***LIVES* NA PANDEMIA, TEMPORALIDADES E CATARSE:**

**AMBIÊNCIAS DIGITAIS E VIDA *ON-LINE* EM DIÁLOGO COM A PRÁTICA ESTÉTICA DO SHOW AO VIVO[[1]](#footnote-1)**

William David Vieira[[2]](#footnote-2)

**Resumo:** Aqui, apresentamos uma leitura do fenômeno das *lives* musicais para o *YouTube*, no contexto da pandemia do novo coronavírus (COVID-19). Entendemos que as referidas apresentações se comportam como um produto comunicacional que abre diálogos entre aspectos emanados da pandemia, como as novas formas de *experienciar* o tempo e o encontro interpessoal, agora virtual, suprindo as consequências do distanciamento social. Tomamos duas *lives* da cantora Marília Mendonça como objetos e, metodologicamente, acionamos categorias analíticas (o que chamamos de ambiências digitais) que dão conta de perscrutar operadores que funcionam por trás desses produtos, sobretudo elaborando um diálogo com os shows ao vivo. Com isso, mobilizam-se expectativas e experiências na vida *on-line*, indicando formas de consumo e adaptação.

**Introdução: a vida humana entre *lives*, ambiências digitais e shows ao vivo**

Pensar as transformações pelas quais a vida humana passa é uma tarefa complexa, que requer inúmeras frentes de discussão. Como próprio de todas as expressões culturais que entrelaçam a vida em sociedade e nela mesma são tecidas, é preciso recorrer aos imbricamentos que se fazem e desfazem diante de nossos olhos nessas tramas narrativas de construção do meio social. O fenômeno das *lives*, ressignificado e reapresentado no contexto da pandemia do novo coronavírus (COVID-19), é um caso que exige atenção e elaboração argumentativa nessa esteira de articulação.

Poderíamos, assim, pensar as *lives* a partir da rede social *Instagram*, como um espaço para espetacularização da vida íntima, entre quatro paredes, e também redefinida pelo isolamento social. Poderíamos, ainda, tensionar o *Facebook* como um retransmissor de *lives* feitas em outras plataformas de reuniões *on-line*, articulando seu *modus operandi* intrínseco a essa propagação de sinal, suas falhas, admissibilidades, entre outros. Aqui, optamos por enfrentar o fenômeno das *lives* de artistas do ramo da música, elaboradas para o *YouTube*. Com o início da pandemia no Brasil, essa prática estética das *lives* no site – encaradas como “performances ao vivo por meio digital” –, tornou-se uma importante ferramenta de nomes da cultura pop. Em tentativa de substituição (temporária, e não no sentido de suplantação) a outra prática estética, a dos shows ao vivo, as *lives* passaram a funcionar em diálogo com os shows e como possível alternativa aos concertos presenciais.

Poderíamos conceber um resgate dessas performances em sites como o *YouTube* como uma exploração do ao vivo e exibição de um dos processos de reconfiguração pelos quais passa a indústria da música, na qualidade de exercício de uma “*commoditização*” do fonograma em meio à proliferação das tecnologias digitais, da forma sob a qual apontam Kischinhevsky e Herschmann (2011). A partir dessa corrente, poderíamos, da mesma maneira, mapear transformações correlatas a esse ramo dos negócios no caso das *lives* agora. Entretanto, nosso foco se dá no sentido de apropriação por parte dos artistas e usuários, o que não deixa de apontar para esse modelo capitalista. Porém, tomamos como primordial tatear a feição estética, sensível, o que acaba por se voltar, da forma como estabelecemos nosso percurso metodológico, a essas demandas de consumo.

Sob esse prisma, discutimos, neste trabalho, a importância e presença das *lives* como fenômeno comunicacional que faz desvelar, em sua ossatura, interferências entre aspectos emanados da pandemia, como as novas formas de *experienciar* o tempo e o encontro interpessoal, agora *on-line*, no intuito de suprir as consequências do isolamento/distanciamento social. Partindo dessa temática, selecionamos, como objetos de análise, duas apresentações da cantora Marília Mendonça no *YouTube*[[3]](#footnote-3). Realizadas nos dias 8 de abril e 9 de maio, essas performances, intituladas pela própria equipe da cantora nas legendas dos vídeos no site como “shows exclusivos” para o “público”[[4]](#footnote-4), e não apenas “*lives*”, reuniram milhões de pessoas e bateram altos índices de visualização nas respectivas categorias audiovisuais possibilitadas pelo dispositivo midiático em questão.

Vale ressaltar que poderíamos trabalhar as *lives* em inúmeros contextos anteriores, mas interessa a nós, cientificamente, pensar o momento atual de produção desse material ao vivo, com suas demandas e configurações em desenvolvimento. Assim, tomamos como objetivo perscrutar operadores que funcionam por trás desses produtos como mobilizadores de expectativas e experiências na vida *on-line* também de agora (e que se deu e se dá de inúmeras maneiras, passando ainda por transformações no meio digital), indicando formas de consumo e adaptação daquilo que poderíamos chamar ainda e justamente de “vida digital”[[5]](#footnote-5) em tempos de crise pandêmica. Essa necessidade de investigação se justifica do ponto de vista de que, nas *lives*, tomadas como atos de disseminação dessa vivência – diretamente atravessada pela cibercultura como recurso para sobrevivência humana em meio a uma espécie de regime de exceção, que tece novas ordens de rotina, de apropriação das temporalidades e de suas tramas –, reelaboram-se práticas estéticas, ações mercadológicas e contatos interpessoais; reelaboram-se, em suma, formas de comunicação.

