

AUDIOVISUAL EM REDE E DISSIDÊNCIAS SEXUAIS: narrativas e reconhecimento¹

MUSIC VIDEO AFTER MTV AND LGBT+ COMMUNITIES: narratives and recognition

Tiago Roberto Ramos²

Resumo: O texto³ analisa a produção e circulação de audiovisuais heterogêneos pelas redes e plataformas digitais e sua relação com a crescente presença de artistas LGBT+ na mídia. O principal objetivo é investigar como o audiovisual em rede (Gutmann, 2021) tem sido articulado por artistas dissidentes sexuais na busca por visibilidade e na luta por reconhecimento. Secundariamente, apresento uma possibilidade de abordagem investigativa desse fenômeno, fundamentada na produção de cartografias da comunicação e da cultura (Martín-Barbero, 2004) e na realização de perambulações digitais (Leitão e Gomes, 2017). O trabalho aborda a trajetória do videoclipe musical, suas convenções e reconfigurações; discorre sobre as expressões dissidentes na música brasileira e apresenta os resultados de um exercício de perambulação digital que sinalizou para a importância dos trânsitos pelos audiovisuais em rede na configuração de narrativas que impactam a luta por reconhecimento e humanização das vidas LGBT+.

Palavras-Chave: Audiovisual em rede. Dissidências sexuais. Liniker.

Abstract: The text analyzes the production and circulation of heterogeneous audiovisuals through networks and digital platforms and their relationship with the growing presence of LGBT+ artists in the Brazilian media. The main objective is to investigate how networked audiovisuals (Gutmann, 2021) have been articulated by LGBT+ artists in the construction of visibility and the struggle for recognition. Secondly, I present a possible investigative approach to this phenomenon, based on the production of cartographies of communication and culture (Martín-Barbero, 2004) and digital wanderings (Leitão and Gomes, 2017). The paper addresses the trajectory of the music video, its conventions and reconfigurations; it discusses dissident expressions in Brazilian music and presents the results of a digital wandering exercise that pointed to the importance of transits through networked audiovisuals in shaping narratives that impact the struggle for recognition and humanization of LGBT+ lives.

Keywords: Post-MTV music video. LGBT+ communities. Liniker.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Televisão. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2024.

² Doutor em Comunicação pela UFPR, tiagormsx@yahoo.com.br.

³ Parte das reflexões que deram origem a este trabalho foram desenvolvidas na pesquisa da tese “Videoclipes e tramas de visibilidade: a poética da humanização em Liniker” defendida no PPGCOM/UFPR e orientada pela professora Dr. Regiane Regina Ribeiro. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/handle/1884/94521> Acesso: 16 fev. 2025

1. Introdução

Transformações recentes na indústria da música e do audiovisual têm impactado diretamente os modos de presença, visibilidade e representação de sujeitos e pautas LGBTQ+ nas mídias (Mota Júnior, 2022). Diferentes artistas têm experimentado a conquista de sucesso e visibilidade graças a viralização dos seus audiovisuais pelas plataformas de compartilhamento de vídeo (Gonçalves, 2020). Em 2015, Liniker e os Caramelows foram catapultados ao estrelato após o sucesso do videoclipe de “Zero”⁴. No mesmo ano, Pabllo Vittar despontou como promessa do universo pop brasileiro ao lançar o videoclipe de “Open Bar”⁵. Antes desse lançamento, Vittar já era conhecido pelos seus covers caseiros que circulavam em plataformas como o YouTube e Facebook. Linn da Quebrada; outra figura importante no contexto da ampliação da presença da temática LGBTQ+ em produtos midiáticos (como novelas, programas de televisão, filmes e séries); se apropriou da gramática do audiovisual que circula nas plataformas para fomentar a disputa de sentidos em torno das identidades não normativas e suas lutas por reconhecimento e legibilidade social (Mota Júnior e Gutmann, 2021).

Tal processo sinaliza a existência de um fenômeno mais amplo, que se relaciona com a multiplicação das linguagens e formas de intervenção e presença de sujeitos LGBTQ+ na mídia e no debate público e a importância do audiovisual, principalmente o das plataformas, nessa dinâmica. O objetivo deste trabalho é explorar esse tema e investigar a relação entre o audiovisual que se produz e circula pelas plataformas, especialmente videoclipes, e a luta por visibilidade e reconhecimento encampada por sujeitos LGBTQ+. Pretendo também apresentar uma possibilidade de abordagem investigativa desse cenário, fundamentada nas proposições de Martín-Barbero (2004) sobre cartografias da comunicação e da cultura, nas proposições de Gutmann (2021) sobre a pesquisa do audiovisual em rede e nas considerações de Leitão e Gomes (2017) acerca das perambulações digitais.

O texto está organizado em duas partes. Na primeira, faço um resgate histórico sobre o videoclipe musical, suas convenções e transformações. Na segunda, discorro sobre o surgimento das expressões dissidentes na música brasileira contemporânea e indico o trajeto investigativo que percorri ao pesquisar esse fenômeno, abordando os efeitos que a produção

⁴ Disponível em: <https://youtu.be/M4s3yTJCcmI> Acesso em: 16 fev. 2025.

