

## 4

### As “videobiografias” e o show do eu

“E é este homem urbano que convive no seu cotidiano com formas vazias, padronizadas, simulacros da realidade, que se apresenta com pouca (ou nenhuma) memória e com pouca (ou nenhuma) referência, aquele com quem o cinema está se relacionando”. Angeluccia Habert, no artigo “A presença do documental: subjetividades possíveis e memória do mundo”, publicado na Revista Alceu número 13.

O que diferencia um texto qualquer escrito na primeira pessoa e um texto autobiográfico é basicamente o pacto da leitura, e não necessariamente a sinceridade contida nas linhas e nas entrelinhas do texto. Esse pacto da leitura ou “pacto autobiográfico”, segundo o crítico literário francês Philippe Lejeune, significa um compromisso múltiplo de quem escreve com o leitor, pois o ‘autor’ se mostra como tal, mas também é ‘narrador’ e ‘eu’ protagonista da história. O pacto, portanto, só acontece porque o leitor acredita que esses três vértices estão contidos na mesma pessoa.

Para Lejeune, uma autobiografia nada mais é do que um “relato retrospectivo em prosa que uma pessoa real faz de sua própria existência, enfatizando sua vida individual e, em particular, a história de sua personalidade<sup>51</sup>” (LEJEUNE apud. KLINGER, 2007). Segundo Michel Foucault (1992), “a escrita de si<sup>52</sup>” é uma das tradições mais antigas do Ocidente, remontando à Antiguidade greco-romana. A prática já estava consolidada quando Santo Agostinho começou a escrever, por exemplo, seu texto autobiográfico, considerado um dos primórdios do gênero auto-referente.

Seguindo os passos do filósofo francês neste retorno ao passado, necessário para pensar o presente e falar das videobiografias, sabe-se que nos séculos I e II a escrita de si aparece e já constrói subjetividades. São as correspondências entre partes e as anotações em cadernetas individuais, usadas para reflexão posterior. Nesses cadernos era possível fazer anotações sobre

---

<sup>51</sup> KLINGER, D. Escritas de si, escritas do outro: o retorno do autor e a virada etnográfica. Rio de Janeiro: 7Letras, 2007.

<sup>52</sup> FOUCAULT, M. O que é um autor? Vega: Passagens, 1992. Tradução de Antonio F. Cascais e Edmundo Cordeiro.

informações do dia-a-dia, bem como registrar impressões, além de inserir trechos e fragmentos do que se ouvia. A partir do cristianismo, porém, a construção de si se deu por meio da troca com Deus, e “As Confissões” (397) de Agostinho mostram essa reflexão espiritual com relatos desde sua infância. Na passagem da cultura pagã à cristã, diz Foucault, o “cuidar de si”, do qual esse tipo de escrita sempre fez parte, passou a ser visto como uma forma de egoísmo, e só a partir da Reforma é que o homem começa a sentir interesse por se enxergar como é. Na literatura do humanista Michel de Montaigne, em “Os Ensaaios” (1580), encontram-se, portanto, traços da fundação de um sujeito individual. Os conceitos modernos de indivíduo e de literatura, a partir de então, andarão lado a lado, quase que inseparáveis.

Depois do sujeito cartesiano de Descartes, aquele senhor da razão, da interioridade e da consciência, entram em cena os pensamentos, cada um a seu modo e em sua época, de Jacques Lacan e de Roland Barthes acerca do estatuto do sujeito – este último pensa no sujeito como um signo vazio. Para Barthes, por exemplo, “o sujeito é apenas um efeito da linguagem<sup>53</sup>”. A crítica literária considera, posteriormente, que não deve existir qualquer relação exterior ao texto (ele é algo em si) e, portanto, as crônicas, as memórias, os diários, as cartas e os auto-relatos, que relacionam o “eu que escreve” ao conteúdo produzido, seriam gêneros menores (KLINGER, 2007). Para Foucault, porém, não é possível aprender a arte de viver sem o adestramento de si por si mesmo (escrever para si e para outros). A escrita aparece, assim, associada ao exercício do pensamento sobre si mesmo e à construção da própria subjetividade.

Ao fazer uma transposição da escrita de si para a filmagem de si, é possível dizer que ao filmar-se, cada um dos integrantes do YouTube, especialmente aqueles que produzem videobiografias, estão se construindo também. Segundo a pesquisadora Paula Sibilia, que em seu livro “O show do eu: a intimidade como espetáculo” percorre o caminho da intimidade desde a Idade Média até os tempos atuais, o ‘eu’ nos gêneros autobiográficos se constrói por meio da linguagem. “A experiência vital de cada sujeito é um relato que só pode ser pensado e estruturado como tal, dissecado na linguagem” (SIBILIA, 2008).

---

<sup>53</sup> BARTHES, R. A morte do autor, em Rumor da Língua. São Paulo: Brasiliense, 1988.

Portanto, cada sujeito se organiza e se apresenta desse modo, sempre tendo o outro como referência, a partir da fala (ou da escrita – e agora, dos vídeos). A experiência de si se deve à condição de narrador do sujeito, que se forma nesse ‘eu’ construído, mas que ao mesmo tempo é composto de certa realidade.

Assim, e retornando ao pensamento de Austin, ‘falar é fazer’ e filmar também é fazer, performando o que se fala e a própria noção de indivíduo. “É curioso o escasso sentimento de viver que tenho quando meu diário não recolhe o sedimento”, diz Virginia Wolf em seu diário íntimo (WOLF apud. SIBILIA, 2008). Se a construção do ‘eu’ se dá na linguagem, pode-se dizer então que as videobiografias organizam e concedem ‘realidade’ à existência de seus autores.

Um ponto de atenção é o fato de que a demanda por narrativas e imagens que retratam a “vida real” está cada vez maior em nossos tempos e toma a cada dia o circuito midiático (JAGUARIBE, 2007). Das biografias, autobiografias, diários, cartas, *best-sellers* de auto-ajuda até as produções cinematográficas e *reality shows*, passando pelos blogs, fotologs e videoblogs da internet, a realidade é cada vez mais mercadoria e interesse. Sem falar na curiosidade sobre a vida íntima de artistas, cantores e quase famosos. As revistas especializaram-se em relatar como atores de Hollywood ou da TV Globo vão ao mercado, à praia, ao parque e ao médico na pele de reles mortais que são.

A referência para a própria subjetividade mudou dos romances e contos, na era burguesa, para as telas (migrou primeiro dos livros para o cinema, depois para as novelas e hoje para programas como Big Brother, além da própria internet, que já se mostra como mapa para as novas subjetividades construídas). Um estudo encomendado por uma entidade governamental americana mostra que o percentual de adultos que lêem obras literárias nos Estados Unidos passou de 57% em 1982 para 47%, vinte anos depois.

Por isso não surpreende que os sujeitos contemporâneos adaptem os principais eventos de suas vidas às exigências da câmera, seja de vídeo ou de fotografia, mesmo que o aparelho concreto não esteja presente - inclusive – poderia adicionar um observador mordaz – porque nunca se sabe se você está sendo filmado<sup>54</sup>. (SIBILIA, 2007)

---

<sup>54</sup> SIBILIA, P. O show da vida íntima na internet: blogs, fotologs, videologs, Orkut e webcams em “Comunicação e sociabilidade: cenários contemporâneos”. Organização: Janice Caiafa, Mohammed ElHajji. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

Com toda essa espetacularização da intimidade, hoje todos querem parecer bem e “fazer seu filme”, não apenas no sentido literal. Dessa forma, os sujeitos constroem a si mesmos como personagens reais, mas suas vidas são por eles mesmos ficcionalizadas. Diferente do passado, essa reflexão de si (e escrita de si) tem muito mais a ver com a exteriorização desse ‘eu’ do que a interiorização do mesmo em diários íntimos.

Nessa categoria de análise, três videobiografados e seus filmes serão analisados: Valentina, Guilherme Zaiden e Geriatric1927. Diferentes entre si, os três relatam um pouco de sua história e mostram seu dia-a-dia e sua intimidade. Valentina o faz por meio da pintura de seus quadros. Ela conversa com a câmera e com seus espectadores com destreza e a partir de cada episódio de sua vida conta uma história e pinta um quadro; Guilherme atua em seus filmes, mas sempre refletindo e criticando com humor e ironia o que o cerca; e Geriatric1927 alarga as possibilidades de interação com o mundo de quem contabiliza mais de oito décadas de vida, buscando na experiência vivida inspiração para compartilhar com outros internautas seu fôlego restante.