No caso específico das apresentações de Marília Mendonça, temos elementos pulsantes que dão conta de proporcionar uma abordagem à altura dos questionamentos que fazemos ao longo de nossas inquietações neste trabalho. Concentramo-nos em perceber como as apresentações, pelo caráter *cibercultural* e em um regime de pandemia, podem se comportar como expressões de caráter estético e composicional aberto ao diálogo com outra prática estética, a dos shows ao vivo – enquanto o show é compreendido como uma ação sobre a poesia da essência dos corpos (CORAÇÃO; VIEIRA, 2019), isto é, que convida ao congraçamento entre os pares, à sublimação (o transe performático, a comunhão) e à catarse (a explosão de sentimentos, afetos). Dessa maneira, assumimos metodologicamente duas categorias analíticas – os operadores ou elementos a que nos referimos anteriormente –, que funcionam como ambiências digitais (elucidaremos à frente) e que nos dão base para circunscrevermos o imbricamento entre *lives* e shows e para percebermos a relação gestada com a vida humana a partir disso.

As duas categorias são: 1) os atravessamentos e conflitos de temporalidades que se anunciam como símbolos da pandemia do novo coronavírus e, por conseguinte, 2) as demonstrações catárticas entre o “público” (que assistiu às performances de Marília), e comuns antes a shows ao vivo, diante agora de outra forma de encontro entre os pares possibilitada pela cibercultura – as *lives*. É importante destacar ainda que, nesse imbróglio, há uma rede de sociabilidade firmada anteriormente e sempre em regime de (des)construção. Estamos falando da *sofrência*, uma espécie de mola propulsora do discurso pop do sertanejo universitário, que também se abre à reapropriação e reconfiguração em tempos de uma crise mundial de saúde.

**Outros tempos de *sofrência*: a égide pop de uma frente cultural durante pandemia**

Das *lives* de Marília a seu diálogo com a prática estética do show ao vivo – ao ser evidenciado o flerte com elementos muito comuns dessa última forma de comunicação aqui listada –, das expectativas a também experiências na vida *on-line*, o que sobressai, de antemão, é a percepção de um gênero musical e de uma artista aparentemente não fragmentados ou, caso isso não seja possível e sem tamanha presunção de inteireza, ao menos bem localizados culturalmente e costurados em termo de “público”, apreciadores, empresários e patrocinadores e até mesmo *fandom*[[6]](#footnote-6), todos unidos em uma teia, em prol do sucesso das *lives* de Marília Mendonça. Como expoente de uma leva mais recente e reconhecida do sertanejo universitário, a cantora se tornou marca de uma rede de sociabilidade cuja tessitura está fiada na égide pop desse movimento. Desde sua ascensão, Mendonça foi estampa do gênero musical. Agora, suas *lives* flertam com outros indicadores de apropriação do tempo, do ritmo ou gênero musical, do show ao vivo, entre outros. E, curiosamente, temos outra Marília Mendonça, por assim dizer, sob outras configurações. Temos uma artista que continua sendo expoente da referida leva, mas que, oportunamente, surge delineada sob outras “coerências expressivas”, conforme sustentam Pereira de Sá e Polivanov (2012). Isto é: assim como temos também outras *lives*, de outros indicadores de apropriação do tempo, do ritmo ou gênero musical, ou mesmo de elementos do show ao vivo – sendo eles outros ou não, e utilizados apenas a partir de agora ou em oportunidades anteriores –, temos, para além disso, como elemento adicional de intriga, uma Marília Mendonça a projetar uma “persona midiática” específica, o que, por sua vez, trata-se de um constructo social ou de:

[...] um processo [...] intensamente complexo, precário, inacabado, de ajuste da “imagem” própria aos significados que se quer expressar para o outro, e que é muito fortemente ancorado na utilização de bens culturais-midiáticos, tais como letras de músicas, filmes, clipes... Processo que se dá em tensão, sujeito a ruídos, uma vez que sempre atravessado pela relação com os outros atores da rede sócio-técnica [*sic*] na qual o usuário se insere [no caso de redes sociais, mas podendo abrir margem para uma exequibilidade em outros campos, como as *lives* no site *YouTube*]. O que nos permite sugerir, talvez, uma *ilusão da coerência expressiva*, à maneira como Bourdieu fala da ilusão biográfica, a fim de desconstruir qualquer suposição de estabilidade, controle ou de concretude do sujeito como resultado do processo. (PEREIRA DE SÁ; POLIVANOV, 2012, p. 581; grifos no original)

