCkSjy-IOEq-eMtarZl2uH1Q>.

²⁰ No original: “From a single image which represented the ‘cultural unit’ of a previous period we move to a database of images. Thus if the hero of Antonioni’s *Blow-up* (1966) was looking for truth within a single photographic image, the equivalent of this operation in a computer age is to work with a whole database of many images, searching and comparing them with each other?”

estética de *selfie* intensifica os efeitos de convocação, assim como a dimensão testemunhal/participativa que o vídeo apresenta parece buscar, junto a seus espectadores, um efeito de *estamos juntos aqui no calor do momento*, implicando sensações de intimidade e coloquialidade. Tais aspectos remetem ao processo cultural do sensacionalismo, como identificado por Enne (2007) e já mencionado aqui.

O autor dos vídeos traz para cada obra uma forte retórica do sujeito comum, como um cidadão apenas querendo conversar e compreender o outro em sua situação de protesto. “Mas eu só vim aqui filmar” é um frequente bordão de Do Val, o qual se coloca na posição de sobriedade de um ator político que apenas quer suscitar o debate, em geral, a partir de dados e estatísticas previamente estudadas. O objetivo que transparece em cada vídeo da série “Manifestações”, no entanto, parece ser o de causar alguma perturbação, sobretudo dos corpos em protesto. A interpelação do outro, e ao mesmo tempo do espectador, é o dispositivo encarregado de suscitar os conflitos subsequentes, de forma geral.

Argumentamos que o canal se apoia de modo geral na apresentação de imagens próximas às vistas sensacionais do primeiro cinema (com exceção dos vídeos em formato de *vlog*, com apenas o apresentador ou convidado). Gunning (2006) entendia tais vistas como uma concepção cinematográfica que

vê o cinema menos como uma forma de contar histórias do que como uma forma de apresentar uma série de vistas para o público, fascinantes por causa de seu poder ilusório (tanto a ilusão realística de movimento oferecida para os primeiros espectadores por Lumière, ou a ilusão mágica inventada por Méliès), e exotismo²¹. (p. 382)

²¹ No original: “sees cinema less as a way of telling stories than as a way of presenting a series of views to an audience, fascinating because of their illusory power (whether the realistic illusion of motion offered to the first audiences by Lumière, or the magical illusion concocted by Méliès), and exoticism”.

As vistas sensacionais eram realizações recorrentes no contexto do cinema de atrações, oferecendo ao público da época imagens de um mundo distante ou dos acontecimentos com o apelo espetacular do calor do momento, assim como as imagens factuais de protestos políticos, também apresentadas em sucessão nos vídeos da série “Manifestações” do canal *Mamaefalei*.

Nas manifestações filmadas em *Mamaefalei*, sejam multidões em marcha, conflitos a partir da afetação dos corpos ou afetação da câmera a partir de ações violentas, há a busca de imagens apoiadas em uma “retórica do excesso” (Brooks, 1995) como chave discursiva que consolida uma forte recusa da nuance e a necessidade de se lidar com conceitos puros e integrais. As intervenções do corpo (câmera e voz) de Do Val oferecem explicações simplistas e reforçam dicotomias, com frases diretas, curtas e de impacto – novamente uma evocação do sensacionalismo indicado por Enne (2007).

As imagens – seus enquadramentos reforçando o efeito da câmera como extensão do corpo de Do Val – parecem querer sustentar sua força exatamente nos fatos registrados. O efeito de testemunho e participação no acontecimento – garantido por essa estética da câmera e som como extensão do corpo – nos remete ao que Gaines (1999) define como uma potência passional das imagens factuais, sobretudo aquelas que trazem ações políticas onde os corpos em cena estão em estado enérgico de afetação. A esse efeito a autora dá o nome de “*pathos* do acontecimento” e reconhece nele um atravessamento pelas dinâmicas estéticas e culturais do melodramático.

O vídeo escolhido para análise, “MTST – Acampamento Paulista”, retrata Arthur Do Val enquanto transita por um acampamento montado pelo Movimento de Trabalhadores Sem Teto (MTST) na Av. Paulista, em São Paulo. Sua busca por “pessoas comuns” naquele espaço, fazendo perguntas específicas sobre as pautas da ocupação relacionadas, segundo o movimento, com as mudanças na Faixa 3 do programa Minha Casa Minha Vida do governo federal²². A partir das perguntas e interações os conflitos acabam surgindo, seja com os próprios entrevistados, seja com outras lideranças presentes no acampamento já familiarizados com o trabalho de Do Val para o canal e para o MBL, declarados adversários políticos e ideológicos do MTST enquanto movimento. Após a escalada contínua do tom dos conflitos, o vídeo se encerra com uma cartela do canal contendo o endereço das outras redes sociais do *Mamaefalei* e um pedido de doação para manutenção da produção de vídeos.