São histórias que se entrelaçam nesse caldeirão que é o YouTube. Histórias de pessoas que desejam construir suas histórias e eternizá-las, mas também interagir com o outro, com os “seus”.

#### **4.1. O diário de arte de Valentina**

Numa dessas navegantes horas pelo YouTube, os vídeos de autoria de Valentina<sup>55</sup>, a 35<sup>a</sup> “guru<sup>56</sup>” mais assinada de todos os tempos no site, chamaram atenção. Ela tem uma página denominada “*Val’s Art Diary*”, ou “Diário de arte de Val”, contendo seu *videoblog*, ou seja, um *blog* em formato de vídeo, e também *links* para seu portfólio virtual, além de dicas para jovens pintores. Val, como é conhecida no novo “tubo”, exhibe filmes em que é a personagem principal, e

---

<sup>55</sup> Disponível em <<http://youtube.com/user/valsartdiary>>. Último acesso em dezembro de 2008.

<sup>56</sup> No YouTube, os usuários que publicam seus vídeos são divididos nas seguintes categorias: gurus, diretores, comediantes, músicos, sem fins lucrativos, parceiros, políticos e patrocinadores. Val já chegou a ser 14<sup>a</sup>, em fevereiro de 2008.

aparece pintando quadros durante os *takes*, mas também falando de sua vida pessoal ou comentando algum tema mais geral como o Dia dos Namorados, o verão ou a correria da vida numa cidade grande. Pelo menos em teoria, a artista (se é que ela realmente é uma) se filma pintando quadros que funcionam como ilustrações de seu dia-a-dia e de temas que ela costuma abordar.

Desde novembro de 2006, Val tem em sua página cerca de 130 vídeos, que até recentemente, e segundo dados do jornal “The Wall Street Journal”, tinham sido vistos por mais de 8 milhões de usuários<sup>57</sup> - mais do que o número de assinantes da TV fechada no Brasil<sup>58</sup> (depois de passar alguns anos estagnada, a TV por assinatura voltou a crescer no Brasil, tendo atingido 6.178 milhões de assinantes em 2008), e reforçando a teoria da comunicação individual de massa. Em 2008, a “artista” foi condecorada com um prêmio oferecido pelo Google Inc. e passará a receber dividendos da empresa, além de oportunidades promocionais. Pudera. Seu “canal”, como o próprio YouTube o define, foi o 51º na lista dos mais assinados por outros internautas no início de 2009 (já chegou a ser um dos 20 primeiros) e ela ainda está em outros rankings de popularidade - um de seus vídeos chegou a ser visto cerca de 1,5 milhão de vezes<sup>59</sup>.

O sucesso de audiência *web* de “*Val’s Art Diary*” não espanta. Seus vídeos têm elementos que poderiam estar em alguma produção de canais da TV fechada como “Sony Entertainment Television”, “Warner Channel” e “Multishow”. Este último exibiu em 2007 o programa “Retrato Celular”, sobre o cotidiano de 34 jovens de todo o Brasil que, usando as câmeras de celulares oferecidos por uma marca de aparelhos, retratam, eles próprios, seu dia-a-dia. A série mostrou momentos dos participantes entre amigos, com a família, no trabalho, mostrando seu estilo de vida. Segundo o Diretor Geral da série, Andrucha Waddington, por meio do celular é possível alcançar um grau de intimidade que jamais seria possível se uma equipe de filmagem estivesse presente.

Em “*Val’s Art Diary*”, a personagem principal, Val, tem traços latinos, um sotaque da mesma origem, está em cena sempre maquiada e despretensiosamente

---

<sup>57</sup> FLANDEZ, R. Lights! Camera! Sales! The Wall Street Journal. 26/11/2007.

<sup>58</sup> Disponível em <<http://www.teletime.com.br>>.

<sup>59</sup> Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=tjTny9CXjQU>>. Acesso em dezembro de 2008.

paramentada como “artista plástica” – em algumas ocasiões aparece mais produzida, mas na maioria dos vídeos veste camiseta, boina e carrega tintas e pincéis. Alguns *takes* seus chegaram a mostrá-la na cama de um hotel e numa piscina, em que Val desaparece como que sugada pela água, como em um típico suspense. “Deliciosa”, dizem, em coro, alguns dos internautas que assistem a seus vídeos.

Todos os “episódios” disponíveis no *videoblog* têm início, meio e fim, dentro de temas específicos explorados em cada filme – normalmente a história apresentada tem a ver com suas pinturas - além, é claro, de boa dose de uma realidade ficcionalizada, tão típica dos *reality shows* da televisão aberta e fechada. “Seu inquilino é um ladrão, seu ex-namorado, um cafajeste, sua mãe não tem passado muito bem, ela adora Martin Scorsese e é viciada em Coca-Cola”, diz, em tom dramático, uma das reportagens<sup>60</sup> publicadas na internet sobre a estrela virtual. Tudo isso empacotado por trilha sonora, *letterings*, vinhetas de abertura e de encerramento e, o mais impressionante, imagens de detalhes de seus quadros, *takes* em sépia, câmera lenta, relevo, *closes* e muito mais – recursos que deixariam qualquer editor de imagens de TV orgulhoso. Consciente ou inconscientemente, Val repete o que fez Picasso nos anos 50, ao aceitar o convite do diretor Henri-Georges Clouzot para que fosse filmado enquanto realizava suas obras, no documentário “O mistério de Picasso<sup>61</sup>”, que também está disponível no YouTube. Para Roger Odin<sup>62</sup>, os filmes de família (como os despreziosos vídeos caseiros) “se aproximam do sonho e são criações contínuas, sem rupturas e sem retoques” (ODIN, 1995) – ao contrário do *Art Diary* de Val, que fica distante de ser um vídeo caseiro, criado por uma usuária comum.

O que é exposto em sites como o YouTube em formato de *videoblog* é, muitas vezes, mostrado de forma tão ficcionalizada que o autor, esse “eu”, se constrói tanto que vira personagem. Esse mérito não é exclusivo das “videobiografias” do YouTube, mas também ocorre em perfis no site de relacionamentos Orkut, em *fotologs* e nos *blogs*. Sem contar os *reality shows* e

---

<sup>60</sup> MUNARRIZ, R. You Tube Saves the World. The Motley Fool, 2006.

<sup>61</sup> Disponível em < <http://www.youtube.com/watch?v=gHITvE-AI3Q>>. Acesso em fevereiro de 2009.

<sup>62</sup> ODIN, R. (Org.), Le film de famille – Usage prive, usage public. Paris: Meridiens Klincksieck, 1995.

documentários expostos na própria TV – esses primeiros talvez sejam as grandes influências desse tipo de vídeo publicado na internet. O “eu” se apresenta não só como narrador da própria vida, mas sim como personagem dessa nova mídia visível, exposta e escancarada. São dramas (ou comédias, paródias, romances) em que os usuários comuns são as estrelas, as microcelebridades, mas também os produtores, editores e diretores.

Ao tomarmos o trabalho de Valentina como realmente executado por ela, outros aspectos também presentes nesse tipo de subjetividade e nesse modo de ser tão atual podem ser levantados. Influenciada pela TV, pelo cinema, pelas revistas de celebridades e por todo o mercado acerca da mídia eletrônica, nossa sociedade precisa de um “perfil” em alguma das famosas redes sociais, além de registros fotográficos e em vídeo (especialmente se estiverem publicados em algum local da rede) para existir. É como se alguém “não existisse” para este tempo caso não tenha um perfil repleto de imagens no Orkut, um *blog* no Blogger e um *fotolog* hospedado no Fotolog.net. Atualmente, na verdade, com a proliferação dos nichos de redes sociais, as pessoas têm perfis no Orkut, o mais popular no Brasil, no Facebook, que vem ganhando notoriedade justamente porque não é tão populoso quanto o primeiro, e, muitas vezes, no LinkedIn, mais usado como rede de relacionamento profissional. Para seres midiáticos e midiaticizados, a foto, o vídeo ou o texto (publicado na *web*) acabam ganhando mais vida do que a realidade, principalmente porque essas imagens, vídeos e textos não ficam circunscritos ao ambiente familiar e de amigos, como os filmes e as fotos de família realizados no passado e divididos somente com as pessoas mais queridas e próximas. Muitas vezes, o registro fotográfico (ou em vídeo) de viagens, shows, jogos e incidentes cotidianos ganha, para seus autores (e atores), mais importância do que o evento em si. É muito comum ver, portanto, nos shows, aquela paisagem de câmeras digitais e câmeras de celulares iluminando as primeiras filas, capturando cada movimento do ídolo. O show, mais do que vivido, foi, sim, registrado. Com medo de perder cada detalhe, quem faz isso opta por deixar de viver o agora para poder sim mostrar, no futuro, aquilo que praticamente não vivenciou.

