
Corporalidades produzidas pelo coronavírus: o corpo eletrônico pandêmico¹

Paula CORUJA²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

Neste artigo focamos nos aspectos visuais da gramática da semiosfera do YouTube para identificar as corporalidades youtubers como linguagem usada para a tradução dos novos modos de presença do corpo a partir do isolamento social motivado pela pandemia de coronavírus. A semiótica da cultura (LOTMAN, 1999, 1990) é nosso aporte teórico para analisar a semiosfera em que esses corpos eletrônicos (ROSÁRIO, 2009) estão inseridos. A ruptura nos modos de presença do corpo tensionou múltiplas semiosferas, traduzindo essas explosões a partir da corporalidade youtuber. A partir dessa reorganização sógnica, vemos surgir o corpo eletrônico pandêmico, que não mais se restringe àqueles que decidem deliberadamente performar a si audiovisualmente.

PALAVRAS-CHAVE: corpo eletrônico, pandemia, YouTube; corporalidades; corpo eletrônico pandêmico.

INTRODUÇÃO

Vivemos uma conjuntura global única. Sabemos que o mundo passou por pandemias antes, que, da mesma forma, causaram tensões semióticas que resultaram em mudanças culturais profundas. Entretanto, pela primeira vez passamos por uma situação tão particular, com múltiplas disputas de sentido amplamente mediatizadas. Essas tensões semióticas, como comenta Rosário (2020, p. 76), resultam em difíceis tradutibilidades e disputas de poder para legitimação de discursos a partir de incontáveis explosões, com tanta frequência desde o início de 2020 que é até difícil de acompanhar.

De uma hora para outra, a cultura, um complexo sistema semiótico, passa a traduzir processos e ressignificar códigos das mais diversas áreas (saúde, política, economia, sociologia, educação, entre tantas outras), reterritorializando esses novos sentidos, após tensões e processos de tradução – pelos quais ainda passamos. Se para Lotman (1999), a cultura é um sistema complexo e dinâmico, fundada na memória coletiva, com diversos níveis de organização sógnica, e que encontra maior potência nas tensões e imprevisibilidades do sistema, com a

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Gênero, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS), e-mail: paula.coruja@gmail.com.

possibilidade de criação de novos textos³ culturais, podemos entender o confinamento, o isolamento social, a necessidade de maior higienização do corpo e dos objetos, além do uso de máscaras, como imprevisibilidades que atravessam a cultura, causando rupturas e explosões (ROSÁRIO, 2020).

Nesse artigo, vamos centrar nossa atenção ao confinamento e isolamento social, que resultaram em uma ruptura nos modos de presença do corpo. Essa ruptura levou a uma reorganização sógnica, que não resulta em novo modo de estar do corpo, mas na reorganização a partir de uma corporalidade possível, que agora passa a ocupar um lugar mais central, cada vez mais modelizado, na semiosfera: a corporalidade youtuber. Com base nela, vemos surgir o corpo eletrônico pandêmico, que não mais se restringe àqueles que decidem deliberadamente performar a si audiovisualmente, mas engloba a todos que necessitaram (e puderam⁴) manter o isolamento social, que perdura no Brasil, a trancos e barrancos, há sete meses.

Por isso dividimos esse artigo em três partes. Primeiro, falamos um pouco sobre a semiosfera do YouTube, quais suas características e como desenvolve sua linguagem e as tensões no seu interior. Em seguida apresentamos as corporalidades youtubers e como se configuram. Por último, a partir de algumas imagens/frames de vídeos publicados em redes sociais, analisamos alguns modos de presença do corpo eletrônico pandêmico e suas semelhanças com a linguagem produzida pelas corporalidades youtubers.

YOUTUBE COMO SEMIOSFERA

O YouTube, plataforma de vídeos na internet, com funcionalidade de rede social criada em 2005, é o segundo endereço na web mais acessado do Brasil⁵. Mais que explicar as

³ Para a semiótica da cultura, a cultura é um sistema de linguagens e se manifesta concretamente em textos (LOTMAN; USPENSKI, 2007, p. 4), ou seja, o texto pode ser entendido como qualquer sistema de signos, não se restringindo a excertos escritos.

⁴ Esse é um aspecto fundamental: muitas pessoas não tiveram a opção de se manterem seguras através do isolamento social por duas tensões. A primeira, no sistema de saúde, em que toda a cadeia de trabalho de hospitais e postos de saúde (de diretores a médicos, passando por auxiliares de enfermagem, farmacêuticos a trabalhadores de limpeza e manutenção) foi convocada a se manter presente (muitas vezes sem os equipamentos para preservar a própria saúde). Não por acaso, são o maior grupo de risco de contágio e contaminação. A segunda, pela tensão na semiosfera neoliberal, que nega as novas codificações dos especialistas em saúde (da necessidade de isolar, diminuir contato, maior higienização) e tensiona – com anuência do poder político – para a manutenção das atividades econômicas em todos os níveis. Isso se reflete nos números de mortos pela doença, que atinge principalmente pessoas negras e pobres, que precisaram se manter “produtivas presencialmente”, para que os detentores de maior poder econômico (e, por consequência, brancos) se mantivessem seguros (não só de saúde, mas no status econômico). Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/07/12/por-que-o-coronavirus-mata-mais-as-pessoas-negras-e-pobres-no-brasil-e-no-mundo.ghtml> Acesso em 10 out 2020.

⁵ Segundo o site Alexa. Disponível em: <<https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>> Acesso em 14 jul 2020.

dinâmicas culturais envolvidas na produção desses vídeos disponibilizados a partir de uma plataforma pelo funcionamento das redes sociais, também é importante pensar nesses espaços virtualizados, que acumulam expressões pessoais das mais variadas, como espaços de significação. E no YouTube, esse espaço é complexo, com muitas camadas que desvelam uma cultura essencialmente comunicacional. E como é a linguagem audiovisual desenvolvida no YouTube que acaba se tornando a base de modo de estar pandêmico, é importante compreender esse território.