⁵ Disponível em: <https://youtu.be/IYuepseCRGY> Acesso em: 16 fev. 2025.

audiovisual das dissidências sexuais têm promovido nos processos de visibilidade e reconhecimento.

2. Videoclipe: convenções e reconfigurações de um gênero

O videoclipe musical tornou-se culturalmente relevante com o advento da MTV em 1981, no contexto da crise da indústria fonográfica norte-americana. Nesse contexto, a experiência sonora das rádios FM se aproximou da experiência audiovisual presente em mídias como o videogame e o videocassete, então em florescimento. Tal aproximação é uma das grandes responsáveis pelo surgimento do videoclipe musical, que encontrou na MTV uma de suas principais vitrines (Holzbach, 2013).

A MTV, especialmente por meio do MTV *Video Music Awards*, contribuiu para a legitimação cultural do gênero e para a definição das convenções estéticas, de produção e circulação do videoclipe musical. Profundamente associado à experiência juvenil das décadas de 1980, 1990 e 2000, o videoclipe se inseriu no cotidiano dos seus consumidores e tornou-se um gênero audiovisual independente, influenciando processos sociais e culturais de configuração de identidades e distinções. Como indica Soares (2009, p.57): “O videoclipe fornece material simbólico para que indivíduos forjem identidades e modelem comportamentos sociais extensivos aos propostos pelas instâncias da indústria musical.”

As transformações e redefinições que o videoclipe imprimiu nos modos de produção, consumo e fruição da música e do audiovisual estão diretamente vinculadas à relação deste gênero com a televisão. O caso brasileiro é exemplar nesse sentido. Nas décadas de 1970 e 1980 diferentes embates entre cultura musical e televisiva se processaram no país (Soares, 2009). Na tentativa de construir um posicionamento no mercado da música, artistas, gravadoras e canais de televisão investiram em diferentes experimentações audiovisuais.

A Rede Globo de Televisão tinha no programa Fantástico espaços específicos para números musicais, “funcionando como um laboratório de inovações cênicas, cenográficas e coreográficas” (Soares, 2009, p.96). O videoclipe de “América do Sul”⁶, de Ney Matogrosso, lançado em 1975 no Fantástico, é identificado como marco fundamental na história do gênero no país por trazer inovações estéticas e de linguagem, como as gravações em ambientes externos.

⁶ Disponível em: <https://youtu.be/4fguWvisR70> Acesso em: 16 fev. 2025.

Nesse período o Fantástico exibiu cerca de quatro videoclipes por edição. Além de exibir, a Rede Globo produzia os videoclipes. Sendo esse elemento um grande diferenciador entre o formato da MTV norte-americana e da Rede Globo. Quase sempre, as canções que ganharam videoclipes no Fantástico estavam presentes nas trilhas sonoras das telenovelas da emissora (Brayan, 2011).

Com isso, a TV Globo configurou um jeito inédito de produção e consumo dos videoclipes. Esse modelo passou a ser questionado pelas gravadoras, que se viam refém das decisões da emissora e não conseguiam inovar esteticamente ou dialogar com públicos mais amplos (Soares, 2009). Para se opor a essa configuração, muitas gravadoras criaram departamentos dedicados ao audiovisual, se associando a produtoras de vídeos e viabilizando videoclipes independentes do padrão Globo de produção.

Foi apenas na década de 1990 que a Rede Globo perdeu completamente o seu protagonismo no cenário do videoclipe. Isso ocorreu com a chegada da MTV ao Brasil. O novo canal adotou a lógica da TV segmentada e criou uma grade de programação voltada para o público jovem, relacionada ao universo musical. Aqui a MTV também se envolveu com a produção de videoclipes. Na sua estreia o canal financiou a produção de pelo menos vinte e um videoclipes de artistas nacionais (Bryan, 2011).

Com essa estratégia, a MTV contribuiu para a inovação estética e de linguagem do videoclipe nacional e auxiliou a formar uma geração de realizadores que vieram a se destacar no cinema brasileiro, como Andrucha Waddington, Breno Silveira e Cláudio Torres. Outra contribuição significativa da emissora foi a definição de convenções estéticas e narrativas que ajudaram a consolidar o videoclipe como um gênero audiovisual. A hibridez do videoclipe; que se expressa numa estética marcada pelo cruzamento entre linguagem televisiva, publicitária e cinematográfica; e a não linearidade narrativa; que promove articulações descontínuas entre imagem e som; são duas grandes responsáveis por torná-lo uma das principais estratégias de produção de visibilidade para canções e seus intérpretes.

Tal configuração faz com que o videoclipe seja um gênero de experimentações, aberto e poroso às transformações sociais mais amplas que se processam no universo da cultura e da mídia. Foram essas transformações, como o surgimento das plataformas, especialmente do YouTube, que desafiou a hegemonia da MTV no cenário do videoclipe brasileiro. No início dos anos 2000 as plataformas de audiovisual reconfiguraram e transformaram o modelo de

negócios no qual a MTV se assentava e, conseqüentemente, as práticas e convenções relacionadas ao videoclipe.