O sociólogo Muniz Sodré, em seu livro “Antropológica do Espelho<sup>63</sup>”, também fala sobre isso, citando o computador e a televisão:

Assim como num dispositivo de realidade virtual, onde o usuário faz do computador sua ‘pele’, o sujeito humano ‘veste-se’ semioticamente da televisão – isto é, incorpora o código televisivo, passando a reger-se por suas regras quanto a aparências, atitudes e opiniões. O próprio indivíduo é suscetível de converter-se em realidade midiática (SODRÉ, 2002).

Assim, o YouTube se mostra como um meio híbrido, um misto de televisão, cinema e internet que reflete a influência das duas primeiras mídias numa sociedade totalmente mediatizada. Apesar de o conteúdo do site de compartilhamento de vídeos não ser dominado por reproduções do que passa nas emissoras de televisão do mundo todo (a “telinha”, para os brasileiros, ou o “tubo”, para os americanos e ingleses), a influência é permanente e, para muita gente, imperceptível.

No caso de Val, o modelo de produção adotado por ela parece estar dando “certo”, pelo menos de acordo com a lógica capitalista. A personagem e a construção inventadas por ela vêm ganhando fãs, usuários e espectadores de todos os cantos dos Estados Unidos e do mundo. Seus quadros geralmente são vendidos após a publicação dos vídeos. Em dois exemplos, um de seus vídeos ganhou não apenas comentários, mas também outros vídeos como resposta. Em um deles, uma espectadora fala do quanto adora Val e edita seu próprio filme com cenas de episódios de *Val's Art Diary*. Outro fã presta sua homenagem compondo uma música na guitarra para Valentina<sup>64</sup>. É a força do que é imagético sobre o que é real.

Valentina conta em sua página no YouTube que resolveu fazer vídeos porque tinha dificuldade de se expressar escrevendo. Ela também falou do desejo de fazer com que a arte seja “mais acessível” a todos e não apenas circunscrita ao circuito de museus, galerias e centros culturais, concordando com Walter

---

<sup>63</sup> SODRÉ, M. Antropológica do espelho. Petrópolis: Vozes, 2002.

<sup>64</sup> Disponível em <[http://www.youtube.com.br/watch?v=GzFyr5ug\\_FU&feature=PlayList&p=DE789E26FEA3A502&index=6](http://www.youtube.com.br/watch?v=GzFyr5ug_FU&feature=PlayList&p=DE789E26FEA3A502&index=6)>



Benjamin (1990), para quem a reprodutibilidade técnica libertaria a obra de arte<sup>65</sup>. Segundo o filósofo alemão, no passado, a experiência da obra de arte era associada à sua aura, isto é, à distância que cada obra de arte, na medida em que é única, impõe ao observador. O desenvolvimento de formas de arte (a fotografia, inicialmente, principalmente) em que deixa de fazer sentido a distinção entre original e cópia se revela no fim dessa aura, o que liberta a arte para novas possibilidades, tornando o seu acesso mais democrático. Valentina diz:

Queria fazer com que meus quadros fossem vistos. Vivemos em tempos em que as artes mais tradicionais como a pintura são vistas como elitistas. A apresentação de trabalhos de arte em galerias e museus não ajuda na aproximação com o público e não mostra as reais intenções dos artistas. Também acho importante mostrar minhas reais intenções ao pintar. Por isso pensei: que mal há em mostrar meu trabalho e contar um pouco o que há por trás dele? Comecei a adicionar meus vídeos no YouTube como um experimento. Tinha poucas expectativas. Achei que só a possibilidade de receber retorno de algumas pessoas sobre o meu trabalho já valia. Sempre desconfiei, no entanto, que o YouTube, tradicionalmente um lugar para vídeos engraçados e acidentes, não seria o lugar para conteúdos mais sérios ligados à arte. Mas me surpreendi totalmente, não só com a audiência que tive, mas, principalmente, com o apoio e o incentivo das pessoas. Agora, todo domingo eu coloco no ar meus vídeos e a cada semana há uma festa virtual em que tenho a chance de responder comentários e falar com os usuários sobre o meu trabalho. Fazer arte pode ser algo muito solitário e o YouTube tornou essa atividade extremamente gratificante, oferecendo uma audiência fiel.

O texto acima suscita uma série de brechas. A primeira pode questionar o fato de Val ser um personagem criado por ela mesma. Depois de Lonelygirl15, a dúvida fica no ar, contribuindo para deixar ainda mais turvas as fronteiras entre o real e o ficcional. Em tempos em que o marketing é uma ferramenta tão forte e poderosa que penetra em todas as instâncias, uma grande empresa de roupas ou de bebidas (Val se diz viciada em Coca-Cola) poderia ter inventado o projeto como uma ação de “marketing viral”. Todas essas dúvidas se fazem presentes quando assistimos a seus filmes com um olhar um pouco mais cauteloso, além daquele que só busca ali a interação ou o divertimento.

---

<sup>65</sup> BENJAMIN, W. “A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica”. (Quarta edição). In: COSTA LIMA, Luis (org.). Teoria da Cultura de Massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

Um aspecto pode ser apontado em relação a esses questionamentos: A linha que separa a criação individual e a criação em nome de qualquer marca ou produto tem sido muito tênue nos tempos em que a realidade tem chamado mais atenção do que a ficção. A tática de usar vídeos de família, vídeo-diários ou filmes caseiros na publicidade (e em outros meios aqui citados) já virou lugar comum, como o anúncio da Skol, em que a turma se reúne em volta da piscina para tomar cerveja<sup>66</sup> - jeito de filme caseiro sem sê-lo. Programas como o já citado “Retrato Celular”, patrocinado por uma grande companhia de aparelhos móveis, desejam vender, mais do que aparelhos, um estilo de vida tecnológico, em que o aparelho, além de conectar pessoas por meio de voz, tira fotos, filma e envia pela internet móvel todos esses recursos, penetrando em uma intimidade ficcionalizada. Sem falar nas corporações, que agora controlam as comunidades de suas marcas no Orkut, criam blogs<sup>67</sup> em que omitem sua real identidade, para, sutilmente, irem se fixando não apenas nas retinas de seus consumidores, mas nos corações. “O controle é de curto prazo e de rotação rápida, mas também contínuo e ilimitado<sup>68</sup>” (DELEUZE, 1992). A lógica da sociedade contemporânea pode ser comparada a uma serpente. “Seus controles são uma modulação, como uma moldagem auto-deformante que muda continuamente, a cada instante” (DELEUZE, 1992). Hoje, especialmente neste novo meio e com o modo de atuação das marcas e empresas, o pacto autobiográfico é posto em cheque a todo momento.

Outro lado da moeda é o fato de que o “*Art Diary*” de Val nada tem a ver com os diários de pintores e escultores tradicionalmente falando. Esses cadernos, normalmente íntimos, sempre contiveram elementos como rascunhos, rabiscos, colagens, pequenos textos e estudos – além de pensamentos e aforismos. Os famosos *sketchbooks* de artistas como Frida Kahlo e Leonardo Da Vinci, por exemplo, continham cartuns e desenhos grosseiros de seus estudos sobre determinada obra, além de textos e comentários sobre seu dia-a-dia. Eram muito

---

<sup>66</sup>O vídeo está disponível em <[http://youtube.com/watch?v=XkKA9qd\\_1qQ](http://youtube.com/watch?v=XkKA9qd_1qQ)>. Acesso realizado em fevereiro de 2008.

<sup>67</sup> O blog JaTenteideTudo <[www.jatenteidetudo.com.br](http://www.jatenteidetudo.com.br)> é uma ação publicitária da Unilever para a marca Dove. Quando foi lançado, a marca da multinacional não aparecia em nenhuma de suas páginas. A idéia era emular a vida de uma consumidora desesperada com o visual dos próprios cabelos.