O dispositivo básico do vídeo é a interpelação do outro, nesse caso dos vários militantes do MTST mostrados no vídeo; mas pelo efeito de câmera como extensão do corpo, tal interpelação acaba sendo correlatamente dirigida aos espectadores. Do Val carrega a câmera na mão, virada para si e para o interpelado, sempre fazendo perguntas que parecem querer causar confusão no outro, e revelar contradições ideológicas. Mesmo partindo do entendimento de que toda documentação e filmagem é uma intervenção por si só e se constrói a partir de pressupostos éticos e ideológicos próprios, no vídeo em questão essa intervenção é explicitada e exaltada como o aspecto central da sua gramática e está articulada no nível da linguagem e da construção de sentido. O objetivo declarado é interferir na situação, transformando o cinegrafista em ator político das imagens.

O endereçamento ao espectador é constante e se torna a tônica principal do vídeo, o olhar do apresentador a todo o momento se volta para a câmera, mesmo se o desvia para os outros da cena em alguns momentos, como em 2’21”. Assim como em *The big swallow* (James Williamson, 1901), *Electrocution of an elephant* (1903) e em diversos outros exemplos do cinema de atrações, Do Val olha

²² O Minha Casa Minha Vida é um programa do governo federal na área de habitação que possui diversas linhas de atuação, desde a construção de casas para entrega a setores da população sem moradia até a venda de unidades a preços subsidiados para famílias em diversas faixas de renda. O protesto em questão discordava da ampliação da renda permitida para a faixa 3 do programa, que passou de um limite de renda familiar de R\$ 6.500,00 para R\$ 9.000,00. (Presidência da República, 2018).

diretamente para a câmera incessantemente como quem está nos interpelando e dizendo: “Estão vendo isto? Vocês estão junto comigo”. O aparato audiovisual (quadro e som) é ressaltado continuamente de forma espetacular, como técnica que nos permite estar, junto com Do Val, diante desses acontecimentos. Essa reiteração consolida a captura do nosso olhar.

As perguntas feitas pelo apresentador confundem os entrevistados pelo seu caráter inesperado e, por vezes, pela sua especificidade e aparente embasamento estatístico. No entanto, a sensação de um interlocutor confuso e contraditório é construída, sobretudo, pelas escolhas dos entrevistados, como uma espécie de *casting* operado por Do Val para demarcar uma assimetria entre ele e o entrevistado, assimetria que será intensificada (reiterada e saturada excessivamente) através dos vários *jump cuts* utilizados no vídeo, como no exemplo em 6’51”. As conversas são apresentadas contendo uma série de pequenas elipses em diversos momentos, as quais escondem e destacam pedaços da fala dos entrevistados, revelando uma troca que invariavelmente demonstra Do Val como o mais esclarecido. Os excessos de *jump cuts* operam aqui um efeito de opacidade às avessas, pois ao reiterarem a construção de Do Val como ator social mais inteligente e ilustrado na cena, acabam por obliterar as escolhas deliberadas dos entrevistados, os quais parecem menos informados e eloquentes.

A montagem do vídeo como um todo funciona de forma a criar uma grande colcha de retalhos de acontecimentos, formando efetivamente uma sucessão de atrações calcadas na oralidade, entre entrevistas de pessoas confusas, embates físicos na multidão e afetação da câmera. Estas atrações não são montadas buscando qualquer nexos causal e o elo entre elas é a presença corpórea (seu corpo e sua câmera) de Do Val nos convocando a partilhar desta presença, conseguindo com isso mobilizar as sensações do espectador.

O apelo às sensações do espectador é uma dimensão importante do vídeo, na medida em que as imagens de violência e perigo físico (cenas recorrentes de um suposto risco a Do Val) parecem ser as sínteses de um conflito retórico e ideológico colocado em questão. A câmera na mão – virada para si mesmo como necessidade de registrar a própria presença neste mundo das imagens – e a câmera como extensão do corpo de Do Val são afetadas junto com seu corpo nos momentos em que a discussão extrapola para a ação física. Vieira Jr. (2014) faz uma reflexão sobre a “câmera-corpo” no cinema contemporâneo sensorial, no qual ela estaria “em estado de ‘semiembriaguez’, a apreender sensorialmente a intensidade da experiência que captura, possibilitando uma mediação pulsante junto ao espectador contemporâneo” (p. 1223). Aqui, porém, acreditamos na presença de outra espécie de “câmera-corpo”, o dispositivo como extensão do próprio corpo de quem filma, nesse caso, pelo elo que faz com a retórica

sensacionalista empreendida pelas intervenções de Do Val, constrói para ele uma aura quase heroica, valorizando um jogo empático identificatório do espectador com esse sujeito que corre riscos frente aos manifestantes, remetendo em muitos modos ao jogo de engajamento passional do melodrama.