As plataformas alteraram os monopólios da indústria fonográfica sobre as mídias de música; importante fonte de receita para essa indústria; modificaram os hábitos e práticas de consumo do público e facilitaram o acesso a recursos de produção e distribuição de bens simbólicos, permitindo a realizadores independentes ou amadores alcançarem um público amplo com recursos muitas vezes limitados (Andréa, 2020).

O YouTube transformou o universo do videoclipe, mas não abandonou por completo algumas características e convenções do gênero que a televisão havia estabelecido. Van Dijck (2013) indica que há proximidades e distanciamentos importantes entre o YouTube e a televisão. A televisão possui um fluxo programado, de transmissão contínua de programas e comerciais que define o que o espectador vai acompanhar na tela. O YouTube possui algoritmos de classificação e sistemas de recomendação que estabelecem um direcionamento para o consumo do usuário. Usuário e espectador são duas categorias diferentes que indicam como os sujeitos são posicionados diante desses meios, expressando os modos como elementos da tecnicidade operam lógicas próprias de interação com o público.

Jirsa e Korsgaard (2019) sinalizam que o YouTube reconfigurou o universo dos vídeos em pelo menos três esferas: na produção, na distribuição e na recepção. A linguagem do videoclipe tornou-se mais heterogênea após o YouTube; o usuário da plataforma transformou-se num vetor de inovação estética do videoclipe e a indústria da música perdeu parte da sua hegemonia e controle sobre a distribuição dos vídeos.

A produção de audiovisual caseiro, revividas pelo YouTube, fomentou a geração de conteúdo independente, com estética muitas vezes amadora. Essa geração de conteúdo pelo usuário levou a um diálogo estético e de formato entre o audiovisual televisivo e o das plataformas, produzindo hibridações e influências mútuas entre as formas culturais da televisão e as convenções e práticas do audiovisual do YouTube.

A plataforma foi pioneira na construção do mercado do streaming e na sua popularização, reconfigurando o mercado televisivo tradicional e desenhando o caminho da transição do videoclipe de um audiovisual tipicamente televisivo para um audiovisual da internet. Esse processo foi acompanhado pela migração da audiência juvenil da televisão para a internet, provocando a redução da presença do videoclipe nas grades televisivas.

Com todas essas transformações, o videoclipe musical ganhou novos contornos, passando a abarcar uma produção heterogênea e de origem fragmentada.

[...] que vão do vídeo do show postado por um fã, passando pela infinidade de paródias, tributos e homenagens, chegando até os vídeos ‘profissionais’ que divulgam as novas músicas dos cantores com carreiras (mais ou menos) estabelecidas (Pereira de Sá, 2016, p. 61).

Ao mapear esse universo de produções, Pereira de Sá (2021, p. 72-74) propõe organizar esses audiovisuais em cinco grupos⁷:

- a) O audiovisual profissional: produzido pela indústria da música e do entretenimento com o objetivo de divulgar o trabalho de um artista, quase sempre já consagrado⁸.
- b) O audiovisual de artistas independentes ou autônomos, que aspiram à carreira profissional e produzem, muitas vezes de forma amadora e com baixos orçamentos, peças no intuito de alcançarem sucesso e audiência pela viralização dos seus conteúdos⁹.
- c) O audiovisual de fãs ou *haters* que produzem homenagens, tributos, paródias e sátiras de obras originais. Memes musicais, *lyric* vídeos e *react* vídeos também compõem as materialidades que participam deste grupo¹⁰.
- d) O audiovisual fragmentado reúne produções que originalmente não foram concebidas como videoclipes. São vídeos de origem híbrida e, geralmente, com caráter documental, como cenas de shows postadas por fãs, recortes de apresentações televisivas, vídeos de ensaios dos artistas, que circulam pelas redes produzindo memórias e mobilizando afetos em torno dos artistas¹¹.

⁷ Tomo como referência as contribuições da autora para caracterizar cada grupo, mas insiro contribuições próprias, especialmente nos dois últimos grupos.

⁸ Trata-se de audiovisuais profissionais, como os lançados por Liniker para divulgar o seu terceiro trabalho de estúdio e primeiro da carreira solo. Ver, por exemplo, o videoclipe de Baby95: <https://youtu.be/CZwZX-QdJ0E> Acesso em: 16 fev. 2025.

⁹ São audiovisuais como o da canção Zero, lançado por Liniker e os Caramelows logo no início da carreira do grupo e que viralizou nas redes. Disponível em: <https://youtu.be/M4s3yTJCmI> Acesso em: 16 fev. 2025.

¹⁰ Um exemplo dessa categoria de vídeos é o react de um fã ao videoclipe de Oração de Linn da Quebrada. Disponível em: <https://youtu.be/p7C8LVWP5dA> Acesso em: 16 fev. 2025.