<sup>68</sup> DELEUZE, G. Conversações. “Controle e devir e Pós-scriptum sobre as sociedades de controle”, 1972-1990. São Paulo: Ed. 34, 1992.

mais privados – alguns, posteriormente, tornaram-se mercadorias, mas seu intuito não era a exibição.

O canal de Valentina no YouTube, por exemplo, tem um modo muito particular de exibir os trabalhos pintados e retratados nos vídeos. Depois de assistir a cada filme, o espectador pode comprar a pintura em questão por meio de um *link* para o site e-Bay – lá, uma de suas obras chegou a ser vendida por US\$ 1 mil. Além dos quadros, é possível comprar, via PayPal, camisetas com o slogan “*Eat your cookies*”, ou “Coma seus biscoitos”, que encerra todos os vídeos de Val. Os *cookies* da “artista” poderiam fazer alguma referência aos *cookies*<sup>69</sup>, arquivos de internet alojados nos computadores depois que se entra em determinado site, mas, pela explicação da própria em um outro vídeo, trata-se de uma vinheta cuja idéia foi copiada dos seriados da TV a cabo<sup>70</sup>. “‘Coma seus biscoitos’ é minha forma de dizer ‘proveitem o dia’, façam algo que gostem muito”, disse ela em um dos vídeos. Sem mencionar o DVD de fim de ano, preparado por Val com todos os episódios já exibidos no ano anterior, e que também está à venda. Como “estratégia de marketing”, semanalmente, a artista manda um e-mail a seus assinantes, em que fala rapidamente sobre o tema da pintura realizada previamente. Como vivemos numa época em que as ações de marketing de determinadas marcas são mais do que presentes em nosso dia-a-dia, Valentina sabe bem como proceder.

Em sua fala, contando como e por que começou a fazer vídeos para o YouTube, Valentina usa a palavra “mostrar” algumas vezes. Ela também contrapõe a solidez da criação artística e o retorno da audiência, que todos os domingos realiza, com ela, uma “festa virtual”. Ao buscar índices de audiência (em caso de real autoria), cooptação de clientes (em caso corporativo), esse modo sutil de operação da nossa sociedade penetra em todos os lugares. Tudo retorna ao ponto inicial da lógica comercial. “Quanto mais as pessoas captarem seus momentos especiais em vídeos, mais o YouTube lhes dará poder para serem os *broadcasters* de amanhã. O YouTube está criando uma comunidade de

---

<sup>69</sup> Um ‘cookie’ é um pequeno arquivo de texto salvo em seu computador assim que o site é visitado. Os ‘cookies’ são meios auxiliares usados por muitos sites para que os visitantes possam ter acesso a determinadas funções. A informação do “cookie” pode servir para monitorar o comportamento de navegação do usuário.

<sup>70</sup> Disponível em <<http://youtube.com/user/valsartdiary>>. Último acesso em dezembro de 2008.

comediantes, músicos, diretores amadores e donos de conteúdo. Nosso serviço é extremamente viral. Se alguém tem muito talento e seu material é criativo, os usuários vão adorar comentar e assistir a seus vídeos”, diz parte do material de apresentação do YouTube em seu próprio site.

Pierre Bourdieu<sup>71</sup> fala do jornalismo, mas poderia estar falando também da internet, pois a busca pela audiência segue a mesma ordem:

Através da pressão do índice de audiência, o peso da economia se exerce sobre a televisão, e, através do peso da televisão sobre o jornalismo, ele se exerce sobre outros jornais, mesmo sobre os mais “puros” e sobre os jornalistas, que pouco deixam que problemas de televisão se imponham a eles. E, da mesma maneira, através do peso do conjunto do campo jornalístico, ele pesa sobre todos os campos de produção cultural (BOURDIEU, 1997).

É importante ressaltar, no entanto, que não há culpados. Nem vítimas e algozes. Tudo é, portanto, efeito e instrumento, papéis que são alternados a todo momento.

#### **4.2. As confissões de um Emo**

Entre os vídeos nacionais feitos por brasileiros “comuns” publicados no YouTube, as produções do brasiliense Guilherme Zaiden chamam a atenção dos usuários do site e, por consequência, “dos mídia”. Na contramão da maior parte dos canais criados por usuários do Brasil e em português, que copiam o conteúdo da televisão aberta ou apenas replicam clipes de gravadoras e de artistas do pagode, funk e axé, Guilherme tem alguns dos vídeos mais originais do novo “tubo”. Ao pesquisar os filmes mais acessados, mais comentados e com melhor avaliação das diversas categorias do YouTube Brasil, inicialmente, tudo o que aparece são réplicas das novelas “A Favorita”, cenas do último “Big Brother Brasil”, clipes dos grupos Gaiola das Popozudas e Sorriso Maroto, da cantora *pop* Amy Winehouse, do *rapper* Eminem, uma colagem de fotos da menina Isabela

---

<sup>71</sup> BOURDIEU, P. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1997.

Nardoni<sup>72</sup>, morta no ano passado, e um *pout-pourri* de erros cometidos ao vivo por jornalistas e por entrevistados.

Quando a mesma pesquisa é feita para os canais, o retorno não é diferente: o canal da gravadora *Universal Music* aparece em primeiro lugar, seguido de perto por Antônio Tabet, o Kibe Loco<sup>73</sup>, criador de “Dança do Quadrado” (um hit do YouTube nacional e um dos vídeos analisados no capítulo sobre vídeos virais), além de clipes dos cantores sertanejos Victor e Léo.

O canal<sup>74</sup> de Guilherme Zaiden é o 36º mais visto por brasileiros desde o início do YouTube – além disso, está na terceira colocação como canal especificamente de humor mais assinado no YouTube Brasil. É possível que Guilherme seja um dos brasileiros mais vistos na internet. Seus vídeos contabilizam quase de 13,5 milhões de visualizações, segundo dados do próprio site de compartilhamento – apesar de outros canais estarem à frente, em número de visualizações, a maioria não tem conteúdos exclusivos, como o de Guilherme (ele ganha de Valentina, citada anteriormente: são 13 milhões contra 8 milhões de exibições. O detalhe que mais impressiona é que ele dispõe de menos de dez vídeos, contra mais de cem dela, e que sua língua, o português, não é conhecida da maioria, ao contrário do inglês de Valentina).

No total, o brasileiro tem oito vídeos disponíveis no “tubo”. Em todos, o jovem de 21 anos representa personagens muito diferentes, como uma mãe desnaturada e seu filho carente; um pastor evangélico, um cantor de *hip hop* (nesse filme, Guilherme ironiza o jeito “cafajeste” adotado por muitos cantores do estilo musical), uma aspirante a participante do “Big Brother Brasil”, um viciado em Orkut<sup>75</sup> e, seu maior sucesso, visto 4.662.349 vezes, um garoto Emo<sup>76</sup>, uma

---

<sup>72</sup> Disponível em <<http://br.youtube.com/watch?v=GpG7NAjw1ms>>. Em janeiro de 2009, o vídeo contabilizava 10.693.147 exibições.

<sup>73</sup> A única exceção de “usuário comum” entre os 20 canais mais acessados do YouTube Brasil.

<sup>74</sup> Disponível em <<http://br.youtube.com/user/gzaiden>>. Acesso em janeiro de 2009.

<sup>75</sup> Disponível em <[http://br.youtube.com/watch?v=CP2uqIXJoV8&feature=channel\\_page](http://br.youtube.com/watch?v=CP2uqIXJoV8&feature=channel_page)>. Acesso em janeiro de 2009.

<sup>76</sup> Emo (abreviação do inglês *emotional*) é um gênero de música derivado do *hardcore*. O termo foi dado às bandas do cenário *hardcore* de Washington (DC), nos Estados Unidos, que compunham de forma mais emotiva que o habitual. No Brasil, o gênero se estabeleceu em 2003, principalmente em São Paulo, depois chegando a outras cidades do Sul e do Sudeste. Influenciou também no jeito de vestir de seus fãs, em geral em trajes pretos, listrados, cabelos coloridos, maquiagem (mesmo para os rapazes) e franjas caídas sobre os olhos.

paródia aos adolescentes amantes do estilo musical que é a abreviação de “emocional”.