Ainda que não seja inédita a manipulação da câmera de filmagem para ressaltar o corpo de quem opera, seja na ficção ou no documentário, aqui parece existir certa transformação nesse expediente fílmico, principalmente com a objetiva virada para si como regra. Há então um apelo às sensações, partindo do perigo físico e da violência; a câmera se afeta, treme e é manipulada de forma a parecer que está atuando contra a vontade do apresentador, ao produzir imagens por vezes quase abstratas – como nos momentos em que ela se aproxima demais do corpo de quem filma ou sofre quedas bruscas. O som direto também é afetado, produzindo ruídos extremamente particulares.

Estas ações, que buscam destacar uma dimensão supostamente involuntária, têm efeitos sensacionais e também destacam o aparato fílmico como espetáculo e atração – mobilizando, de certo modo, um maravilhamento frente aos efeitos cinemáticos próximo ao que Gunning (2006) identificou como marcos do cinema de atrações – empregados aqui como catalisadores do vetor politicamente sensacionalista dessas imagens. As imagens geradas, em determinados momentos, mostram vários ângulos, seja da câmera na mão do apresentador, da que ele leva presa ao seu tronco, ou câmeras de outras pessoas que o acompanham ou que passam a registrar o acontecimento na rua.

A repetição de uma mesma ação várias vezes serve como reiteração do caráter excessivo deste audiovisual e de uma extrapolação da dimensão corpórea do ocorrido, como por exemplo, no momento em que tentam retirar a lente da câmera de Do Val e o empurram para longe do acampamento em 7'30".

O fato é mostrado por três ângulos: a câmera na mão, a presa ao corpo e a de outra pessoa, mais afastada da confusão. Este tipo de repetição, própria da estética do excesso (Baltar, 2012), tem efeito sensacionalista e de atração, com consequências de manipulação política, para nós, inegável.

BREVES CONSIDERAÇÕES FINAIS

No objeto específico analisado aqui, o “*pathos* do acontecimento” é superdimensionado, multiplicando a força que as imagens derivam do fato ao mostrá-lo com o máximo de detalhes, utilizando até mesmo o recurso de câmera lenta para espetacularizar ainda mais o acontecido. Há certo jogo com a dimensão de incredulidade do espectador, o qual, conforme analisamos, é intensificado pelo uso da retórica do excesso sensacionalista. A incredulidade

²³ No original: “Documentary attractions are those attractions that automatically raise the question of ‘really?’”.

do espectador é uma questão fundamental para Gaines (2002), que diz que as “atrações documentais são aquelas atrações que automaticamente colocam a questão ‘sério?’”²³ (p. 791). No vídeo do *Mamaefalei* há um diálogo com a lógica das atrações – a repetição, por exemplo, parece mostrar a ação várias vezes a fim de reiterar no espectador a sensação de o quanto é inacreditável o que se mostra – sustentado pela força espetacular do sensacionalismo. Argumentamos que esse sensacionalismo (fazer ver excessivamente) tem um uso político intenso no audiovisual na internet, pois, a partir da captura do espectador, traduz a complexidade dos conflitos políticos e ideológicos em chaves de moralidade simples e julgamento imediato.

Neste vídeo, e em outros da mesma série e do canal, Do Val leva a situação ao seu limite máximo, trazendo a explosão dos conflitos ideológicos do país no microcosmo de uma determinada manifestação e de um audiovisual. A busca e encenação do conflito procuram também uma representação do excesso e do direcionamento dos sentidos corpóreos do espectador, atuando dentro de uma chave discursiva das sensações, da captura do olhar e do endereçamento ao espectador. Tal chave apresenta a argumentação como dimensão quase exclusivamente espetacular, que toma conta do argumento, transformando-o apenas em uma figura de linguagem a serviço do espetáculo.