¹¹ O vídeo que apresenta Liniker abrindo sua apresentação no Rock In Rio de 2022 é um exemplo dessa categoria. Disponível em: <https://youtube.com/shorts/MYuYjz3YV0Y?feature=share> Acesso em: 16 fev. 2025.

- e) O audiovisual remixado agrupa narrativas que resultam da intervenção do usuário em vídeos não musicais. Recortes de reportagens, entrevistas ou documentários são editadas e transformadas em peças musicais com ritmo, melodia e refrões¹².

Essa categorização sintetiza boa parte das transformações nas convenções e estéticas relacionadas ao videoclipe que o YouTube mobilizou no universo da produção e circulação desses audiovisuais. Pereira de Sá (2021) mobiliza a noção de videoclipe pós-MTV para se referir ao complexo conjunto de práticas e configurações em torno dos modos de produzir, fazer circular e consumir audiovisual nas redes, marcado por diferentes articulações comunicacionais, culturais e políticas. Gutmann (2021, p. 28), acrescenta que, diante dessas reconfigurações experimentadas pelo videoclipe, torna-se evidente:

[...] a impossibilidade de insistir no modo de distinção do videoclipe como “produto” próprio de um “meio” frente ao contexto de proliferação, fragmentação, interação e trânsito dessas expressões audiovisuais. [...]. Esse entorno comunicacional da cultura que engloba as ambiências digitais tem na trama audioverbovisual sua forma expressiva sempre enredada, articulada, entrelaçada.

Para Gutmann (2021), o audiovisual que se produz e circula nas ambiências digitais assume a configuração de uma trama audioverbovisual, na qual diferentes expressões sonoras, verbais e visuais são enredadas e conectadas. A autora indica que o audiovisual em rede é uma

[...] forma audioverbovisual (trama de imagens, sons e textos) que se articula em rede pelas ambiências digitais, entrelaçando plataformas, corpos e sujeitos em expressões comunicacionais diversas numa dinâmica de produção, circulação e consumo em fluxo. Fluxos que nos fazem ver o quanto nossos usos da tecnologia dizem sobre velhos e novos sensoriums e têm relações com ritualidades, as ações de consumo associadas a certos rituais, competências, percepções e discursividades, com identidades e suas diversas figuras construídas enquanto processo de diferenciações e disputas (Gutmann, 2021, p.12).

Disso decorre o fato de que as dinâmicas de significação desse audiovisual ocorre de maneira processual e integrada com os trânsitos que realizamos pelas plataformas e com os fluxos que nos atravessam nesses trânsitos. Para melhor entender essas dinâmicas, proponho

¹² O vídeo “Música, poesia, droga, macho” da cantora e produtora musical Amanda Magalhães é um exemplo dessa categoria. Disponível em: <https://youtube.com/shorts/d60kDE9NHvQ?si=Ot0b41zrPUvdPytf> Acesso em: 14 fev. 2025.

observar a produção audiovisual de artistas das dissidências sexuais e de gênero e sua circulação pelas plataformas.

3. Dissidências sexuais: audiovisual em rede e lutas por reconhecimento

As transformações que o YouTube promoveu no universo da produção dos vídeos reverberam na própria trama do social. Tendo a música e o audiovisual como aliados, diferentes sujeitos e grupos minoritários ou marginalizados tomaram parte nessas transformações buscando modificar as realidades de opressão e discriminação com as quais se deparavam. Gonçalves (2020, p.37) indica que os primórdios desse movimento se encontram entre 2015 e 2016, “quando nomes como Johnny Hooker, Liniker, Linn da Quebrada e As Bahamas e a Cozinha Mineira começaram a despontar de forma independente nas redes sociais”. Mota Júnior (2022, p. 18), corrobora esse marco temporal, ao indicar que:

É possível reconhecer, ao menos desde 2016, um momento de transformação nas expressões artísticas no Brasil quando a desconstrução das fronteiras dos gêneros e a expressão de sexualidades adquirem maior centralidade nos espaços midiáticos hegemônicos. Tais performances passam a configurar mecanismo fundamental de ativismo contemporâneo, com debates e discursos altamente circuláveis no ecossistema midiático. Artistas trans, travestis, drag queens, gays, não-binários conquistaram espaço no cenário do pop brasileiro mostrando que seus repertórios foram forjados a partir de materiais culturais de distintas ordens temporais, e que, reapropriados, têm “bagunçado” as convenções binárias de gênero tão conformadoras das indústrias culturais, o que mostra também a continuidade no campo da música da luta histórica contra padrões binários relacionados ao corpo e ao gênero. MPBTrans, MPBixa, MPBeau, Geração Rainbown Power, Cena LGBT, Cena Queer Brasileira são alguns dos termos que circularam em sites de notícias e nas redes sociais digitais utilizados para descrever o movimento, comumente atribuído pela imprensa como algo inédito no país.