No recordista de visitas “Confissões de um Emo<sup>77</sup>”, Guilherme interpreta João, ou ‘Bonequinho de Porcelana’, um rapaz atormentado por ser motivo de piada na internet – mais auto-reflexivo em relação à própria *web*, impossível. Ao realizar planos fechados, que aproximam bastante a câmera de seu rosto, quase sempre cabisbaixo, ele consegue retratar a timidez e angústia – de uma forma um tanto irônica, aliás – sentidas por João. Além do figurino (roupa preta, maquiagem e franja) inspirado nos *hardcore emo*, ele usa, para compor a atmosfera, elementos emblemáticos, como a bandeira dos Estados Unidos, pôsteres de cinema na porta do quarto e a trilha sonora “*Welcome to my life*”, da banda *Simple Plan*, que narra a história adolescente de alguém fora do lugar, em colapso. “Você já quis fugir? Você se tranca em seu quarto? Com o rádio ligado e o volume bem alto? E ninguém te ouve gritando?”, dizem os versos tocados enquanto o personagem faz cara de triste. “Todo mundo fica entrando no meu Orkut falando que eu sou Emo. Eu não gosto de rótulos”, choraminga o Emo no vídeo. Em outros filmes, Guilherme mistura novamente humor e crítica: Ao encarnar um pastor, pede que o dízimo seja depositado na conta 666.66-6; quando representa um viciado em Orkut, a recuperação ao vício se dá pela substituição da rede social pela bebida; e, por último, sua candidata a “Big Brother” é negra e, ao mesmo tempo, racista. As referências são, novamente, totalmente midiáticas e reflexivas em relação ao tempo em que ele vive: o desejo por tornar-se uma quase celebridade por meio de um *reality show*, a onipresença das redes sociais e o comércio da fé.

É interessante também discutir seu método de trabalho. Em geral ele é ator e diretor, uma espécie de *one man show*. “Sua seleção de planos é quase sempre muito simples e objetiva. A cena se constrói na duração, na fala e no tempo, mas ele usa a montagem, intercalando imagens para desmontar o que está sendo dito”, diz Luiz Carlos Merten, crítico de cinema de O Estado de São Paulo e um dos primeiros a elogiar as aventuras do brasileiro num texto intitulado “Guilherme Zaiden e o futuro do cinema<sup>78</sup>”, publicado no jornal. Nele, Merten o compara ao

---

<sup>77</sup> Disponível em <[http://br.youtube.com/watch?v=OATq8YrIz-c&feature=channel\\_page](http://br.youtube.com/watch?v=OATq8YrIz-c&feature=channel_page)>. Acesso em janeiro de 2009.

<sup>78</sup> MERTEN, L. Guilherme Zaiden e o futuro do cinema. O Estado de São Paulo, 12/11/2006.

pessoal do grupo Casseta & Planeta, que começou com um *fanzine* em uma universidade carioca e hoje integra o time da TV Globo.

O curioso é que Guilherme criou, produziu, dirigiu e editou seus vídeos de forma totalmente amadora, como a maioria dos filmes expostos no YouTube, usando o programa *Windows Movie Maker* (software simples para a edição de filmes caseiros que já vem disponível em boa parte dos computadores com o sistema operacional *Windows*) e uma câmera fotográfica digital que gravava apenas 40 segundos por vez. Para publicar os vídeos no site de compartilhamento, ele deixava o conteúdo carregando na *web* durante a noite e ia dormir, pois sua conexão era discada. Depois do sucesso na rede, Guilherme ficou “famoso”, virou matéria do Fantástico<sup>79</sup> e novamente de O Estado de São Paulo<sup>80</sup> - além de outros sites e emissoras de televisão. Ganhou uma promoção de uma operadora de telefonia móvel, pois um de seus vídeos foi o mais baixado pelos usuários da empresa, e, como prêmio, viajou por alguns dias para a Inglaterra.

Para ele, os vídeos no YouTube não “dão dinheiro”, apesar dos milhões de acessos e, por isso, recentemente, mudou-se para São Paulo em busca de trabalho como ator. Por conta do sucesso do personagem que criou, Guilherme ainda participou de um programa da Rede TV!, vivendo o próprio Emo. Mas logo desistiu da idéia, pois achou que estava sendo “sugado” pela emissora, com a pressão para fazer parte, cada vez mais, do grande mercado de comunicação e de entretenimento.

Fui chamado pelo YouTube para fazer seu programa de parcerias, mas aí eu não poderia fazer muita coisa por causa dos direitos autorais... Depois, na Rede TV!, tive um quadro chamado “Diário de um Emo”. Durou dois meses, sempre pegando carona no meu personagem. Era muito exaustivo: eu tinha de ter as idéias, pautar, gravar... Fazer tudo! As pessoas me achavam muito inovador e não tinha nada disso. Queria fugir desse estigma, de fazer as coisas sempre toscas. Há dois anos eu filmava numa máquina fotográfica e editava no Movie Maker porque era o jeito! No ano passado, ligaram do Fantástico e tive uma reunião com o núcleo artístico da Globo. Voltei para Brasília e recebi uma câmera para assistir ao programa e ‘zoar’ alguma coisa dele. Não sabia para onde ir, não fazia sentido! É um programa milionário e eu iria fazer sozinho? O Fantástico é o

---

<sup>79</sup> Disponível em <<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL699661-15605,00.html>>. Acesso em janeiro de 2008.

<sup>80</sup> DURAN, S. YouTube leva jovens diretores ao estrelado. Estado de São Paulo, Metrópole, 12/11/2006.

programa mais assistido do domingo, então não era só ser o engraçadinho do YouTube, que se o filme fosse ruim, depois, era só tirá-lo em cinco dias! Não tinha uma base...Um investidor quis me dar dinheiro para uma peça e disse que disponibilizaria R\$ 70 mil para eu desenvolver algo. Gente, eu não sou gênio! Fazia vídeos em casa, como iria criar algo totalmente diferente? Não vou compor uma ópera aos 12 anos, não sou o Mozart! Não me sinto fracassado, só não estava preparado<sup>81</sup> (MULLER, 2008).

O depoimento de Guilherme mostra como nossa cultura midiática e espetacularizada absorve as emergentes estrelas da vez, sejam elas as últimas integrantes do “Big Brother Brasil” ou do YouTube, e tentam integrá-las aos seus próprios meios, aproveitando sempre aquilo que as tornou “especiais” para o público espectador. Ao fazer um paralelo com o *reality show* mais popular do Brasil, podemos lembrar de alguns personagens que surgiram nas lentes do “grande irmão” e foram exportados para outros programas da própria emissora, além de bailes de debutantes, Ilha de Caras e para as revistas de fofoca e da moda. De Kléber Bambam, o grandalhão musculoso que construiu uma boneca usando sucata e fez dela sua melhor amiga, vencendo a primeira edição do programa<sup>82</sup>, até Grazi Mazzafera, que apesar de não ter vencido a quinta versão do *reality show*, já posou para a edição de 30 anos da revista Playboy e hoje é atriz da TV Globo, tendo participado de três novelas, além atuar como modelo de marcas como L’Oreal e Arezzo. Bambam também não ficou atrás: participou do programa humorístico capitaneado por Renato Aragão, o Didi, e hoje integra o time humorístico de Tom Cavalcante, na Rede Record.

Ao declinar, pelo menos por enquanto, os convites do Fantástico e da Rede TV!, Guilherme Zaiden reforçou o fato de que não quer ser visto apenas como o menino brasileiro que faz vídeos caseiros, publicando-os na internet. No entanto, se tivesse aceitado, provavelmente iria virar a estrela da vez para depois, muito provavelmente, cair no esquecimento. Em um de seus filmes no You Tube, inclusive, ele simula uma entrevista consigo mesmo, após a fama. Guilherme não poupa ninguém, nem a si mesmo – nem os “artistas” globais. “Eu sou mais do que

---

<sup>81</sup> MULLER, G. Ainda lavo roupa no tanque. IG Notícias, Tecnologia, 9/12/2008. Disponível em <<http://tecnologia.ig.com.br/noticia/2008/12/19/ainda+lavo+roupa+no+tanque+3219066.html>>. Acesso em janeiro de 2009.