Por isso, a semiótica da cultura é uma das lentes pelas quais vemos o YouTube. “A semiótica da cultura não consiste apenas do facto de que a cultura funciona como um sistema de signos. É necessário sublinhar que já a relação com o signo e a signicidade representa uma das características fundamentais da cultura.” (LOTMAN; USPENSKII; IVANOV, 1981, p. 45). Ou seja, entre outras coisas, a semiótica da cultura tenta entender as relações entre comunicação e cultura e compreender os mecanismos geradores dos signos na cultura.

É aqui que o conceito de semiosfera, desenvolvido por Lotman, se mostra fundamental, pois engloba os sistemas modelizantes que são desenvolvidos, evidenciando normas e regras da cultura, mas também sua vida e dinamismo constantes através das tensões que tornam as transformações possíveis culturalmente. A semiosfera nunca é estática.

Assim, se a exemplo de Van Djick (2013), poderíamos pensar o online como uma nova camada adicionada à vida cultural-comunicativa de boa parte dos ocidentais, poderíamos pensar o YouTube como uma semiosfera, que constrói textos audiovisuais dessa cultura comunicativa como linguagem própria, que nas tensões internas dos participantes cria sistemas modelizantes, se comunica com outras linguagens, define fronteiras, dentro de uma estrutura assimétrica e em constante mutação.

Ainda que a plataforma tenha sido desenvolvida para fomentar a participação individual⁶, a lógica de uso e apropriação que os usuários fazem subverte os usos propostos pelos criadores, criando pontos de tensão com a plataforma, que, ao mesmo tempo em que abraça essas subversões, as poda e regula. Seja qual for o canal, nota-se que nele e a partir dele

⁶ Quando foi criado, em 2005, o YouTube se posicionava como um repositório de vídeos, mas que por funcionalidades básicas (se conectar a outros usuários como amigos, comentar e responder outros vídeos, além de gerar URLs e códigos HTML que permitiam que os vídeos pudessem ser facilmente incorporados em qualquer tipo de site), acabou sendo apropriada pelos usuários por essas características. Assim, após a compra da empresa e incorporação ao ecossistema de plataformas do Google em 2006, incorporou essa questão ao discurso e além de “depósito” de vídeos, estimulou que os participantes também a usassem como canal de expressão pessoal, simbolizado pelo famoso slogan, descontinuado em 2012, “Broadcast Yourself”.

são estabelecidos coletivos de usuários que interagem e se articulam formando uma espécie de comunidade. Para além disso, encontramos, ao olharmos diacronicamente, uma constante renovação dos códigos desse espaço semiótico.

Não deveríamos nos surpreender se, quando olhando atentamente, vemos que a diversidade de sistemas semióticos em uma cultura particular é relativamente constante. Contudo, outra coisa também é importante: o conjunto de línguas em um campo cultural ativo está em constante mutação, e o valor axiológico e a posição hierárquica dos elementos nela estão sujeitos a transformações ainda maiores. (LOTMAN, 1990, p. 124)

Essa dinamicidade causada pelas tensões internas entre os diversos participantes da cultura, faz com que os códigos compartilhados também estejam em constante renovação. Ao pensarmos o YouTube como semiosfera, analisando a diversidade de participantes dessa cultura – empresas e ecossistemas informacionais, algoritmos, produtores de conteúdo amadores, pequenos produtores de conteúdo profissional, grandes empresas de entretenimento, assinantes de canais, espectadores eventuais, público comentarista, para enumerar alguns – e sua metadiversidade (diferenças de gênero, raça, classe, territorialidades, idiomas, assuntos de preferência para produção e consumo de conteúdo) em uma prática (produção, consumo e distribuição de produtos audiovisuais) através do tempo (já são 15 anos de plataforma), podemos visualizar diversos pontos de tensão constante que ao mesmo tempo em que transformam esse espaço semiótico heterogêneo, criam e consolidam signos de uma gramática própria, identificada pelos participantes dessa cultura.

Para definir a semiosfera do YouTube, dimensionando seu tamanho, linguagem, subsistemas com fronteiras dinâmicas, as normas e o centro mais enrijecido dessa cultura, além de examinar as suas fronteiras e periferias, iniciamos trazendo alguns dados que nos dão a dimensão dessa semiosfera. Com as mudanças constantes nos algoritmos de recomendação de conteúdo do YouTube, a empresa tem divulgado cada vez menos dados sobre a plataforma⁷. Até o sistema de busca, que já foi bastante avançado e refinado, agora é extremamente simples e não dá a dimensão total do que foi buscado⁸.

⁷ Para se ter uma noção de quanto são vagos os dados divulgados pela própria plataforma, o relatório disponível na página de imprensa diz que “O número de canais que tiveram receitas anuais de cinco dígitos no YouTube cresceu mais de 50% ao ano”. Entretanto, não dá os números totais e/ou anteriores para que possa de fato ser feito um comparativo. Não sabemos se esse 50% de crescimento se refere a três canais (dois no ano anterior e agora tem mais um) ou a alguns milhares.

⁸ Se antes você buscava por “VEDA” (vlogging everyday april, uma prática cultural muito difundida entre participantes há mais de 10 anos) e conseguia visualizar o total de vídeos de todo o mundo que traziam esse nome no título e/ou descrição e/ou nas tags, agora a mesma busca apresenta inicialmente 20 resultados, precedidos de

Nesse momento, o que é importante perceber é que as normas dessa semiosfera continuam se alterando a todo o momento, e o atual fechamento dos dados é mais uma mudança evidente. Por isso, para tentar dimensionar um pouco da atual semiosfera do YouTube, contamos com os dados monitorados pelo SocialBlade⁹.