O modo como as audiovisuais são articuladas nas trajetórias de artistas das dissidências é elemento importante para a circulação dos seus discursos no ecossistema midiático. Mais especificamente, a viralização de alguns vídeos tiveram papel fundamental nesse processo. Um exemplo disso é a canção “Zero”¹³, de Liniker e os Caramelows, que viralizou¹⁴ em outubro de 2015 no YouTube. O vídeo foi lançado como peça de divulgação do EP independente da banda e alcançou alta repercussão nas plataformas,

¹³ Disponível em: <https://youtu.be/M4s3yTJCcmI> Acesso em: 16 fev. 2025.

¹⁴ Um conteúdo se torna viral quando ultrapassa alguns padrões médios de visualização e compartilhamento, alcançando um amplo público. Ribeiro (2018, p.2) afirma que: “A viralização seria uma propriedade dos conteúdos formatados para as mídias digitais.”

abrindo caminhos para que Liniker se transformasse num fenômeno cultural, vindo a ser reconhecida como uma das maiores cantoras transgênero do país, laureada com um Grammy Latino¹⁵ e com um assento na academia Brasileira de Cultura¹⁶.

Os audiovisuais de Liniker que circulam pelas plataformas têm tensionado as convenções hegemônicas sobre gênero e sexualidade e demandado reconhecimento para as experiências dissidentes. Proponho que esse tensionamento se relaciona principalmente com a proliferação de diferentes expressões do audiovisual em rede pelas plataformas, constituindo-se como “gramáticas de uso e de ação” (Gutmann, 2021, p.15) pelas quais as demandas por reconhecimento tomam forma nos fluxos midiáticos.

Na direção de apreender como essa articulação pode se configurar, realizei um exercício de exploração do audiovisual em rede. Para tanto me amparei nas formulações de Martín-Barbero (2004) sobre a cartografia da comunicação e da cultura. A cartografia Barberiana foca na exploração de relações e movimentos, fluxos e interconexões que são articulados na configuração de um determinado fenômeno. Um dos maiores objetivos dessa abordagem é tornar inteligível essas articulações, colocando em evidência aspectos importantes sobre a conformação dos sentidos e suas consequências comunicacionais e políticas.

A realização do exercício cartográfico se deu a partir da mobilização da noção de vetor audiovisual, formulada por Gutmann (2021). A autora (2021, p.71) explica que:

A ideia de vetor remete a um acontecimento que não é mais unitário e fechado em si, mas dispara e mobiliza fluxos de imagens, sons, informações, práticas sociais e rituais que nos dizem sobre identidades e suas disputas. Também não é difundido apenas por um meio específico, mas se espalha por diversas ambiências e é constituído de modo enredado por variadas expressões (por isso em rede). O vetor seria uma possibilidade de constituir, no movimento analítico, esse tecido material.

Como vetor, selecionei o videoclipe de Zero, de Liniker e os Caramelows, disponível no YouTube. Utilizando o sistema de busca da plataforma, acessei o videoclipe e fui realizando um exercício de perambulação digital (Leitão e Gomes, 2017) nas páginas de resultados e recomendações. Nesse trajeto, fui caminhando de um vídeo a outro. Por certo, os resultados que encontrei são frutos das mediações algorítmicas (Winques e Longhi, 2022) que caracterizam nossas interações com as plataformas e são, portanto, personalizadas. Listo abaixo

¹⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2022/11/18/liniker-se-torna-primeira-artista-transgenero-brasileira-a-vencer-um-grammy-latino-historico.ghtml> Acesso em: 16 fev. 2025.

¹⁶ Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-carlos-regiao/noticia/2023/11/16/liniker-e-imortalizada-na-academia-brasileira-de-cultura-e-se-torna-1a-travesti-a-ocupar-cadeira-video.ghtml> Acesso em: 16 fev. 2025.

os resultados que obtive como forma de elucidar a heterogeneidade própria do audiovisual em rede e demonstrar possíveis configurações da trama audioverbovisual. Ao pesquisar pelos termos “Liniker - Zero” no YouTube, os resultados apresentados pela plataforma foram:

- a) O videoclipe que eu buscava - Zero de Liniker.
- b) Visualizers de Zero.
- c) Playlists com um mix de videoclipes que reunia outras obras de Liniker e canções de outros artistas.
- d) Videoclipes de apresentações acústicas de Zero.
- e) Apresentações de Liniker e os Caramelows em programas de televisão.
- f) Vídeos com análises sobre a voz de Liniker.
- g) Entrevistas de Liniker e os Caramelows em programas de televisão.
- h) Covers de Zero.
- i) Shorts - pequenos vídeos com recortes de covers de Zero, de apresentações de Zero em shows e do videoclipe oficial de Zero.
- j) Apresentações ao vivo de Liniker e os Caramelows.
- k) Videoclipes de outras canções de Liniker e de Liniker e os Caramelows.
- l) Publicidade de marcas.
- m) Trechos de shows e apresentações de Liniker e de Liniker e os Caramelows.
- n) Videoclipe da participação especial de Liniker na Série 3% da Netflix.