<sup>82</sup> Disponível aqui: <<http://www.youtube.com/watch?v=vTxXSzkJu7E>>. Acesso em dezembro de 2008.



um rostinho bonito em um corpinho malhado. Há dois dias eu comi dois Big Macs para ajudar as criancinhas com câncer... Adoro meus fãs. Respondo todas as mensagens. Na verdade, respondi duas outro dia”, diz.

Numa análise dos mais de 7 mil comentários publicados após o vídeo “Confissões de um Emo”, é possível observar que nem todos aqueles que escrevem parecem saber quão ficcional é o filme. Outros, convictos dessa categorização, elogiam a atuação de Guilherme, publicando palavras de incentivo. Ainda aparecem aqueles comentários que se restringem a falar da opção sexual, estereotipada, dos *emos*. Outros são, simplesmente, comentários de raiva. Como faz muito tempo que Guilherme não publica coisas novas no YouTube, alguns textos mais recentes pedem sua volta.

*ricksmith22* (2 anos atrás)

Tipo, essa voz engasgada nesse timbre cabuloso que gay fala, cara, tu imitou com maestria. Oscar pra ti.

*sharpsots* (2 anos atrás)

viado fdp. AUuAHuHAUhuHAUhUHA. pelo menos morreu. menos um emo na terra! UHAUhuHAuH

*akira7569* (20 horas atrás)

brasilian emo style :)

*lilikittejackson* (1 dia atrás)

eu naun odeioo ngm ,euu amoo todoo muundo ,eu sóoh queriiia qe todo mundo mii amasse de voltaa tii fofuuraa de emoo-gay! XP

*raulconsumo* (1 semana atrás)

o glauber rocha do youtube!!!

*gezildoraimundo* (2 semanas atrás)

vc precisa de Cristo, nenhum efeminado entrará no reino de Deus!!!! receba Jesus e leia a Bíblia e terá paz no teu coração

*jmmanda1234* (1 dia atrás)

pq vc n faz + vídeos????

Guilherme e seu Emo também recebem respostas em forma de vídeos. As respostas nesse formato, oito apenas para o “Confissões de um Emo”, em sua maioria não têm nada a ver com o tema de seu vídeo. Talvez seus autores tenham pegado uma carona no vídeo de Guilherme, que tem muitos acessos, para promover seus próprios filmes. Aliás, isso acontece corriqueiramente no YouTube: as

pessoas descobrem meios para burlar e manipular o site de compartilhamento para conseguir autopromoção. Uma das táticas usadas é colocar no meio do vídeo imagens pornográficas, para que exatamente essa imagem seja exibida nas páginas de destaque do site atraindo, conseqüentemente, mais atenção de outros internautas. A lógica da busca pela audiência segue a mesma tática já realizada pela televisão: cenas de sexo e de nudez, por exemplo, aumentam o número de espectadores.

O “fenômeno” Guilherme Zaiden é diferente também de grande parte dos vídeos produzidos por usuários comuns no YouTube Global. Neste site, em que o idioma inglês é o predominante, muitos filmes criados e editados por pessoas comuns têm um caráter de relato periódico (diário, semanal, mensal e outro tipo de periodicidade), algo entre o púlpito e o confessionário – e, de alguma forma, se propõem a ser mais real e menos ficcional do que os filmes realizados pelo brasileiro. Mas é claro que a linha entre ficção ou realidade hoje, e principalmente no YouTube, é muito tênue e vive sendo transpassada. Nesses vídeos com caráter confessional ou de púlpito, o pacto autobiográfico pode ser quebrado. Apesar de algumas características levarem o espectador a acreditar que o filme é real, tudo pode não passar de ficção.

Um caso em específico é digno de atenção. Apesar de toda a conotação e aparência de um verdadeiro romance “real” iniciado na rede e por meio do site de compartilhamento, o caso de Emokid21Ohio e Emogirl21 não passava de pura ficção, criada por dois jovens ingleses. Emokid21Ohio publicou seu primeiro vídeo em 2007 e teve a resposta de uma moça da mesma idade, com os mesmos gostos e, aparentemente, sentimentos. Começaram, então, um ‘relacionamento’ por meio do YouTube, em que milhares de pessoas foram espectadoras de sua “novela” nada privada, recheada de vídeos mais parecidos com uma conversa *online* do que outra coisa. O romance aconteceu nas telas do YouTube e aos olhos dos usuários do site.

Depois de 28 vídeos (dez dela e 18 dele), os dois revelaram que tudo não passava de uma brincadeira. “Não imaginávamos o vulto que a coisa iria tomar”,

disse Emogirl21 em seu último filme<sup>83</sup>, curiosamente chamado de “A Morte de Emogirl21” – no vídeo, alguém que finge ser uma repórter da BBC anuncia o suicídio da garota, após o falecimento de seu parceiro (depois, a autora do personagem aparece na frente da câmera e conta como a ficção foi criada). Emokid21Ohio faz o mesmo, também com o auxílio de uma fictícia BBC<sup>84</sup>. A dupla só veio a público falar sobre sua verdadeira identidade depois que um de seus espectadores encontrou o perfil de Benjamin Jonhson (Emokid21Ohio) no site de relacionamento MySpace. Os comentários dos internautas dividem opiniões e mostram toda a paixão pela trama adolescente – a dupla recebeu mais de 350 mil visitas.

*Mindbattler* (1 ano atrás)

Foi um choque! Devo morrer agora! :P Foi engraçado, todos nós sabíamos! Faça outros (vídeos). Só retardados pensavam que era real! Muito bacana, cara. Se cuida.

*bandit977* (2 semanas atrás)

Meu Deus. Não acredito que caí nessa. Agora eu te odeio, pois realmente senti pena de você.

*KissKissFashion* (8 meses atrás)

Eu, pessoalmente, achava toda a charada engraçada. Não sei por que todo mundo está tão chateado com isso, meu Deus.

*billw23454* (2 anos atrás)

Bravo! Bravo! Você e seu amigo devem ganhar o Golden Globe Awards. Quem fez os *scripts*? Ou cada um criou o seu personagem? Não é sarcasmo: vocês foram maravilhosos em seus papéis. Mesmo que *EmoGirl* esteja morta, seria ótimo ver mais. Obrigada a todos os envolvidos nessa brincadeira. MUITO divertido.

*animalhealthcare* (2 anos atrás)

Não, tudo o que eu acreditava tem sido uma mentira.

*2magic* (1 ano atrás)

Não desperdice o seu tempo assistindo este tipo de vídeos! É tudo mentira. Ele não é real! Ele não é parecido com o garoto Emo que ele tem fingido ser! Seu verdadeiro nome é Benjamin Johnson. Ele não é um americano, ele é inglês!

*theistbug23* (1 ano atrás)

você nos traiu.

<sup>83</sup> Disponível em < <http://www.youtube.com/watch?v=MhnNjiGcVdY>>. Acesso em janeiro de 2009.

<sup>84</sup> Disponível em < [http://www.youtube.com/watch?v=xZ8ISb6lkLA&feature=channel\\_page](http://www.youtube.com/watch?v=xZ8ISb6lkLA&feature=channel_page)>. Acesso em janeiro de 2009.

No caso dos vídeos de Guilherme Zaiden, poucos acreditam ser realidade, pois o autor usa de figuras para deixar claro o seu papel: ele aparece caracterizado de diferentes formas (em seu canal é possível encontrá-lo vestindo desde tranças rastafári até uma peruca loura, passando por colares de pérolas e roupas pretas típicas de um adolescente rebelde); usa e abusa do humor; seus personagens beiram o patético; e ele chega a interpretar mais de um personagem no mesmo vídeo. A maioria dos espectadores, então, sabe que se trata de uma ficção – um ou outro internauta, inicialmente, e dependendo do vídeo, pode ter dúvidas, no caso de um filme mais confessional como o “Confissões de um Emo”.

Ao contrário, o casal de “emos” parece real porque não tem nenhum desses componentes acima citados: a dupla se mostra sempre apresentando o mesmo “eu”, ou o mesmo personagem; na maior parte das vezes os vídeos são filmados no mesmo cenário; os filmes exercitam uma espécie de diálogo entre Emogirl21 e Emokid21Ohio, usando de toda intimidade de suas casas e de seu relacionamento para aparentar realidade.