Segundo o próprio YouTube, mais de 2 bilhões de pessoas se conectam na plataforma por mês¹⁰, o que equivale a um terço do total de pessoas conectadas à internet em todo o mundo. Segundo o SocialBlade, o YouTube conta mundialmente, com 44,8 milhões de produtores de conteúdo em todo o mundo¹¹. Mesmo tendo uma grande diversidade de participantes (amadores, pequenos produtores já profissionalizados, indústria do entretenimento, música, televisão, etc), um tipo de conteúdo sempre teve destaque na plataforma: o conteúdo gerado por usuário (UGC, em inglês). São os pequenos e amadores que recebem maior atenção da empresa e que são estimulados a produzir conteúdo, atingindo algum nível de profissionalização, mas sem deixar aspectos essenciais da produção “amadora” de fora¹².

A CEO da empresa, Susan Wojcicki, não cansa de repetir que os criadores são o coração do YouTube¹³. Mesmo que a indústria tenha ocupado espaço nessa semiosfera, foi desenvolvida uma gramática própria do YouTube, reconhecida por seus participantes assíduos e eventuais. Vídeos com uma pessoa ao centro, um local que inspire intimidade (quarto, sala, ou fundo que traga elementos que causem identificação com o corpo falante), que fale sobre os mais diversos assuntos, ensine como fazer algo (de instalação de chuveiro a conquistas no jogo Minecraft), com edição e cortes relativamente simples, que a abordagem de qualquer assunto venha permeada pela experiência, existem na plataforma desde a sua criação e se transformaram em

duas recomendações da plataforma, e continua apresentando os resultados dessa forma enquanto o scroll for rolado para baixo, sem nunca dizer ao certo quantas referências a VEDA existem na plataforma. Teste feito em três browsers diferentes (Chrome, Mozilla e Edge), nos modos abertos logado com a conta google, aberto sem login e em modo anônimo, no dia 15 de setembro de 2020.

⁹ Socialblade é uma ferramenta que monitora algumas plataformas e redes sociais, como YouTube, Twitch (plataforma de streaming), Twitter, Dailymotion e Instagram. Com um algoritmo relativamente simples faz a contabilidade de alguns dados de cada uma dessas plataformas e calcula, com base em critérios sincrônicos e diacrônicos, a popularidade de produtores de conteúdo do mundo todo. Disponível em <https://socialblade.com/> Acesso em 25 set 2020. Como vivemos em uma época que informação é poder, os dados mais refinados da plataforma são vendidos, principalmente para empresas que desenvolvem ações de marketing de influência, ou monitoram tendências de mercado. Porém, com os dados abertos já conseguimos ter uma noção do tamanho da semiosfera do YouTube.

¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/intl/pt-BR/about/press/> Acesso em 25 set 2020.

¹¹ Disponível em: <https://socialblade.com/> Acesso em 25 set 2020.

¹² Aqui, toda a cadeia desse tipo de trabalho digital também pode ser questionada, mas vamos negligenciar esse aspecto para focarmos nas corporalidades neste artigo.

¹³ Disponível em <https://twitter.com/susanwojicki/status/1197599936444944384>. Acesso em 11 out 2020.

uma gramática desse tipo de linguagem audiovisual, ocupando o centro da semiosfera do YouTube, como é possível ver na representação abaixo.

Figura 1 – representação da semiosfera do YouTube com algumas das subsemiosferas e regiões de maior destaque



Fonte: a autora

E é importante salientar aqui que os canais com maior número de inscritos desde 2006, que ajudam a forjar essa gramática, tem cor, gênero e sexualidade. PewDiePie, gamer e youtuber sueco, ocupa o Top5 de canais com mais inscritos no mundo desde 2013¹⁴. Ser branco, heterossexual e cisgênero também está no centro da gramática da corporalidade youtuber.

Entretanto, a semiosfera não é feita somente desse centro cultural. E o próprio Lotman (1990, p. 137) ressalta que quanto mais na periferia da semiosfera, nas suas fronteiras, maiores são os tensionamentos capazes de gerar novos textos culturais. Aspectos isolados dessa linguagem formam subsemiosferas próprias, que tensionam o centro. Na figura o que é

¹⁴ Mesmo não sendo a fonte ideal, esse tópico da wikipedia traz dados corretos sobre as listagens de canais mais acessados do mundo e do Brasil. É interessante olhar o tópico “Progressão histórica dos canais mais acessados”. Poucas vezes a combinação branco-heterossexual-cisgênero não esteve em primeiro lugar no número de inscritos. Um youtuber sem nenhuma dessas três características nunca esteve no top do ranking. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_dos_canais_com_mais_inscritos_do_YouTube>. Acesso em 11 out 2020.

chamado de subsemiosfera da Indústria, é formado por canais de grandes produtoras da indústria do entretenimento que rivalizam e tensionam o centro dessa cultura. Um dos exemplos é a questão de direitos autorais. Desde o início do YouTube o chamado “conteúdo copiado por usuário” (UCC, em inglês) teve grande destaque, com postagens de videoclipes, músicas editadas em apresentações de clipes com imagens diversas, ou homenagens de fãs reproduzindo músicas. A Vevo, joint venture formada por Universal Music Group, Sony Music Entertainment, Warner Music Group e Abu Dhabi Media foi a primeira a não só entrar no YouTube (o canal data de 2006), mas a mover diversos processos contra usuários que faziam uso das trilhas sonoras de seus artistas contratados. Por essa tensão, o YouTube desenvolveu um sistema para detectar o uso de trilhas que contém direitos autorais e obrigou muitos usuários a deletarem conteúdo da plataforma por violarem essa norma e a Vevo criou canais para cada um dos seus artistas contratados.