Nesse conjunto de resultados localizei exemplos de ao menos quatro das categorias propostas por Pereira de Sá (2021). São produções de origem fragmentada que foram reunidas pelo algoritmo num tecido enredado e interconectado, criando um amplo universo de possibilidades de exploração, tornando evidente a maneira como o discurso em torno do gênero e da sexualidade tem proliferado por diferentes formas materiais do audiovisual em rede. São expressões do audiovisual profissional, dos audiovisuais independentes, dos audiovisuais fragmentados e dos audiovisuais de fãs ou haters, demonstrando como o audiovisual tem sido ressignificado no contexto das plataformas.

Para Pereira de Sá (2021), o audiovisual tem se transformado num verdadeiro “programa de ação”, na medida em que seu consumo é realizado em cadeia, levando os usuários

a se envolver com fluxos mais amplos e heterogêneos, engajando-se em discussões políticas, sociais e culturais que esse conjunto de narrativas pode suscitar.

Considerando essa afirmação, o videoclipe de Zero aparece como uma verdadeira porta de entrada para um universo amplo de expressões audiovisuais, permitindo com que o usuário realize trajetos específicos, cruzando diferentes plataformas como YouTube, Instagram, Spotify, Netflix, GloboPlay e Amazon Prime Video. E foi exatamente esse exercício que realizei. Partindo desses resultados apresentados pelo YouTube, empreendi um movimento de perambulação digital perseguindo e me aprofundando em conteúdos recomendados pelo YouTube. Abaixo destaco um dos trajetos dentre os inúmeros pelos quais perambulei.

Iniciei com o videoclipe oficial de Zero, na sequência assisti a uma apresentação especial de Liniker para a TV Folha¹⁷. Após, vi a participação de Liniker no programa “Espelho” do Canal Brasil¹⁸ e segui assistindo a participação da cantora em outro programa do canal, o “Som do vinil”¹⁹. O trecho de uma participação especial que Liniker realizou na série “3%”²⁰, da Netflix Brasil, um vídeo promocional em celebração do dia do orgulho LGBTQIA+²¹, assinado pela Amazon Prime Video, e um videoclipe da série original da Amazon Prime Video “Manhãs de Setembro”²², protagonizada por Liniker, foram outros audiovisuais com os quais interagi nesse trajeto. Após isso, acessei o perfil de Liniker no Instagram, cujo endereço estava disponível no canal oficial da cantora no YouTube. No Instagram interagi com um grande número de audiovisuais, são recortes de videoclipes, relatos do dia a dia, materiais promocionais de marcas, registros de momentos importantes da carreira e diálogos de Liniker com seu público.

Essa perambulação pelo YouTube e Instagram sinalizam para uma forte presença midiática de Liniker, que se expressa na diversidade de audiovisuais enredados nas plataformas. São audiovisuais profissionais e de caráter publicitário e promocional, materiais de divulgação de séries, audiovisuais que circularam primeiro pela televisão e depois foram disponibilizados nas plataformas e vídeos caseiros de caráter mais pessoal e íntimo. Todo esse material se apresenta de forma conectada e vão configurando uma narrativa em torno de

¹⁷ Disponível em: https://youtu.be/_CiLh7ARjdY?si=yDmUThZJ-Ec7arvS Acesso em: 16 fev. 2025.

¹⁸ Disponível em: https://youtu.be/sUbSNBI8ruQ?si=-EoKv9jnGvwT_Stf Acesso em: 16 fev. 2025.

¹⁹ Disponível em: <https://youtu.be/q2sXEcETyGI?si=fs4m9wnNYFNQHZ7D> Acesso em: 16 fev. 2025.

²⁰ Disponível em: <https://youtu.be/zVrc1qeth-4?si=7e8OQsesLXuCupvR> Acesso em: 16 fev. 2025.

²¹ Disponível em: <https://youtu.be/Zk7Eg8qbJts?si=sv65cl-sLygCMP84> Acesso em: 16 fev. 2025.

²² Disponível em: https://youtu.be/bNs_7r1PsfQ?si=bAyDJoEh29LkRJez Acesso em: 16 fev. 2025.

Liniker, sua obra e a vida de sujeitos LGBTQ+. Tal narrativa se relaciona com o conteúdo presente em cada audiovisual em particular, com as apropriações que os usuários realizam nesses conteúdos e com a ritualidade própria do consumo do audiovisual em rede.

Os audiovisuais que o algoritmo apresentou como resultado da minha busca inicial foram ressignificados pelo trajeto específico que percorri ao interagir com eles. Iniciei meu trajeto a partir do vetor do videoclipe de Zero, no percurso de explorar as recomendações e conexões que a plataforma me apresentou, fui interagindo com formas materiais televisivas, de caráter publicitário e do universo do entretenimento. Ao construir e experimentar esse trânsito particular pelos audiovisuais, fui elaborando uma narrativa particular dentro da constelação de possibilidades apresentadas na trama. Essa narrativa tomava forma à medida que eu me aprofundava nas conexões, estabelecendo outros vínculos entre elas.