E, para dissecarmos essa performance do “eu” apresentada pelas autoras, é preciso enfrentar, antes, o caráter fortemente tecnológico das *lives*, assumido de uma ou mais maneiras específicas num regime de pandemia, com diálogos frente a prática estética do show ao vivo, especialmente no sentido de se tentar trazer uma experiência muito própria desses concertos, com holofotes direcionados ao congraçamento, à sublimação e à catarse (CORAÇÃO; VIEIRA, 2019), dos quais falaremos à frente. Não se trata de afirmar que as *lives* sejam o novo show ou venham a substituí-lo em algum momento, reconfigurando essa outra prática estética e forma de ao vivo. Todavia, elas podem ser aquilo que de mais próximo dispomos agora – em julho de 2020 – quando pensamos em show ao vivo, nas condições de pandemia. São, portanto, *lives* cujo tom é dado justamente por materialidades do ambiente ou possíveis ambiências digitais, como optamos, neste momento, por chamá-las, na qualidade de instâncias correlatas a “coerências expressivas” (outras potentes ambiências) e seus efeitos. Isso porque, reforçando nossa perspectiva, são outras *lives*, de outros tempos, que propagam a cultura do “fique em casa”, comportando muitas e variadas formas de performance, dos atuais momentos de vida humana e experiência digital.

Por conseguinte, pensando nas materialidades do que envolve as *lives* de Marília Mendonça, capturamos evidências de um corpo em performance da *sofrência* na ordem pandêmica, a chamar para a comunhão, propor o transe de uma união ainda que de forma isolada, louvar o encontro e, com ele, alcançar o gozo, a *jouissance* também fiada na égide pop que, por força maior, igualmente se molda ao tempo. Esses elementos, as ambiências digitais, qualificam-se como operadores que podem remar para a reconfiguração das *lives*, de suas interações com a prática estética do show ao vivo, para além de reconfigurarem o modo de viver *on-line*. E o fazem ao mobilizarem expectativas e experiências nessa vida, apontando para formas de consumo de uma vivência digital. De um lado, as ambiências são atravessamentos e conflitos de temporalidades que se anunciam como próprios da pandemia do novo coronavírus e, como consequência, de outro lado, são ainda as demonstrações catárticas entre o “público” (que assistiu às performances de Marília) – e comuns antes a shows ao vivo –, mas diante agora de outra forma de encontro entre os pares, possibilitada pelas *lives*.

O apelo que se tem agora para acompanhar as lives, compartilhando com as demais pessoas – na qualidade de correligionários de doutrina ou seguidores de uma expressão ritualística –, como se tudo se tratasse de fato de um show (ou um possível e outro modelo de show), uma festa, pode ser tido como próprio dos tempos que se instalaram. Não que o gozo, a catarse, não existissem antes. Mas são, por ora, executados e *performados* em condições *sui generis* de tempo: de pandemia e de *sofrência* conjuntamente atritados. Se explorar a *sofrência* como parte da passagem ordinária dos dias pode ser usada como recurso discursivo, sua adaptabilidade e presença no cotidiano/ordinário da crise pandêmica é outra aposta ideológica. Tão logo há Marília Mendonça e suas canções em formato *lives*, há *sofrência* como a gramática que sempre apresentou ou que até então exibia, como apelo nostálgico para o antes (no sentido de se manifestar desejoso de voltar no tempo para *experienciar* a *sofrência* como no passado), ou como outro processo sintagmático de composição, sentido, fruição, ostentação e distinção, projetado para o *YouTube* do período de isolamento social.

Portanto, complementando nossa visada ao caráter tecnológico das *lives*, é preciso voltar ao *YouTube*, sobretudo em seu comportamento de dispositivo, para enxergá-lo como mola propulsora desses fenômenos e principalmente de uma *sofrência* transportada para *um* meio digital – agora em tempos de pandemia, já que ela também estava presente no espaço *cibercultural* antes disso. Desde ideias primeiras, como a de um compêndio, um arcabouço da memória no suporte digital ou um site de hospedagem (PUHL; ARAÚJO, 2012; ARAÚJO; MATOS, 2017) às distintas lógicas de visibilidade, processos de subjetivação (como performance e *performatividade*), compartilhamento, *experienciação* e suas temporalidades(CARDOSO FILHO *et al*., 2018), o site *YouTube* poderia ter seu *ethos* – caso fosse possível situá-lo – nessa pluralidade de vivências em decorrência de seus vários formatos comportados e sempre em negociação.