Além da indústria da música, estão nessa subsemiosfera canais e programas de televisão e cinema, que não só pressionam com a questão de direitos, mas trazem aspectos próprios de linguagem para essa semiosfera, que acabam traduzidos e até fazendo parte da linguagem do YouTube. Um exemplo é a marcação de dias da semana e horários fixos para postagens de novos vídeos, formando uma espécie de grade de programação de cada canal.

CORPORALIDADES YOUTUBERS

Compreender o YouTube como semiosfera, nos permite entender como esses participantes que voluntariamente escolhem nascer audiovisualmente desenvolvem essa linguagem comum, própria da plataforma. Olhar para quem performa a si audiovisualmente através de vlogs no YouTube, nos ajuda a perceber alguns aspectos desse modo de presença que se popularizou com a pandemia.

Gibson (2016, p. 1–2) diz que blogs e vlogs são maneiras de sustentar uma “intimidade eletrônica”, a partir da qual “criadores regularmente narram suas vidas”. Já Goosen (2015, p. 6) os define como “a expressão de um eu corporificado”. Por trazer esse algo íntimo, essa expressão pessoal, a “autenticidade” (com todas as ressalvas possíveis ao termo) acaba sendo um dos principais valores de um vlog. A presença do corpo e o como esse corpo se coloca em vídeo, é o que acaba agregando veracidade ao conteúdo.

Para tentar compreender a prática, Goosen (2015) listou algumas das principais regras envolvidas na produção de um vlog que garante essa aura de autenticidade: 1) o lugar da experiência, em que se destaca a importância da “verdade de si” por trás do que é narrado; 2)

olhar a audiência, no sentido de que o olhar do produtor deve ser diretamente para a câmera, insinuando o contato visual com os sujeitos; 3) plano americano como principal modo de captura dos corpos que aparecem; e 4) edição e duração curta, com elementos visuais comuns. Essas características podem ser consideradas parte desta gramática dos vlogs, especialmente os que sustentam elementos mais pessoais/confessionais.

Como identificamos esses elementos como parte desta gramática, é interessante ver como ela está internalizada entre os participantes, com os sujeitos do público mais frequentes apresentando certa competência cultural, como defende Martin-Barbero (2004), acumulada a partir do contato com esse tipo de produção. Esses sujeitos são capazes de distinguir entre os tipos de narrativa, avaliar a qualidade técnica dos vídeos, apontar incoerências e, até mesmo, avaliar a autenticidade de outros vloggers. Lotman entende que todos os participantes do ato comunicativo devem ter familiaridade com a semiótica, pois “paradoxalmente, a experiência semiótica precede o ato semiótico” (LOTMAN, 1990, p. 123). Ou seja, o espaço semiótico necessário para a existência e funcionamento da linguagem precisa contar com participantes em constante interação com a linguagem daquele espaço semiótico.

Amaral, Soares e Polivanov (2018, p. 76) defendem que a performance pode ser uma categoria teórico-metodológica importante para compreender os sujeitos em sites de redes sociais, já que “formam a textura geral da experiência” dos sujeitos, e corroboram com o entendimento de que a performance é central nos modos possíveis de ser no YouTube, em que os criadores planejam e sofrem cobranças de autenticidade em suas performances de si. Com o não anonimato no YouTube, tendo o corpo como destaque desse produto midiático, é esperado que esses youtubers revelem seu “eu real”, porém vemos que esta performance de si vem carregada de intencionalidades.

Contudo, intencionalidades na performance de si no YouTube não transformam o youtuber em personagem fictício; da mesma forma em que é possível ler as pistas da intenção, é possível ler a subjetividade desses sujeitos. A performance de si, seja ela em vídeo ou no cotidiano, tem uma natureza relacional com a audiência. O eu é narrado de modos diferentes para interlocutores diferentes, deixando sempre fragmentos de si. Summerfield (2013) defende que a “ideia de audiência” é parte central nas concepções sociológicas do “self”, e que é a audiência ou o interlocutor, que ajuda no modo em que o corpo se posiciona e se move na narração de uma história.

Se a performance é ato, é cotidiana, especialmente a performance de si, compreendemos que é a performatividade, especialmente de gênero, na sua dimensão ontológica, que comunica

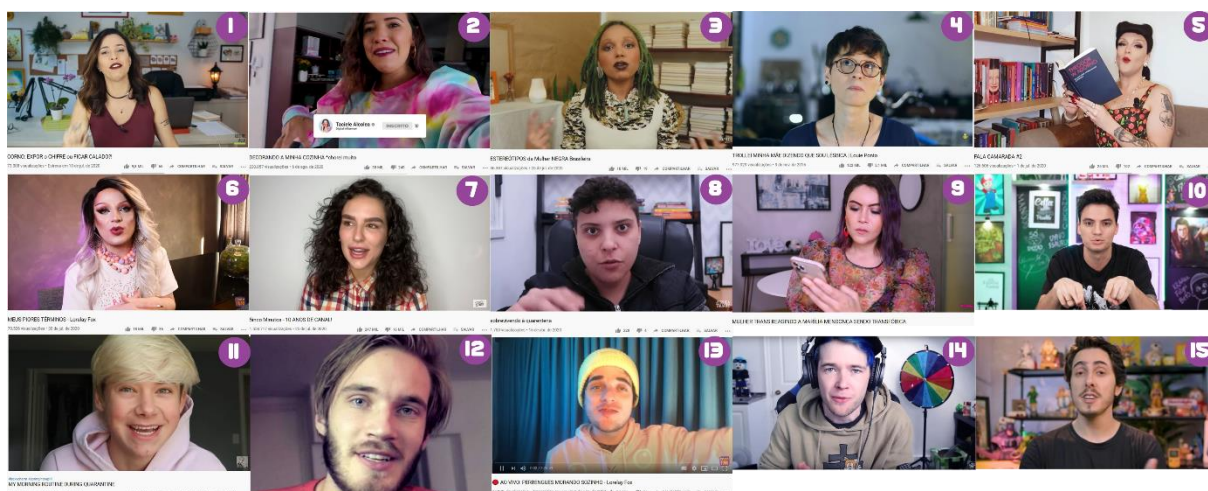
o corpo pelas performances de si. Apesar de alguns autores utilizarem performance e performatividade como conceitos correlatos, compreendemos, a partir do aparato conceitual desenvolvido por Butler (1988, 1992, 1997, 2002, 2004, 2015), que existem diferenças fundamentais, principalmente ontológicas, entre os dois conceitos. Um resgate da obra da autora a partir do conceito de performatividade pode ser lido aqui (CORUJA, 2019).