Assim como Gaines (1999) vê a presença de cinema de atrações no documentário através do mimetismo político e do *pathos* do acontecimento, identificamos também em determinada produção audiovisual no YouTube traços deste regime de atrações em diálogo com o sensacionalismo. A espetatorialidade do audiovisual analisado – participativa, errante e fragmentária – atua no sentido de destacar o endereçamento ao espectador em uma forma radical sustentada, como aparece nos vídeos do *Mamaefalei*, na força espetacular da câmera como extensão do corpo de quem filma, intensificando os efeitos de participação e testemunho no calor do momento.

As ferramentas próprias das redes sociais privilegiam a extrapolação do chamamento ao espectador nos comentários, curtidas e compartilhamentos, construindo uma coleção de interações que se entrelaçam entre o texto fílmico e os espaços adjacentes na plataforma de compartilhamento de vídeos. São comentários como:

“VOCEIS'[sic] 'SAO'[sic] GOLPISTAAAAAAS kakakakkaakkakaka”; “Cadê a polícia tem que prender todos esses analfabetos”; “A pergunta é: Por que esses vagabundos não foram expulsos pelo Dória?”; “ACWJÇKDIUHNWA BWDHYWICHISDNANNÇU ANCAIJC EU VOCÊ E O CAPETA!” “nice argumento!!!”; “2:24 o cara e um egoísta ,e se fosse filha(o) dele ele iria fala isso e se a criança chegasse a morre 'uq'[sic] ele ia 'fala'[sic] a respeito , seria uma

vida ‘enocente’[sic] por ‘egoísmo’[sic] deles ,por defender ladrões que roubam na ‘frete’ [sic] de todos #BrasilDaquiprapior”; “6:12 É eu, e você e o capeta. Ou seja: Invocam até o cão pra não ter que levantar cedo e trabalhar.”; “1:18 quando minha mãe me pergunta da ‘marda’ [sic] que eu fiz e respondo”²⁴.

Pelo teor e forma expressiva de alguns comentários – como os citados aqui – percebe-se de modo claro que a dimensão sensacionalista, mobilizada pela retórica excessiva do audiovisual, é respaldada tanto em forma quanto em conteúdo nas interações.

O conflito ideológico, latente nos vídeos em questão, parte de uma premissa factual e de dados, mas na materialidade audiovisual tal conflito é mobilizado como uma busca, em última instância, pela afetação dos corpos (em cena e do espectador). Essa afetação reforça a eficácia política do sensacionalismo enquanto retórica de controle social da norma, principalmente porque opera a partir da chamada ao julgamento moral intenso e imediato. As reflexões levantadas neste artigo talvez sejam uma faceta ideologicamente complexa dos amplos modos pelos quais o regime de atrações se atualiza; mas, ainda que pese tal dimensão do controle maniqueísta da ordem política, não deixa de ser peculiar e sintomático que, no contemporâneo, as dimensões sensoriais, sensacionais e afetivas pareçam estar no centro dos entendimentos da política. ■

²⁴ Comentários feitos pelos usuários: “Raposa Galatica”, “Claudemir vicente silva”, “Brad Rolim”, “Canal Fracazado”, “Ban Brisado”, “TheNoGoodAngel” e “Lucas Silva”, respectivamente.

REFERÊNCIAS

- Auerbach, J. (2007). *Body shots: Early cinema's incarnations*. Los Angeles, CA: University of California Press.
- Baltar, M. (2012). Tessituras do excesso: Notas iniciais sobre o conceito e suas implicações tomando por base um procedimento operacional padrão. *Significação*, 39(38), 124-146. doi: 10.11606/issn.2316-7114.sig.2012.71141
- Baltar, M. (2014). Real sex, real lives: Excesso, desejo e as promessas do real. *E-Compós*, 17(3), 1-17. doi: 10.30962/ec.v17i3.1042
- Baltar, M. & Sarmet, É. (2016). La fulminante: Deboche, excesso e gênero no pós-pornô da América Latina. *ArtCultura*, 17(30), 109-124.
- Brooks, P. (1995). *The melodramatic imagination: Balzac, Henry James, melodrama and the mode of excess*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Burgess, J. (2014). “All your chocolate rain are belong to us?” Viral video, YouTube and the dynamics of participatory culture. In N. Papastergiadis & V. Lynn (Eds.), *Art in the global present* (pp. 86-96). Sydney, AUS: UTSePress.
- Burgess, J. & Green, J. (2009). *YouTube e a revolução digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. São Paulo, SP: Aleph.