E, aqui, pensando nas demandas de consumo que envolvem o *YouTube* e o sertanejo universitário e sua *sofrência* agora enviada a este espaço e seu regime de utilização, somos enviados também às discussões de Cardoso Filho (2020) sobre o chamado “capitalismo de performance”, em discussão encarregada de dar conta das performances em rede durante o regime de pandemia, com abordagem das noções de presença, vigilância e nostalgia no isolamento social. Enquanto a publicidade exerce o imperativo do consumo, independentemente do período histórico ou sociocultural, reinventam-se as demandas, as formas de compra e os desejos introjetados nos compradores em potencial. Logo, o “fique em casa” apresenta tempo o suficiente para que se adquira tudo o que antes se protelava para comprar, já que, agora, supostamente, em meio à pandemia, há tempo de sobra para usar e, antes disso, muito mais tempo de sobra para se passar, empenhar e gastar (com paciência e financeiramente) na frente do computador, fazendo escolhas e usando o cartão de crédito ou outros meios de pagamento. No *YouTube*, o mercado que se desenha é particularmente similar, sobretudo no caso das *lives*, que explanam a possibilidade de artistas arrecadarem dinheiro enquanto as turnês estão paralisadas. Para o “público”, as formas de consumo são também reinventadas: do consumo da música, das plataformas musicais e, no caso de Marília Mendonça e do sertanejo universitário, do consumo direcionado à rede de sociabilidade da *sofrência* e no consumo dessa própria expressão cultural.

**Explorando o consumo, explorando ambiências digitais**

De maneira geral, uma das primeiras e mais superficiais lógicas das demandas capitalistas no uso das *lives* de Marília Mendonça e dos outros ao vivo dessa natureza é fazer com que estes pareçam assumir uma presunção de novo modo de show ao vivo, já que os concertos estão paralisados. É o que captamos com nossas categorias analíticas em funcionamento. Os artistas abrem suas casas, invocam práticas de consumo por *merchandisings* (ou as rejeitam), há toda sorte de ambiências digitais *experienciáveis* a partir da tela do *YouTube*. Em uma de suas aparições, durante mais de três horas, Marília constrói essas ambiências – ordenadores e dispositivos estéticos – ao recorrer a uma dimensão intimista, surgindo em um cômodo de sua casa, sentada em uma poltrona, de tênis e roupa comum, mas logo pedindo chinelos da marca e modelo Havaianas e os calçando em meio à transmissão. Ela pede também que não filmem suas unhas dos pés (que não são arrumadas há dois meses, segundo ela), chama “intervalos comerciais” e diz que vai aproveitar a pausa para ir ao banheiro. Marília sugere que o “público” faça o mesmo, pede doações para campanhas humanitárias e tem a tela de seu canal no *YouTube* ocupada por patrocinadores, *hashtags*, *QR code*, tradutores de libras, entre outros.

Na segunda *live*, com duração superior a cinco horas, Mendonça mostra, entre as mesmas ações da apresentação anterior, o quintal de sua casa. Em ambas, completando a ambiência, há comentários do “público” em tempo real, interação com os fãs e compartilhamento de “melhores comentários” dos *viewers* em seu *Twitter* pessoal. Numa visada quase *mcluhiana*, sugerindo um prolongamento de nossos sentidos por meio da tecnologia e transformações das práticas culturais quando a assimilamos e usamos (McLUHAN, 1972, p. 60), os elementos supracitados desvelam *experienciações* de camadas de temporalidades atravessadas: ir ao banheiro ao mesmo tempo em que a artista, acompanhar a publicação no *Twitter* e ter a chance de ver seu comentário publicado na conta da cantora, cantar e dançar com as músicas e a rede de sociabilidade da *sofrência*, interagir com pessoas que assistem também à apresentação, romper metaforicamente as paredes do isolamento em casa (desencadeado pela pandemia), compactuar com uma mesma mensagem e seus correligionários, que apoiam, vivem e propagam o discurso num ato de congraçamento, experimentar a intimidade da cantora desde o conforto de sua própria casa e assim por diante.

Acionado contígua ou simultaneamente, esse conjunto alimenta o transe performático pelas *lives*, que antes possuíam certas funções e agora almejam outras, sinalizando ocupar temporariamente o lugar de partilha muito visto antes no show ao vivo. Em meio a atos que beiram a estratégias de engajamento ou trocas, vemos que o convite à sublimação (ao transe), das temporalidades ao show, da intimidade aparentemente desnudada ao consumo estimulado, é força motriz para uma catarse subversiva ao tempo pandêmico reinante antes de se entrar na *live* e que não se finda com ela ou depois dela. Pelo congraçamento e o transe, a catarse, mesmo afetada pelo isolamento, rompe barreiras, tal como na prática estética do show presencial, enquanto explora o convite aberto à comunhão do sertanejo universitário, do discurso da *sofrência*, do tempo instaurado pela *live*, do ato de contornar o tempo do “antes da *live*” (o compartilhamento do regime de vivência e urgência da máscara e do álcool 70).

Essa participação em conjunto pode ser entendida mais densamente da forma como Coração e Vieira (2019, p. 45) compreendem a prática estética do show, qual seja, como uma “obra de arte espetáculo” nunca vista de forma ortodoxa, completa, autossuficiente e também encerrada em sua própria conjuntura. Ao apresentarem congraçamento, sublimação e catarse como um experimento metodológico para apresentações ao vivo, como um show, os autores investem nessa “poética do contato” (ainda que perpassada pelo isolamento social), cuja potência do relacionamento, do compromisso, materializa uma natureza/*aura* de baile, elucidando a premissa da fruição de sentimentos, balizadora dessa mesma “poética do contato” que a atravessa (Ibid, p. 52).