Assim, performatividade é um processo mais de invocação do sujeito, do que uma ação do sujeito. Em diversos momentos Butler respondeu sobre o erro que é reduzir a performatividade a uma performance, ou a uma manifestação isolada de uma expressão de gênero (BUTLER, 2002, p. 329).

Dessa maneira, performatividade é uma chave conceitual importante para entender o processo de produção dessas corporalidades audiovisuais no YouTube, de que forma (e o que) o corpo desses sujeitos comunica através dessa performance intencional de si e suas rupturas, mais - ou menos - subversivas. Mesmo sendo fundamental, o conceito não será problematizado neste artigo para focarmos em aspectos mais gerais da gramática do YouTube, que se reflete na produção das corporalidades youtubers, uma linguagem que possibilitou esse modo de presença de si eletronicamente durante a pandemia.

Para exemplificar os principais elementos da linguagem que produz a corporalidade youtuber, apresentamos abaixo 15 desses criadores, todos com mais de 100 mil inscritos em seus canais. Em ordem: 1) Taty Ferreira, 2) Taciele Alcolea, 3) Nataly Néri, 4) Louie Ponto, 5) Rita Von Hunty, 6) Lorelai Fox, 7) Kéfera Buchmann, 8) Jéssica Tauane, 9) Mandy, 10) Felipe Neto, 11) Jake Warden, 12) PewDiePie, 13) Lorelai Fox (antes da montagem), 14) Daniel Middleton e 15) Felipe Castanhari, como pode ser visto abaixo:

Figura 2 – Algumas corporalidades youtubers possíveis



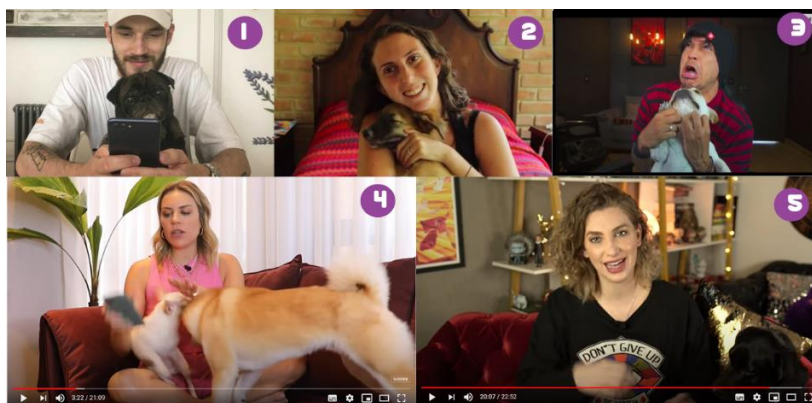
Fonte: canais desses criadores no YouTube. Montagem: a autora

Neste artigo vamos focar apenas nos aspectos visuais dessa gramática, excluindo o elemento narrativo na composição da performance de si relativas aos frames dos vídeos que compõem a figura 2. Observando os frames, é possível encontrar elementos que compõem as corporalidades youtubers, que são parte dessa gramática do conteúdo gerado por usuário (UGC) do YouTube: 1) plano americano, como modo de enquadramento principal do corpo (aqui pequenas variações mais fechadas que mostram a importância da cabeça falante em frente à câmera); 2) cenário que dá noção de intimidade (alguns são quartos, escritórios, outros locais da casa, trazendo elementos de fundo variados, mas que dão pistas sobre a subjetividades de quem está em frente à câmera); 3) o olhar diretamente para a câmera, simulando contato visual com a audiência.

Estes tipos de corpos eletrônicos (ROSÁRIO, 2009) também trazem aspectos performativos de gênero, reforçando normas de masculinidades e feminilidades, além de rupturas possíveis. Tópicos que tensionam em relação a gênero, raça e sexualidade, representam canais mais próximos às fronteiras da semiosfera, o que se reflete no número de inscritos: youtubers brancos, cisgêneros, que performam heterossexualidade possuem mais inscritos. Mas excluída a diversidade de gênero e raça, todos apresentam o corpo da mesma forma, independente de terem começado a formar sua corporalidade audiovisual no YouTube em 2006 ou 2018, pois como participantes do fluxo dessa semiosfera estão imersos nesse espaço semiótico e apreendem a linguagem (ajudam a construí-la e tensioná-la) em interação com o espaço (LOTMAN, 1990, p. 125). O mesmo para quem é apenas audiência (seja assídua ou eventualmente): pela interação com o espaço aprende essa língua da corporalidade youtuber e tenta reproduzi-la em outras semiosferas, tensionando-as.