As conexões e articulações que o usuário realiza a partir daquilo que o algoritmo apresenta é um elemento fundamental na configuração dos sentidos desses audiovisuais. Ao se apropriar das conexões e recomendações entregues pelo algoritmo e rearticular elas em trajetos específicos, reelaborando essas conexões, o usuário vai construindo narrativas heterogêneas, fruto dos trânsitos particulares que ele empreende pelos audiovisuais enredados.

A ideia de trânsito é central nesse contexto, pois o consumo do audiovisual pelas plataformas é marcado por uma constante movimentação entre diferentes materialidades. Ao movimentar-se pela infinidade de resultados apresentados pela plataforma, consumimos fragmentos de trechos e recortes de diferentes vídeos, olhamos rapidamente por comentários e interações, fazemos buscas secundárias por referências apresentadas aleatoriamente. Realizamos essas ações em qualquer trânsito que fazemos pelos audiovisuais enredados. Essas ações e interações alteram constantemente o nosso foco de atenção, e vão, no seu conjunto, configurando um verdadeiro roteiro de práticas que, por conta do seu caráter cotidiano e repetitivo, configuram-se como ritualidades próprias do consumo do audiovisual enredado. Como indicam Rincón e Martín-Barbero (2019, p.21) as ritualizações geram narrativas que, por sua vez, produzem relatos que se inscrevem na memória coletiva.

As narrativas plataformizadas atravessam os modos de estar juntos e reinventam os exercícios da cidadania, contribuindo para a configuração de identidades e constituição de imaginários coletivos. Ao articular e conectar os audiovisuais num trajeto específico, diferentes acomodações identitárias podem tomar forma. Quando organizo num único fluxo de interação diferentes expressões audiovisuais vou rearticulando os repertórios presentes nessas

expressões. Essa rearticulação é o centro das narrativas que formulamos ao transitar pelo audiovisual enredado. Neste centro, diferentes disputas políticas, culturais e sociais tomam forma e ganham visibilidade. No trajeto específico que percorri, tais disputas dizem respeito às demandas por reconhecimento encampadas pela população LGBTQ+ no Brasil e dão subsídios para configurar e reconfigurar elementos da minha própria identidade.

Butler (2022) indica que a desumanização é fruto da falta de reconhecimento e se manifesta principalmente pela invisibilidade e pelo silenciamento direcionado às populações vulneráveis e dissidentes. O reconhecimento pode ser entendido como uma prática social regulatória, que produz sujeitos cuja vida tornam-se viáveis. Ter uma vida viável significa ter um corpo que é inteligível, qualificado para a vida dentro de um certo domínio cultural. Quando isso ocorre, o sujeito é alcançado pela ética, tendo sua existência reconhecida e validada cultural, política e socialmente. A inteligibilidade depende da conformidade do sujeito aos padrões reconhecidos de gênero. Ao fugir dos padrões, a inteligibilidade do sujeito é prejudicada, consequentemente, o sujeito deixa de ser protegido pela ética e torna-se objeto preferencial de atos de violência, física ou simbólica, direcionados contra sua existência.

Populações dissidentes precisam constantemente reafirmar seu direito a uma vida viável e para isso, necessitam romper o silenciamento e a invisibilização que rodeiam suas existências. Proponho que a forma cultural do audiovisual em rede tem se transformado numa ferramenta relevante para que populações dissidentes lutem pelo seu reconhecimento. Isso ocorre principalmente pela potência das narrativas que se formulam a partir dos trânsitos de diferentes usuários pelos audiovisuais que circulam em diferentes plataformas e que têm em corpos dissidentes seus protagonistas. Os resultados da busca pelo videoclipe de Zero apresentam uma variedade heterogênea de referências que podemos explorar. Ao realizar essa exploração e conectar num fluxo único de interação essa infinidade de referências estamos criando narrativas que contribuem para alterar a legibilidade social de corpos e vidas dissidentes, delimitando espaços simbólicos e coletivos de conversações e trocas sobre a experiência dissidente e LGBTQ+, seus afetos e desafios; criando, com isso, dinâmicas favoráveis a humanização desses sujeitos e ao seu reconhecimento.

4. Considerações finais

Vernallis (2013, p.160) afirma que “os vídeos nos interpelam, nos envolvem fisicamente, estimulam o nosso intelecto e geram identificações com ideias, valores,

subjetividades e corpos”²³. As identificações que nos mobilizam a consumir o audiovisual em rede, são aprofundadas e ressignificadas no exercício desse consumo. Nas ritualizações, trânsitos e trajetos que percorremos pelas plataformas, articulamos diferentes referências culturais, construindo narrativas capazes de alterar a legibilidade social de corpos dissidentes e demandar reconhecimento para tais corpos e vidas.

Ao perambular pelas tramas audioverbovisuais pude notar que sujeitos dissidentes têm encontrado formas produtivas de construir visibilidade para suas lutas e ocupar espaços relevantes no mundo da mídia e do entretenimento. Ao fazerem isso, conseguem elaborar outros modos de enquadramento de suas experiências, alterando a legibilidade social de seus corpos e, pluralizando as estratégias e linguagens da luta política que realizam em torno da defesa de suas vidas e direitos.