Como ação dosadora ou elemento de temperança, o que está posto em jogo nessa dialogia ou prática estética *experienciável* são os sentimentos, arraigados no terreno das paixões diante de um ídolo – a partir do que vemos também em Marília Mendonça. Ademais, podemos argumentar que:

[...] a fruição da obra de arte é, quase simbioticamente, a fruição dos sentimentos, suscitados, num espetáculo ao vivo, no entendimento aqui estabelecido, por meio do congraçamento (compartilhar conjuntamente, contiguidade e união dos corpos), da sublimação (sublevação, transcendência dos corpos) e do processo final de catarse (gozo, prazer sublimado). Nessa tríade, se nos voltamos para a sublimação como uma ponte que se faz em meio à catarse e ao congraçamento, ou seja, em meio ao orgasmático e sua potência de estímulo ao prazer, respectivamente, e se inserimos tais conceitos dentro da discussão sobre arte, arriscamo-nos na empreitada de desconstruir a pecha mercadológica que leva a cultura pop: seu caráter tempestivo de se fazer ver e vender e as noções de saqueio, reciclagem, pastiche (*kitsch*)... (CORAÇÃO; VIEIRA, 2019, p. 45-46; grifo no original)

Nesse sentido, no campo hipotético esboçado pelos autores, o que se espera dessa “obra de arte espetáculo”, reelaborada no contexto contemporâneo e na figura sob a qual poderíamos incluir as *lives* de Marília Mendonça, é que se abra uma cadeia sequencial e atribulada de elementos que darão o tom dessas apresentações. Isso quer dizer que, por esse emaranhado, não apenas haverá demandas de consumo, mas também um imperativo da transformação dos corpos – a ser dada sobretudo pela “poética do contato” –, da vida humana, dos meios e processos tecnológicos, dos gêneros e formatos musicais e audiovisuais, dos processos comunicacionais e das experiências estéticas possíveis a emergirem da relação com um objeto e um sujeito – ou mais de um, para ambos. E, em contrapartida, isso também pode se voltar a formas de consumo e a outras demandas mercadológicas, até mesmo reforçando as de antes. A questão posta aqui se encarrega de reconhecer todas essas tramas nas quais se tecem os produtos midiáticos, que são embasados na vida humana e a ela se voltam, com transfigurações potentes em processos de formação de sentido atribuídos por nós mesmos.

**No esteio da tríade “*lives*, show e vida digital”**

Pensando nas formas de adaptação e *experienciação* da vida humana – digital/*on-line* – e de meios culturais a ela relacionados, esse processo há pouco descrito, nas bases do que chamamos de ambiências digitais, trata-se de uma dialógica entre *lives* e shows, a qual pode indicar reconfigurações tanto de uma prática estética quanto de outra, quando se pensa na impossibilidade de acontecerem shows ao vivo e nas novas formas de se conceberem as *lives*. Isso porque são outras produções e experiências estéticas, outros arranjos comunicacionais, de produção de sentidos variados. Interessa-nos, portanto, pensar, a partir disso, na própria ressignificação de camadas de temporalidades do presente, o que se dá quando desvelamos essa tríade “*lives*, show e vida digital”, que propõe igualmente temporalidades em catarse, embalsamadas primeiramente em congraçamento e sublimação. Estando *lives* e temporalidades sempre em disputa com outras formas culturais de expressão musical, audiovisual, e outras tentativas de controle ou circunscrição pelos sujeitos, resta-nos problematizar as acepções em torno dos regimes *on-line* de vivência, mais uma vez pautados pelo consumo.

A partir do que nos alertou Cardoso Filho (2020), somos sempre incentivados a continuar consumindo. E essa operação é uma performance cujas formas não deixam de ser operadas, somente sofrem mudanças, atualizações. Nesse arrimo, podemos incluir os próprios flertes das *lives* com os shows, que demonstram outras formas de consumo de um gênero de espetáculo, de um artista e de seu capital cultural, enquanto as vendas de ingresso nada valem ou sequer têm um futuro aparentemente valorativo pela frente, por ser aguardado, esperado, como o *hype*/*buzz* que se alimenta previamente sobre shows, o ato da própria venda de ingressos e todo o arcabouço sequencial e temporal de acontecimentos que se sucedem como num frenesi ante uma estreia, para um *fandom*, uma rede de sociabilidade ou qualquer que seja o “público”.

Logo, não buscamos e tampouco tivemos a intenção de indicar que há uma reconfiguração da prática estética do show ao vivo por parte das *lives*. Mas, pela negociação mercadológica envolvida, ao menos tateamos uma rearticulação da cultura e da história ao identificarmos apropriações de traços comuns aos shows em novas tecnologias de *lives* e outros dimensionamentos destas, em suas acepções ditas como próprias ou “originais” – com a devida parcimônia no uso deste último termo. Tai apropriações poderiam acontecer também antes, mas da forma como as percebemos agora e são engendradas, no contexto de pandemia, assumem um verniz próprio das camadas de temporalidades atravessadas e que se lançam a nossos olhos. Ora, como atesta Dawsey (2005, p. 165), estamos sempre sujeitos a permutas de significação da sociedade ou de elementos residuais da história no presente – que se formam ao longo do tempo e tomam contornos distintos, conjugando-se de formas dissonantes. Por essa corrente, nossos corpos se transformam em agentes *performadores* dessas articulações, de seu surgimento e de suas funções ao longo da história.