Da mesma forma, o doméstico, o íntimo, está entranhado na linguagem do YouTube, em que imprevisibilidades não roteirizadas, como animais de estimação invadindo o vídeo, ou outras (familiar chamando, crianças aparecendo, quedas, equipamentos que caem, entre muitas situações), não só não são problema, como são elementos incorporados ao vídeo editado que vai ao ar e que ajudam a conferir essa aura de autenticidade ao youtuber que performa a si.

Figura 3 – Cachorros invadem vídeos de youtubers



Fonte: frames dos canais no YouTube de 1) PewDiePie, 2) JoutJout, 3) Gusta Stockler, 4) Deb Weneck e 5) Carol Moreira. Montagem da autora.

É a partir dessa tensão em diversas outras semiosferas, principalmente durante o período de isolamento social causado pela pandemia de Covid-19, que, a partir de uma linguagem já conhecida (a corporalidade youtuber) temos a possibilidade de vislumbrar o corpo eletrônico pandêmico.

MODOS DE PRESENÇA: CORPO ELETRÔNICO PANDÊMICO

Imagens semelhantes às apresentadas na figura 2 pulularam durante a pandemia causada pelo coronavírus. Essa produção da corporalidade youtuber se adapta e passa a ocupar novos territórios, tensionando aos isolados com um modo de presença corpórea imprevisível (principalmente pela frequência e subsequente modelização). Com a pandemia, como bem destaca Rosário (2020, p. 79), “explodiram-se códigos de diversas áreas e foi necessário criar rapidamente formas de existir, mobilizando a estrutura pluridimensional dos códigos”, principalmente no que diz respeito à adaptação dos modos de estar. Assim, o corpo eletrônico passa a ser uma das tantas corporalidades possíveis nesse contexto:

para se tornar corpo eletrônico, deve se submeter à linguagem, à técnica e ao discurso próprios das mídias que o atualiza, sendo que sua construção de sentidos se dá na sobreposição e mixagem das duas linguagens principais – a audiovisual e a corporal -, que vão estar articuladas num discurso corporal-audiovisual. (ROSÁRIO, 2009, p. 55).

É interessante notar que essa adaptação não passa apenas pelo individual e privado, mas por corpos eletrônicos deslocados dos estúdios e da estrutura da indústria da televisão e do cinema e experimentam as imprevisibilidades do corpo eletrônico pandêmico, numa incorporação de elementos de linguagem da corporalidade youtuber, em seus espaços de intimidade.

Figura 4 – Programas de entretenimento: humorístico e matinais



Fonte: frames dos programas 1) SNL, da NBC (EUA) e 2) Programa da Fátima, da TV Globo (Brasil).
Montagem da autora.

Programas de entretenimento (Figura 4) e jornalísticos (Figura 5) foram rápidos nesse processo de tradução para produção desses novos corpos, que trazem outras explosões e imprevisibilidades à linguagem audiovisual da televisão.

Figura 5 – corpos eletrônicos pandêmicos de jornalistas



Fonte: frames de imagens de telejornais da 1) WFIE-TV, dos EUA, 2) Fox 13, EUA, 3) TeleRadyo's SRO, Filipinas; 3) GloboNews, Brasil; 5) NBC, EUA. Montagem feita pela autora.

É fácil notar o quão imprevisível é essa invasão do doméstico na transmissão jornalística para canais de televisão, mesmo que essas transmissões sejam feitas da sala ou do escritório caseiro da/o jornalista. Quando acontece, vira notícia (Figura 5). Na ruptura com a linguagem do telejornalismo - de seriedade na transmissão da notícia em um local controlado como os estúdios de televisão - quando gatos, cachorros ou crianças espontaneamente “desrespeitam” o espaço destinado extraordinariamente ao trabalho dentro de casa por causa da pandemia, causam estranheza não só a quem está sendo transmitido ao vivo, mas a quem assiste, já que ambos participantes desse espaço semiótico identificam a explosão desses códigos e precisam

rapidamente traduzi-los¹⁵. Sem contar outras imprevisibilidades, como coriza sair do nariz de um convidado que participa audiovisualmente pela internet ao vivo (item 2, Figura 4).

E como essa geração de novos textos rapidamente é incorporada pela cultura, as imprevisibilidades domésticas rapidamente passaram a ser previsíveis, parte dessa linguagem (a exemplo das corporalidades youtubers), e incorporadas a esse corpo eletrônico pandêmico dentro da semiosfera do jornalismo. Ao passar a fazer parte dessa linguagem após tensionamento, deixa de ser notícia e passa a ser o “comum”.

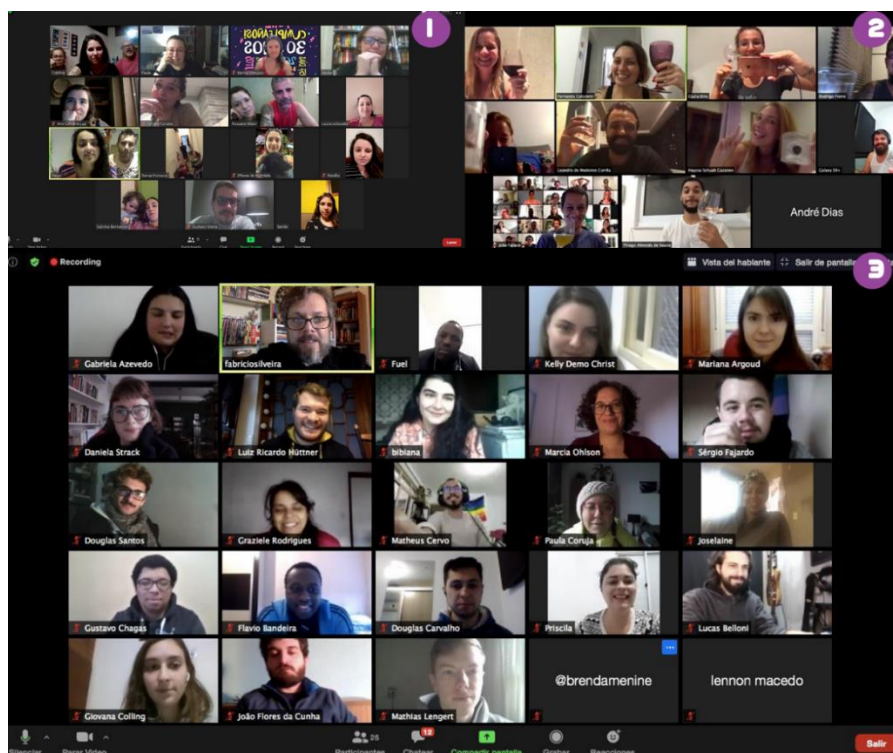
Entretanto, não foi apenas a semiosfera da televisão que precisou se adaptar aos novos modos de presença causados pelo isolamento. Somos muitos os que nunca pensaram em si como corporalidades youtubers e que de repente tiveram que começar a se ver em vídeo, mais uma cabeça falante, em lives, reuniões, encontros, aulas, performando a si e expondo seu espaço doméstico.