Por outro lado, quem aparece de frente para as câmeras não consegue esquecer totalmente o suporte tecnológico a ponto de transparecer apenas o que se é. Em variados níveis e instâncias, essas pessoas que publicam vídeos com seus depoimentos, pensamentos e diários estão interpretando seus “eus” construídos socialmente – e também construídos para esse novo suporte, meio televisão, meio internet. Então, talvez não sejam tão diferentes de Guilherme Ziden. O “eu” de cada um é complexo e, ao mesmo tempo, “uma unidade ilusória construída a partir do fluxo caótico e múltiplo de cada experiência individual” (SIBILIA, 2007). Esses “eus” quotidianos atuando em ambientes vigiados por suas próprias câmeras web oferecem um espetáculo daquilo que nossa sociedade passa hoje com as câmeras de vigilância presentes em bancos, fábricas, empresas de serviços, escolas e nas próprias ruas.

O caso de Geriatric1927 parece apontar para alguém real, mas que vem se construindo e se renovando na medida em que interage com a *web* e com os usuários do YouTube.

### 4.3. Geriatric1927 através do espelho

É possível encontrar no YouTube milhares de filmes em que esse usuário comum aparece em cena de modo parecido com uma videoconferência filmada pela *web* câmera de seu próprio computador ou *laptop*, em seu quarto, escritório, ou sala – a câmera chega a pegar até abaixo do peito, mas o maior foco costuma ser mesmo no rosto, podendo filmar o corpo todo, dependendo da distância que se toma dela. Nesse tipo de vídeo, seu autor versa sobre determinado assunto, como se estivesse falando para o espelho – olhando para a câmera como um apresentador em uma bancada de um telejornal. A câmera faz pouco ou nenhum movimento e a cena que se vê durante a maior parte do tempo é a da própria pessoa, em primeiro plano, e seu rosto iluminado pela tela. Ao fundo, podem estar livros, objetos pessoais ou mesmo uma parede. Com os computadores mais novos, em que a câmera já vem acoplada ao próprio *la top*, é possível gravar seu vídeo de frente para a tela, independentemente do ambiente em que se está – alguns o fazem no parque, em outros cômodos que não o quarto ou o escritório, etc. Esse computador, com uma câmera e um microfone para captação de áudio, funciona como um verdadeiro estúdio pessoal.

Depois de gravado e de editado (eventualmente, pois muitas vezes esse “depoimento” vai direto para o site sem grandes efeitos, clausuras ou cortes), o vídeo é publicado no YouTube, e pode receber comentários em forma de texto, notas de avaliação, respostas ou réplicas também em vídeo. Dessa forma, uma série de diálogos é travada na *web*, especialmente no YouTube, dando voz a quem antes não tinha, provocando discussões e interação entre pessoas de universos diferentes, que podem não morar na mesma cidade, estado ou país. Essa conversa em formato de vídeo, no entanto, não acontece ao vivo ou em tempo real. Ela é gravada e depois disponibilizada no site, podendo ser respondida e replicada quantas vezes seus autores e interlocutores acharem necessário.

Chamados de *vlogs* (*video logs*<sup>85</sup>) ou de vídeos-diários, esses filmes são normalmente personalizados e pessoais. Em uma busca rápida no YouTube para a

---

<sup>85</sup> A palavra “blog” é a contração das palavras “web” e “log”, assim como “vlog” é a contração de “video log”, ou arquivo em vídeo.

palavra *vlog* é possível encontrar 190.000 vídeos. Para a palavra *videodiary*, ou vídeo-diário, aparecem 95 mil. A nomenclatura de *vlog* remete a seu parente mais próximo, o *blog*, ou *web log*, literalmente “arquivo da *web*”. Num sistema computacional, *log*, ou arquivo de dados, é o termo utilizado para descrever o processo de registro de eventos relevantes. Nos blogs, os *logs* são qualquer tipo de conteúdo que o dono ou donos do site publicam – normalmente, eles veiculam conteúdos que expressam sua opinião acerca de temas diversos. Nos *video logs*, *vlogs*, ou videoblogs não é diferente.

Geriatric1927 é um *vlogger*, ou seja, alguém que tem um vídeo blog, famoso no YouTube Global e no Reino Unido – já chegou a participar de matérias nos jornais *New York Times*, *Washington Post*, *The Guardian* e *Daily Telegraph*, além do canal *ABC News* e da *CNN*. Seu sugestivo apelido chama a atenção. Ao publicar seu primeiro vídeo no site de compartilhamento, em agosto de 2006, virou, também ele, uma das emergentes estrelas da internet. Esse filme, especificamente, tem quase três milhões de acessos e foi comentado desde então por cerca de 13 mil pessoas, tendo recebido mais de 120 vídeo-respostas – o que para uma emissora de televisão pode não ser muito, mas para um indivíduo único é uma soma considerável. Geriatric chegou a receber uma menção honrosa do YouTube Reino Unido por ter sido o autor do 10º vídeo mais visto de todos os tempos na categoria “Notícias e Política”.

“Tornei-me um viciado no YouTube e em todos os maravilhosos vídeos que vocês, os mais novos, têm produzido. Então, pensei em fazer um eu mesmo, mas, como vocês podem ver, vou precisar de ajuda. Espero falar e comentar um pouco da vida, isso da perspectiva de uma pessoa realmente mais velha. Espero que vocês respondam com seus comentários e poderei fazer outros vídeos para retornar para vocês”, disse ele em seu filme inaugural<sup>86</sup>, “*First try*”, ou “Primeira tentativa”.

Na mesma semana e após receber alguns milhares de comentários e e-mails, Geriatric, o senhor inglês de 79 anos, na época, tomou coragem e publicou seu segundo vídeo:

---

86 Disponível em <[http://br.youtube.com/watch?v=p\\_YMigZmUuk&feature=channel\\_page](http://br.youtube.com/watch?v=p_YMigZmUuk&feature=channel_page)>. Acesso em janeiro de 2009.

Recebi 4.700 mensagens de vocês em meu canal no YouTube. Estou totalmente chocada e não sei o que dizer. Se eu cair em prantos, eu paro e depois retorno, mas preciso agradecer a vocês. Essa experiência no YouTube tem sido uma das maiores mudanças em minha vida, me proporcionando um novo mundo para experimentar. Muito, muito obrigado. Vocês me perguntaram sobre algumas coisas em minha vida, então vou responder, aos poucos, por meio de alguns vídeos<sup>87</sup>.

O canal criado por Geriatric1927 tem 168 vídeos no total – isso significa que a produção é de, em média, 5,6 filmes por mês, desde sua inauguração. Seu primeiro filme, este em que ele saúda a comunidade do YouTube e se apresenta, foi visto por quase o mesmo número de pessoas que acessaram seu canal (2,5 milhões de pessoas), onde estão todos os seus vídeos. Na maior parte dos filmes, ele fala um pouco de si (conta de sua paixão pelas motocicletas e pelo *blues*, e versa sobre o fato de ter vivido a puberdade nos anos 30), fala do seu dia-a-dia (como a ocasião em que ficou sem luz<sup>88</sup> e sem internet em casa e mostra seu jeito de cozinhar), também relata a própria experiência na *web*, além de comentar atualidades, como a eleição do presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, e a qualidade das comédias inglesas contemporâneas<sup>89</sup>. “Minha família pensa que fiquei maluco por estar no YouTube. Acham que é algo meio indecente”, disse ele, em uma entrevista<sup>90</sup> concedida a outro usuário do YouTube, Gibbo1988, que costuma fazer uma espécie de *talk show* com integrantes destacados do site de compartilhamento.

“É interessante saber que outras pessoas idosas passaram a publicar vídeos no YouTube depois da minha experiência... Acho muito legal que me chamem de ‘vovô do YouTube’... No entanto, os encontros, realizados para reunir os integrantes do YouTube, não são para mim”, continuou *Geriatric*, na mesma entrevista.

“O vovô do YouTube”, muitas vezes, conversa com sua audiência estabelecendo novos tópicos para o diálogo e, outras vezes, responde o que foi

---

<sup>87</sup>Disponível em <[http://br.youtube.com/watch?v=qJ6B2qOFp7Y&feature=channel\\_page](http://br.youtube.com/watch?v=qJ6B2qOFp7Y&feature=channel_page)>. Acesso em janeiro de 2009.

<sup>88</sup> Disponível em <<http://br.youtube.com/watch?v=xqWBIXmlsCI&feature=channel>>. Acesso em janeiro de 2009.