Entre os elementos que nos levaram a essa problemática, está a mistura do congraçamento entre os pares e a propulsão ao transe, que estimula o processo catártico a romper barreiras – em shows ou *lives*. Em comunhão a isso, surge a tentativa de fazer com que os pares de uma teia se sintam mais próximos, mais unidos ou mesmo mais felizes, o que também, no fim das contas, dinamita quaisquer compreensões ensimesmadas das *lives*, que passam a sofrer reconfigurações, mudam de tom, permitem trocas de performance(s) etc., algo que se evidencia desde a intimidade explorada por Marília Mendonça e dada ao consumo até a performance da *sofrência* de cada um, cada sujeito, em sua casa, com seu dispositivo tecnológico, sua conta ou usuário anônimo no *YouTube*, seu software de acesso, sua rede de dados, entre outros. Dos elementos técnicos a estéticos, a catarse rompe barreiras, como no show ao vivo e como em outras práticas de ordem também estética, cada qual com seus respectivos elementos (suas ideias de características próprias ou “originais”, como dissemos acima) e suas hibridações, visto que há variações nas ambiências digitais, igualmente.

**Considerações finais: outras possibilidades de *lives*, ambiências e vidas *on-line***

Por esse caminho até aqui traçado, para fins argumentativos, podemos listar aqui outros exemplos de *lives*, que contribuem para essa discussão entre shows e vida digital, explicitando novas possibilidades de ambiências digitais. É o caso do cantor Gusttavo Lima, outro nome do sertanejo universitário mais recente, que exibiu nas *lives* uma espécie de “revivência” do Festival VillaMix – especializado em shows do gênero –, por conta da utilização de *drones* e da exploração maior do espaço de sua casa, numa ideia de grandeza, como aponta Pereira de Sá (2020). No caso de Marília e, similar a ele e que pode ser trazido aqui a título de exemplo, no caso da cantora de *axé music* Ivete Sangalo (que apareceu de pijama numa *live*, na sala e na cozinha de sua casa), verificamos uma exploração maior da intimidade, talvez passível de ser definida como uma performance intimista, sem se esgotar nessa compreensão e estando combinada a outros elementos.

Pereira de Sá (2020) destaca também outra dinâmica de mercado das *lives*, verificada no fenômeno pop Anitta, que trabalhou com luzes individuais, contratadas exatamente para as *lives*. Em todas essas ambiências e em seus possíveis diálogos com os shows ao vivo ou com outras expressões, na reinscrição de temporalidades do presente, nos processos de congraçamento, sublimação e catarse que podem se dar a partir deles, há certamente alguns pontos em comum, apesar de suas especificidades. Por conseguinte, essas explorações são capazes de evocar, no âmbito comunicacional, desde a acepção de canção midiática às peias mercadológicas, conceitos de gêneros midiático-musicais ou audiovisuais. Em continuidade, evocam, como salientamos, permutas de significação da sociedade, transformações de agentes *performadores*, reapropriações tecnológicas, entre outros.

A vida digital se assimila, assim, pelas significações que podem emergir de um formato e seus arcabouços. Não entramos diretamente nessas questões, mas, em meio a isso, está a curiosidade por trás da ideia de se fazer *lives*. Não apenas no sentido de nos questionarmos “por que *lives* e não outra produção?”, mas, para além disso, no fato de que o termo *live* é peculiar pelo teor autoexplicativo da expressão, apontando para um modo de estar ao vivo, mostrar-se ao vivo ou mostrar (algo) ao vivo. E esse vivo se abre e se projeta em camadas, desde a produção de presença dos corpos na frente das câmeras. As assimilações de “vida” que podem surgir a partir desse entrecruzamento pulsam em meio à pandemia. A título de exemplo, em uma publicação no *Instagram*, o artista Rogério Skylab, ex-apresentador de um programa no Canal Brasil, da tevê por assinatura, e autoprojetado como uma celebridade decadente, explorou essa decadência na escora do fenômeno das *lives*. Na publicação, ele questionava por que se fazer tantas *lives* e indicava que havia uma necessidade extrema na humanidade de se mostrar que está vivo.