Todos aqueles que nunca tinham pensado antes em performar a si, em qualquer fragmento de si audiovisualmente – seja em encontros com amigos, como professor, fã, profissional de qualquer área –, notam que esse é um exercício de adaptação ao desconforto. Desconforto físico, do corpo que passa a ser produzido audiovisualmente. Agora também os corpos presentes na semiosfera da educação, da relação familiar, entre outras, se fragmentam em pedaços que adquirem significados próprios, e assumem na contemporaneidade novas construções sógnicas, resignificações constantes e suportam outros tipos de apropriações (ROSÁRIO, 2009), reproduzindo-se em múltiplas telas e territorialidades.

A exemplo das corporalidades youtubers, há um processo de fragmentação, o corpo amplia o orgânico e incorpora elementos, objetos, cores, que também fazem parte desse corpo, que informam a quem assiste sobre a multiplicidade presente na cabeça falante que se expressa em áudio e vídeo. Seja em eventos, que antes tinham público limitado pelo espaço físico e agora é multiterritorial em plataformas de streaming, como YouTube, Twitch (até mesmo Facebook e Instagram), encontros familiares, com os amigos ou em aula.

¹⁵ Essas imprevisibilidades estão em outras semiosferas também, como o cachorro “invadindo” uma sessão do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2020/07/14/cachorro-invade-sessao-online-do-tce-em-sao-paulo.ghtml>. Acesso em 11 out 2020).

Figura 6 – Corpos eletrônicos pandêmicos em aulas e festas



Fonte: frames de imagens de: 1) festa de aniversário da prima da autora; 2) happy hour de funcionários da empresa OLX publicado nas redes sociais da empresa, e 3) aula de Teorias da Comunicação do PPGCOM/UFRGS em 2020/1, também publicada em redes sociais. Montagem feita pela autora.

As aulas, inclusive, trazem dois aspectos interessantes. Se a cabeça falante, a corporalidade youtuber, simula contato visual com a audiência e participantes, nos ambientes de aprendizado online desenvolvidos durante a pandemia, também há uma exigência – parte da gramática da semiosfera da educação - desse contato visual com quem escuta o/a professor/a ou colega.

Agora, a construção dessa corporalidade se desmonta quando há a tensão por parte daqueles/as que se negam a performar esse corpo eletrônico pandêmico, e só deixam seu corpo visível pela presença textual do nome na tela preta, que aparece em substituição ao corpo. Algumas vezes essa negação ao corpo pandêmico vem justificada pelas instáveis conexões com a internet experienciada em muitos lugares do Brasil¹⁶.

Entretanto, ao conversar fora do ambiente que exige esse modo de presença, não há um protesto consciente, mas o cansaço de performar esse corpo eletrônico em frente à tela por muito tempo: de ter um cenário ao fundo que “fale bem” sobre quem aparece, de manter o corpo

¹⁶ Quem ainda não ouviu nos últimos sete meses: “Vou desligar a câmera para ver se melhora”?

ereto no plano americano, que mantenha o contato visual mesmo sem ser a cabeça falante do momento, de lidar com as muitas imprevisibilidades domésticas durante horas.

O ato de desligar a câmera torna-se a libertação de precisar performar a si por muito tempo em frente a outras pessoas. Porque diferentemente da corporalidade youtuber, que aparece por um tempo médio de 15 minutos depois de um processo de edição, o corpo eletrônico pandêmico na semiosfera da educação é marcado pelo excesso de exposição. Se somarmos a exposição do período em aula às outras obrigações de aparecimento (reuniões de trabalho, reuniões em família, encontros com amigos, eventos), nos deparamos com a exaustão desse corpo que encontra na ausência uma ferramenta para tensionar esse modo de presença.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Só será possível dimensionar e ter uma ideia mais exata das mudanças culturais causadas pela pandemia de coronavírus tempos depois de deixarmos de viver em tempos pandêmicos e os códigos culturais se rearranjarem. “Nesse processo, os códigos se atualizam em diferentes velocidades e o incompatível se transforma em adequado, o intraduzível em traduzível”. (ROSÁRIO, 2020, p. 81).

Enquanto isso, podemos ir analisando esses processos, principalmente comunicacionais, conforme se apresentam. Dessa forma, a proposta de pensar os modos de presença a partir do isolamento social como corpos eletrônicos pandêmicos dá conta de apenas um tipo de corporalidade que vemos surgir na pandemia, mesmo que em diferentes semiosferas, como a da educação, da relação familiar, das relações interpessoais, do entretenimento, do jornalismo, entre outras.