- Charney, L. & Schwartz, V. R. (Orgs.). (2001). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo, SP: Cosac & Naify.
- Cohen, R. (2002). *Performance como linguagem*. São Paulo, SP: Perspectiva.
- Eisenstein, S. (1983). A montagem de atrações. In I. Xavier (Org.), *A experiência do cinema* (pp. 187-198). Rio de Janeiro, RJ: Graal.
- Elsaesser, T. (2006). Discipline through diegesis: The rube film between “attractions” and “narrative integration”. In W. Strauven (Org.), *Cinema of attractions reloaded* (pp. 206-223). Amsterdã, NL: Amsterdam University Press.
- Enne, A. L. (2007). O sensacionalismo como processo cultural. *Revista EcoPós*, 10(2), 70-84.
- Fabião, E. (2008). Performance e teatro: Poéticas e políticas da cena contemporânea. *Sala Preta*, 8, 235-246. doi: 10.11606/issn.2238-3867.v8i0p235-246
- Fabião, E. (2009, 9 de julho). Definir performance é um falso problema. Entrevista concedida a Fábio Freire. *Diário do Nordeste*. Recuperado de <https://bit.ly/2uCNehz>
- Felinto, E. (2007). Videotrash: o YouTube e a cultura do “spoof” na internet. *Anais do Encontro Nacional Compós, Curitiba*, 16, 1-11.
- Gaines, J. M. (1999). Political mimesis. In M. Renov, F. Ginscureg, & J. M. Gaines (Eds.), *Collecting visible evidence* (pp. 84-102). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Gaines, J. M. (2002). Everyday strangeness: Robert Ripley’s international oddities as documentary attractions. *New Literary History*, 33(4), 781-801.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Nova York, NY: Doubleday.
- Gunning, T. (2006). The cinema of attractions: Early film, its spectator and the avant-garde. In W. Strauven (Org.), *Cinema of attractions reloaded* (pp. 381-388). Amsterdã, NL: Amsterdam University Press.
- Hansen, M. (1997). Early cinema, late cinema: Transformations of the public sphere. In L. Williams (Org.), *Viewing positions: Ways of seeing film* (pp. 134-152). Nova Jersey, NJ: Rutgers University Press.
- Jaques, P.-E. (2006). The associational attractions of the musical. In W. Strauven (Org.), *Cinema of attractions reloaded* (pp. 281-308). Amsterdã, NL: Amsterdam University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Nova York, NY: NYU Press.
- Lana, L. (2015). “É muito íntimo”: Vlogs femininos, fama e linguagem televisiva no YouTube. *Anais do Encontro Nacional Compós, Brasília*, 24, 1-19.
- Lévy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo, SP: Editora 34.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2009). *A tela global: Mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Porto Alegre, RS: Sulina.

- Mamaefalei. (2017). *MTST: Acampamento paulista* [vídeo]. Recuperado de <http://bit.ly/2Usxlyt>
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Montaño, S. (2016). A construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube. *Anais do Encontro Nacional Compós, Goiânia, 25*, 1-24.
- Perez, C. & Trindade, E. (2017). Consumo midiático: Youtubers e suas milhões de visualizações: como explicar? *Anais do Encontro Nacional Compós, São Paulo, 26*, 1-17. Recuperado de <http://bit.ly/2GAsfBU>
- Presidência da República. (2018). Entenda as novas regras do Minha Casa Minha Vida. *Planalto*. Recuperado de <http://bit.ly/2W1wStV>
- Schechner, R. (2006). *Performance studies: An introduction* (2a ed.). Nova York, NY: Routledge.
- Schwartz, V. (2001). O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: O gosto do público pela realidade na Paris fim-de-século. In L. Charney & V. R. Schwartz (Orgs.), *O cinema e a invenção da vida moderna* (pp. 297-319). São Paulo, SP: Cosac Naify.
- Singer, B. (2001). Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In L. Charney & V. R. Schwartz (Orgs.), *O cinema e a invenção da vida moderna* (pp. 95-123). São Paulo, SP: Cosac Naify.
- Strangelove, M. (2010). *Watching YouTube: Extraordinary videos by ordinary people*. Toronto, ON: University of Toronto Press.
- Taylor, D. (2013). *O arquivo e o repertório. Performance e memória cultural nas Américas*. Belo Horizonte, MG: Editora UFMG.
- Vieira Jr., E. (2014). Por uma exploração sensorial e afetiva do real: Esboços sobre a dimensão háptica do cinema contemporâneo. *Famecos, 21*(3), 1220-1240. doi: 10.15448/1980-3729.2014.3.15919
- Williams, L. (1999). *Hard core: Power, pleasure and the "frenzy of the visible"*. Berkeley, LA: University of California Press.

Artigo recebido em 29 de junho de 2018 e aprovado em 7 de novembro de 2018.