Em todas essas apresentações justamente ao vivo, por conta do grande número de acesso e dos problemas com a conexão à internet, é possível ver falhas na tela do *YouTube*, ou no vídeo apresentado, mais exatamente. Assim, o corpo *presente*[[7]](#footnote-7), ao vivo, em *live*, é interrompido por fantasmagorias, chuviscos. Ainda que haja tal interferência, tem-se a ideia de que a pessoa permanece *viva* de onde se transmitem áudio e vídeo. Como se ela estivesse em outra camada de vivo, em outra temporalidade. Não estaria aí, a partir de tal entendimento e nessa cultura do ao vivo, no meio de uma pandemia, uma autoafirmação desse imperativo de se estar vivo, questionada por Skylab? Em outras palavras, demonstra-se a necessidade de se manter vivo em meio à crise, manter-se presente, mesmo ou sobretudo por conta do “fique em casa”, já que se mostra estar vivo em sua privacidade (à qual, em geral, poucos têm acesso, mesmo para figuras públicas) e, ao mesmo tempo, isso se reforça estando vivo também em outro ambiente, um ambiente visível, que projeta o sujeito e seu corpo, um ambiente virtual que é visto, na tela de cada pessoa que acompanha a *live* também num outro e ínfimo espaço de tela dentro desse ou adjacente a ele – como o comentário do “público” enviado diretamente para o artista e para todas as outras pessoas que estão lá, *on-line*, ligadas, a partir do que vimos nas apresentações de Marília Mendonça.

Não há como esquecer também o caráter de montagem nas/das *lives*. Não obstante haja a intimidade e a montagem tenha sido vista em outros artistas que exploraram menos uma performance da vida privada, como Gusttavo Lima e Anitta, a combinação deliberada de elementos se revela como condição *sine qua non*, por vezes a contradizer a presunção de intimidade. Um exemplo seria a aparição de Ivete Sangalo de pijama, ao mesmo tempo em que ela aparece maquiada, com luzes estrategicamente dispostas na sala e na cozinha de sua casa. Em contrapartida, o filho e o marido de Ivete estavam mais despojados, com roupas “comuns”. Isso porque até mesmo a vestimenta de Ivete é questionável do ponto de vista de: “é realmente um pijama? É confortável para um pijama? Ela o usa costumeiramente? Já foi lavado? Desbotou? Precisou ser remendado? É novo? Quanto custou? Estava no guarda-roupas ou foi comprado (ou também presenteado por uma grife, como ação de *merchandising*) para que ela fizesse uma *live* de pijama?”.

Apontamentos como esses dão conta de que há substratos justapostos e a legitimarem determinadas narrativas de *lives*, com intencionalidades variadas e em contraste com múltiplas produções de sentido e táticas de uso. Logo, não se pode dizer que a cultura do “fique em casa” promove o caseiro e sem montagem, amador e sem aperfeiçoamento, ainda que haja a exploração de uma lógica dessa natureza, com base na intimidade. Na mesma medida, as fantasmagorias que podem surgir nas imagens do *YouTube*, nos erros *ciberculturais*, nas falhas de transmissão, seriam, no limite, mais amadoras ou caseiras que a incapacidade decretada e visível de haver um erro em *lives* montadas para parecerem intimistas – o que tem parecido difícil de ocorrer nesse presumido amadorismo/intimismo e que se pode questionar sobre os casos de Ivete Sangalo e Marília Mendonça.

**Referências**

ARAÚJO, Willian Fernandes; MATOS, Ludimila Santos. Lutando contra o YouTube para se tornar visível para a comunidade: o discurso de um criador de conteúdo sobre trabalho, diversão, controle e recompensa. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, v. 22, n. 38, 2017, p. 142-153. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/29150/17387>. Acesso em: 26 mai. 2020.

AS LIVES COMO ESTRATÉGIAS DE FRUIÇÃO EM TEMPOS DE PANDEMIA. *Live* apresentada por Simone Pereira de Sá *et al*. [*S. l*.: s. n.], 2020. 1 vídeo (2h 09min 10seg). Publicado pelo canal Comunicação IFRS - Campus Alvorada. Disponível em: <https://youtu.be/gVMQsi0LJBc>. Acesso em: 20 jul. 2020.

CORAÇÃO, Cláudio; VIEIRA, W. D. Lana Del Rey, uma doce serial killer: congraçamento, sublimação e catarse no Lollapalooza Brasil. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**, v. 21, n. 2, 2019, p. 44-54. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2019.212.05/60747256>. Acesso em: 20 mai. 2020.

DAWSEY, John. C. Victor Turner e antropologia da experiência. **Revista Cadernos de Campo**, São Paulo, n. 13, 2005, p. 163-176. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/50264>. Acesso em: 26 mai. 2020.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Serenidade, presença e poesia**. Tradução de Mariana Lage. Belo Horizonte: Relicário, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; HERSCHMANN, Micael. A reconfiguração da indústria da música. **E-Compós**: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, v. 14, n. 1, 2011, p. 1-14. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/524>. Acesso em: 19 jul. 2020.

LIVE MARÍLIA MENDONÇA - #LIVELOCALMARILIAMENDONCA. *Live* apresentada por Marília Mendonça. [*S. l*.: s. n.], 2020. 1 vídeo (3h 29min 49seg). Publicado pelo canal Marília Mendonça. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=s-aScZtOfbM>. Acesso em: 25 mai. 2020.

LIVE MARÍLIA MENDONÇA - #TODOSOSCANTOSDECASA. *Live* apresentada por Marília Mendonça. [*S. l*.: s. n.], 2020. 1 vídeo (5h 53min 49seg). Publicado pelo canal Marília Mendonça. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mkw3jkXHjEc>. Acesso em: 25 mai. 2020.