Entendo que a forma plataformizada de produção, circulação e consumo do audiovisual é fundamental para essa dinâmica. Os variados fluxos de trocas sociais e afetivas que ocorrem a partir da multiplicidade de audiovisuais contribuem para a ampliação da visibilidade LGBT+ na mídia e fazem proliferar imagens, sons, narrativas e relatos que congregam sujeitos em torno de uma pauta coletiva.

Nesse cenário, os trânsitos, conexões, articulações e mixagens são elementos centrais e caracterizam as estratégias de comunicabilidade do audiovisual em rede. São esses elementos que distinguem o audiovisual plataformizado de outras experiências de consumo audiovisual, como o televisivo. No exercício de perambulação que realizei, essa característica se demonstrou potente para operar formas de visibilidade, influir sobre dinâmicas de legibilidade social e criar espaços para diálogos propositivos sobre as dissidências sexuais.

A realização de exercícios cartográficos a partir da perambulação digital se demonstraram produtivas para a investigação das reconfigurações que o audiovisual tem passado no contexto contemporâneo. Tais reconfigurações tem reabilitado o audiovisual como um importante recurso e ferramenta para a pluralização das formas de ação política, social e cultural encampadas por grupos vulneráveis.

²³ No original: *In sum, as we'll see in the next section, music videos work to interpellate us—engaging us physically as well as prodding us intellectually. They create forms of identification with ideas, values, subjectivities, and bodies.*

Referências

- ANDRÉA, C. D'. **Pesquisando Plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: EDUFBA, 2020.
- BRYAN, G. **A autoria no videoclipe brasileiro: estudo da obra de Robert Berliner, Oscar Rodrigues Alves e Maurício Eça**. 2011. 369f. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.
- BUTLER, J. **Relatar a si mesmo. Crítica da violência ética**. Belo Horizonte: Autêntica, 2022.
- GONÇALVES, R. **Questões LGBT e música brasileira ontem e hoje**. São Paulo: Edição do Autor, 2020.
- GUTMANN, J. F. **Audiovisual em rede: derivas conceituais**. Belo Horizonte: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2021.
- HOLZBACH, A. D. **Smells Like Teen Spirit: a consolidação do videoclipe como gênero áudio-visual**. 2013. 326 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2013.
- JIRSA, T.; KORSGAARD, M. B. The music video in transformation: Notes on a hybrid audiovisual configuration. **Music, Sound, and the Moving Image**, Liverpool, v. 13, n. 2, p. 111-122, 2019.
- LEITÃO, D. K.; GOMES, L. G. Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões. **Antropolítica - Revista Contemporânea de Antropologia**, Niterói, v. 1, n. 42, p.41-65, 1º sem. 2017. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/41884> Acesso em: 13 jul. 2024.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, J.; RINCÓN, O. Mapa Insomne 2017. Ensayos sobre el sensorium contemporáneo, un mapa para investigar la mutación cultural. In: RINCÓN, O.; JACKS, N.; SCHMITZ, D.; WOTTRICH, L. (org.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero**. Quito: CIESPAL, 2019. p. 17-24.
- MOTA JUNIOR, E. A. **Cenas Transviadas: performances, investimentos afetivos e vídeos musicais em rede**. 2022. 313f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2022.
- MOTA JUNIOR, E. A.; GUTMANN, J. F. #EstamosVivas: corpo travesti em performances no videoclipe Oração de Linn da Quebrada. **Esferas**, n. 19, p. 13-23, 8 fev. 2021.
- PEREIRA DE SÁ, S. **Música pop-periférica brasileira: videoclipes, performances e tretas na cultura digital**. Curitiba: Editora Appris, 2021.
- PEREIRA DE SÁ, S. Somos Todos Fãs e Haters? Cultura Pop, Afetos e Performance de Gosto nos Sites das Redes Sociais. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 50-67, 2016.
- RAMOS, T. R. **Videoclipes e tramas de visibilidade: a poética da humanização em Liniker**. 2024. 189f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2024. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/handle/1884/94521> Acesso em: 16 fev. 2025

RIBEIRO, A. A. O conceito sistêmico de viralização em redes sociais na internet. **Revista Nexi**, São Paulo, n. 4, p. 18-29, jun. 2018.

SOARES, T. **A construção imagética dos videocliques: canção, gêneros e performance na análise de audiovisuais**. 2009. 303 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

VAN DIJCK, J. **The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

VERNALLIS, Carol. **Unruly media: YouTube, music video, and the new digital cinema**. Nova York: Oxford University Press, 2013.

WINQUES, K.; LONGHI, R.I R.. Dos meios às mediações (algorítmicas): mediação, recepção e consumo em plataformas digitais. **Matrizes** - Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 151-172, 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/183743>. Acesso em: 20 out. 2023.