Vimos que a semiosfera do YouTube possui diversidade de participantes – de ecossistemas informacionais, a pequenos produtores de conteúdo – com diferenças de gênero, raça, classe, territorialidades, idiomas, assuntos de preferência para produção e consumo de conteúdo, que se tensionam e transformam esse espaço semiótico heterogêneo, criam e consolidam signos de uma gramática própria, identificada pelos participantes dessa cultura. Esses produtores de conteúdo, o “coração do YouTube”, produzem uma corporalidade, que mesmo com diversidade de gênero, racial, territorial, ente outras, se apresentam visualmente com os elementos centrais dessa gramática: o olhar para a audiência, o plano americano como modo de enquadramento, cenário que dá noção de intimidade e em geral incorpora elementos representativos que informam sobre essa corporalidade. Além disso, imprevisibilidades domésticas, como a passagem de animais de estimação, estão incorporadas nessa gramática, já

que quando acontecem são mostradas mesmo após a edição do vídeo, mais um fator que contribui para essa performance de si.

Semiosferas como a da indústria da televisão e do jornalismo precisaram traduzir rapidamente as explosões causadas pela pandemia, principalmente com relação ao isolamento social, reorganizando os signos de uma linguagem conhecida (a corporalidade youtuber) para experimentar as imprevisibilidades do corpo eletrônico pandêmico, em seus espaços de intimidade. Mas mesmo as imprevisibilidades domésticas, que de tão disruptivas em relação à linguagem do jornalismo eram noticiadas após acontecerem, acabaram se rearranjando dentro do sistema semiótico e são esperadas enquanto durar o isolamento.

Já a semiosfera da educação, vemos a tensão nas linguagens das corporalidades youtubers e da relação professor-aluno presencial, com a expectativa que os estudantes mantenham o olhar para a câmera simulando contato visual a cabeça falante do momento. Esses e outros desconfortos do corpo eletrônico pandêmico trazem tensão ao sistema quando estudantes só deixam claro que o corpo conectado pela presença textual do nome na tela preta. Essa ausência deliberada do corpo são consequência do excesso de exposição desses novos corpos eletrônicos, que quando visíveis também trazem os mesmos elementos visuais de corporalidades youtubers.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, [S. l.], v. 41, n. 1, p. 63–79, 2018.

BUTLER, Judith. Performative acts and gender constitution: An essay in phenomenology and feminist theory. **Theatre journal**, [S. l.], v. 40, n. 4, p. 519–531, 1988.

BUTLER, Judith. The Body You Want: Liz Kotz Interviews Judith Butler. **Artforum**, [S. l.], v. 31, n. 3, p. 82–89, 1992.

BUTLER, Judith. **Excitable speech: A politics of the performative**. New York: Routledge, 1997. *E-book*.

BUTLER, Judith. **Los cuerpos que importan**. [S. l.: s. n.]. *E-book*. Disponível em: <https://doi.org/10.4067/S0718-71812012000200027>

BUTLER, Judith. **Undoing Gender**. 1st. ed. New York: Routledge, 2004. *E-book*. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

BUTLER, Judith. Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade. 8ª edição. **Rio de Janeiro: Civilização Brasileira**, [S. l.], p. 238, 2015.

CORUJA, Paula. Uma Cartografia do Conceito Butleriano de Performatividade. *In:* 2019, **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO-INTERCOM**. [S. l.: s. n.]

GIBSON, Margaret. YouTube and bereavement vlogging: Emotional exchange between strangers. **Journal of Sociology**, [S. l.], v. 52, n. 4, p. 631–645, 2016.

GOOSEN, Annneros. **A vlogger’s discourse: new bodies in an online world**. Leuven: Dissertação (Master or Arts in Cultural Studies). KU Leuven, Leuven, 2015.

LOTMAN, Iuri; USPENSKII, Boris;; IVANOV, V. **Ensaios de Semiótica Soviética**. Lisboa: [s. n.], 1981. *E-book*.

LOTMAN, Yuri. **Cultura y explosión: lo previsible y lo imprevisible en los procesos de cambio social**. Ed. Gedisa. 1ª ed. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999. *E-book*.

LOTMAN, Yuri M. **Universe of the Mind: A semiotic theory of culture**. Londres: IB Taurus, 1990. *E-book*.

LOTMAN, Yuri M.; USPENSKI, Boris. Investigaciones semióticas. **Entretextos: Revista Electrónica Semestral de Estudios Semióticos de la Cultura**, [S. l.], n. 10, p. 7, 2007.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo**. [S. l.]: Edições Loyola, 2004. *E-book*.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. Corpos eletrônicos em discursos de audiovisualidades. *In:* ALEXANDRE ROCHA DA SILVA; MIRIAM DE SOUZA ROSSINI (org.). **Do audiovisual às audiovisualidades: convergência e dispersão nas mídias**. 1ª ed. Porto Alegre: Asterisco, 2009. p. 45–65. *E-book*. Disponível em: BOOK SECTION

ROSÁRIO, Nísia Martins do. EXPLOSÕES SEMIÓTICAS NA PANDEMIA DE COVID-19. *In:* MUNHOZ, Angélica Vier; COSTA, Cristiano Bedin da; LULKIN, Sérgio Andrés (org.). **Porque esperamos:[notas sobre a docência, a obsolescência e o vírus]**. 1ª ed. Porto Alegre: UFRGS, 2020. p. 76–82. *E-book*. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/210654/001115588.pdf?sequence=1>

SUMMERFIELD, Penny. Concluding Thoughts: performance, the self, and women’s history. **Women’s History Review**, [S. l.], v. 22, n. 2, p. 345–352, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/09612025.2012.726120>

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity: A critical history of social media**. [S. l.]: Oxford University Press, 2013. *E-book*.