MASCARENHAS, Alan; SOARES, Thiago. Estética do fandom: experiência e performance na música pop. **Esferas**, n. 6, 2015, p. 153-161. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/6156>. Acesso em: 19 jul. 2020.

McLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg**: a formação do homem tipográfico. Tradução de Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Editora Nacional; Editora da USP, 1972.

PEREIRA DE SÁ, Simone; POLIVANOV, Beatriz. Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais. **Contemporânea**, v. 10, n. 3, 2012, p. 574-596. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/6433>. Acesso em: 25 mai. 2020.

LIVES CÁTEDRA INTERCOM – SESSÃO 5. *Live* apresentada por Jorge Cardoso Filho *et al*. [*S. l*.: s. n.], 2020. 1 vídeo (1h 37min 37seg). Publicado pelo canal Intercom. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wSPkfGrgHCE>. Acesso em: 19 jul. 2020.

PUHL, Paula Regina; ARAÚJO, Willian Fernandes. YouTube como espaço de construção da memória em rede: possibilidades e desafios. **Revista Famecos**:mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 19, n. 3, 2012, p. 705-722. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551012007>. Acesso em: 25 mai. 2020.

1. Agradecimentos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio financeiro em modalidade bolsa de Doutorado, o que possibilitou a realização deste trabalho. [↑](#footnote-ref-1)
2. Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCom/UFMG), com bolsa CAPES, e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Pesquisador dos grupos “Núcleo de Estudos Tramas Comunicacionais: Narrativa e Experiência” (UFMG/CNPq) e “Quintais: Cultura da Mídia, Arte e Política” (UFOP/CNPq). E-mail: [williamdavidvieira@gmail.com](mailto:williamdavidvieira@gmail.com). [↑](#footnote-ref-2)
3. Os links para acesso às *lives* estão disponibilizados na seção “Referências” deste trabalho. [↑](#footnote-ref-3)
4. Neste texto, vamos optar por utilizar a expressão “público” entre aspas. Adotamos tal medida por nos encontrarmos, até esta etapa de nossas pesquisas acadêmicas envolvendo cultura musical e suas temporalidades, de uma forma geral, na falta de um termo melhor para definir aqueles que se engajam com essas expressões culturais e suas múltiplas acepções. A começar pela noção de engajamento, já teríamos uma desmistificação de alguém que está apenas à espera de algo, embora o termo “público” não se limite apenas por esse sentido e esteja aberto a perspectivas menos pacientes. De todo modo, reafirmamos nossa parcimônia no uso do termo e salientamos o alerta para essas questões adjacentes. [↑](#footnote-ref-4)
5. Neste texto, usaremos como sinônimos, com suporte nessa argumentação, os termos “vida digital”, “vida *on-line*” e afins. [↑](#footnote-ref-5)
6. Termo compreendido aqui como atestam Mascarenhas e Soares (2015, p. 154), ao descreverem uma chamada subcultura do “fã-clube” que se define pelo gosto por meio de formações grupais e também por experiências sensíveis em torno dessa estética individual ou coletiva, mediada, ainda que com certo distanciamento e sem a direta intervenção deste, de um ícone imbuído de uma biografia que assim se transcreve – biograficamente – aos corpos dos fãs, que *performam* gestos, falas, processos identificatórios, dublagem, entre outros. Dessa maneira, pode-se compreender uma acepção sensível da *sofrência* nos ambientes ou “locais ritualísticos” (Ibid, p. 153) de *fandom*, do show aos sites, fóruns, redes sociais e *lives*. [↑](#footnote-ref-6)
7. Aqui, cabe um destaque: em nossas abordagens de presença neste trabalho, estamos atentos às perspectivas *gumbrechtianas* da produção de presença, que, para o autor, estão fincadas na concepção da poesia – como apontam Coração e Vieira (2019, p. 53) – e justamente numa “poética do contato”. Nas palavras do próprio pesquisador alemão, a “face do ser” *presente* sintetiza, em uma noção de tranquilidade ou serenidade – talvez, a definição de um processo pós-catártico, pós-gozo, quando se tem, supostamente, a presença do ídolo já *experienciada* ao máximo e finda –, toda a pulsão quase demoníaca na qual se transcrevem os sentimentos e o terreno dos desejos, e que também precede qualquer forma corpórea em que esses demônios podem se transformar. Pois, “assim que tomam o palco [produzindo-se como presentes em um meio, em um adro que deixa de ser margeado, torna-se espetáculo, o centro de atenções], eles [os demônios] assumem a forma de todos os tipos de corpos e papéis humanos – mas quando devem ser ‘apenas demônios’, eles rejeitam tais formas: então, seus cabelos são selvagens e exuberantes, os ritmos de seus movimentos são difíceis de acompanhar, seus olhos não estão abertos nem fechados, e suas línguas, esticadas para fora. Seria essa a tranquilizadora face do Ser?” (GUMBRECHT, 2016, p. 39). [↑](#footnote-ref-7)