<sup>89</sup> Disponível em <<http://www.youtube.com/user/geriatric1927>>. Acesso em dezembro de 2009.

<sup>90</sup> Disponível em <<http://br.youtube.com/watch?v=IabtFb6hyfM&feature=related>>. Acesso em janeiro de 2009.

perguntado previamente, seja por e-mail, vídeo ou apenas comentário. “Olá *YouTubbers!* Vocês que me acompanham por um tempo sabem que larguei um emprego estável para ser mecânico de motos e depois vendedor...”, inicia ele, num de seus vídeos, mostrando toda a intimidade com o formato televisivo de referir-se ao que foi dito anteriormente e saudando os espectadores, promovendo interação entre quem fala e quem assiste. “Me digam o que acharam, pois posso ter idéias para outros vídeos a partir de suas sugestões”, diz ele, em outro filme. O YouTube parece ter sido para ele uma verdadeira motivação de vida, uma injeção de energia nova e também uma rotina: acordar, olhar os e-mails, fazer um vídeo novo, responder a outro, receber ou dar telefonemas para os “novos” amigos, etc.

“Qual é a alternativa para um homem velho morando sozinho? Talvez passar seus dias assistindo um pouco de televisão ou lendo jornal. Agora tenho uma vida tão agitada que não tenho tempo para as minhas dores e problemas do tipo”, diz ele.

Como *Geriatric* é fruto de uma época em que o uso da memória natural era muito maior do que hoje, quando podemos contar com uma série de dispositivos para armazenar nossos contatos, agenda de aniversariantes, textos, músicas e muito mais, ele aproveita para recriar, em seus filmes, um tempo que não volta mais e dialogar com suas próprias memórias. “Tudo no cinema é uma questão de memória”, disse o diretor Jean-Luc Godard após a exibição de seu “Elogio ao amor” no Festival de Cannes, em 2002. Ao relatar uma experiência passada, o sujeito recria essa experiência com os elementos próprios da lembrança. E, provavelmente, *Geriatric*, ao percorrer as suas memórias, está preservando seu eu, pois junto com o esquecimento muitas vezes se vão partes dos indivíduos. Por isso, os vídeos o têm mantido tão vivo.

Em alguns vídeos, o avô do YouTube aparece de gravata e de terno, em outros, mais casual, tomando chá ou café. Quando tenta se recordar do que viveu no passado, *Geriatric* fecha os olhos<sup>91</sup> para contar como era o tempo em que o mundo passava por uma Guerra Mundial – é o exercício de tentar trazer de volta a

---

91 Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=q0d7yGXP-2Q&NR=1>>. Acesso em janeiro de 2009.



memória do passado. Em outro filme<sup>92</sup> (um dos poucos em que não está de frente para o computador), assistido por cerca de 80 mil pessoas, Geriatric faz uma brincadeira com os programas de culinária mostrando o jeito “geriátrico” de cozinhar. No filme, ele prepara sua refeição tirando um prato de comida pronta do freezer, colocando-o direto no aparelho de microondas.

Ele fez tanto sucesso no site (chegou a ser o canal mais assinado do YouTube no Reino Unido em 2006 e hoje ocupa a 12ª colocação), que, claro recebeu convites de emissoras de televisão, acabou integrando uma banda de octogenários chamada *The Zimmers*<sup>93</sup>, cujo principal objetivo é angariar fundos para a ONG inglesa *Age Concerned*, e virou estrela de uma campanha publicitária<sup>94</sup> de uma empresa de banda larga neozelandesa. Sua preferência, no entanto, sempre foi seu “fiel público” do YouTube – que considera a extensão de sua própria família. “Eu tinha planejado começar a fazer menos vídeos para que as pessoas me esquecessem, mas aí pensei: ‘e por acaso eu quero ser esquecido?’ Decidi que não quero”<sup>95</sup>, explica ele.

Casos como o de Geriatric mostram um dos usos sociais do YouTube e da própria *web*: fazer do site um meio para suas relações com o mundo, além de um catalisador de memórias. Ao contrário de outros usuários do YouTube, Geriatric1927 raramente recebe um comentário negativo para seus vídeos ou canal. As pessoas parecem simpatizar com o simples fato de que alguém nascido nos anos 20, ou seja, no início do século passado, circule tão desenvolvido pela internet, fazendo da criação de vídeos seu principal passatempo.

*HotFederer* (1 ano atrás)

Olá! Como você está bonito! Você é tão inteligente e está muito bem para sua idade. Você me surpreende e inspira a envelhecer e ser feliz.

Continue fazendo o seu trabalho, pois ele, com certeza, te deixa muito feliz. Você é muito simpático e gentil. Você é uma estrela!

*cmjammer* (3 meses atrás)

Você é maravilhoso! Estou enviando todos os seus links para a minha família - especialmente os meus pais, porque você é um

<sup>92</sup> Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=jH6nuHcVwgg&feature=channel>>. Acesso em janeiro de 2009.

<sup>93</sup> Disponível em <<http://www.thezimmersonline.com/>>. Acesso em janeiro de 2009.

<sup>94</sup> Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=biAbS-e68bM>>. Acesso em janeiro de 2009.

<sup>95</sup> FAYER, J. How an 81-year-old widower's YouTube 'cookalong' (featuring a ready-meal) has made him a bigger hit than Gordon Ramsay. 4/11/2008. Mail Online.

exemplo de alguém que abraçou a mudança. Eu espero ser tão bacana quanto você quando chegar a sua idade.

*tjbois* (1 mês atrás)

Só encontrei você hoje. Antes tarde do que nunca. 80 anos é muito legal. Cheguei a tempo! Estou feliz que nossos caminhos tenham se cruzado. Um abraço apertado e que a paz esteja com você. Com amor e gratidão, Tim.

*oldmanofbarfighting* (1 mês atrás)

agradeço a todos os seus maravilhosos vídeos. seu conhecimento e sabedoria são muito apreciados. você é o avô que nunca tive.

Se Geriatric descobriu um meio de tornar-se mais ativo e esquecer-se das suas próprias dores, quem acessa o YouTube e se depara com suas histórias e lições de vida demonstra algum tipo de encantamento, como mostram alguns comentários. O modo de pensar exposto por ele revela alguém que já passou pela vida e tem reflexões a compartilhar. Geriatric percebeu ser a rede (a teia que aproxima pessoas tão distantes fisicamente, mas com afinidades) a oportunidade perfeita para exercer sua filosofia. “A experiência da memória involuntária para Proust era o instante epifânico, porque nele passado e presente se fundiam numa totalidade de revelação vivida e lembrada<sup>96</sup>” (JAGUARIBE, 2007). Assim pode ser para Geriatric, que faz da oportunidade, do contato com outros inesperados, as condições perfeitas para rememorar.

É possível perceber também a interação e até a proximidade entre Geriatric e alguns *videobloggers* do YouTube que freqüentemente comentam em seu canal e respondem, em forma de vídeo, aos seus filmes. A relação com determinadas pessoas tornou-se muito próxima, a ponto de ele receber visitas de *youtubbers* (como se intitulam os usuários do YouTube) em casa. “Estou feliz que coloquei um sorriso em seu rosto e você, com certeza, colocou um sorriso no meu”, disse Zipsters08, contando, em um vídeo, como foi a visita de um grupo de usuários do YouTube à casa de Geriatric.

A pesquisadora Adriana Braga fala dos blogs, mas a analogia para os videoblogs é a mesma. “Um blog que não se divulga, um blogueiro que não visita os outros blogs e deixa ali seu registro, é um blog que, para todos os propósitos,

---

<sup>96</sup> JAGUARIBE, B. O choque do Real: estética, mídia e cultura. São Paulo: Editora Rocco, 2007.

não existe<sup>97</sup>” (BRAGA, 2008). Esse sistema de retribuição de visitas é muito comum no YouTube, assim como nos blogs. Os donos de canais no site de compartilhamento de vídeos fazem uma espécie de “circuito” e visitam especialmente as páginas daquelas pessoas que comentam com frequência sua produção, que publicam filmes fazendo referência a seus vídeos e cuja interação é mais freqüente.

Os usuários que mais se aproximam entre si são aqueles que também usam o site para publicar vídeos, mais do que aqueles que apenas comentam os filmes de outras pessoas e têm uma atitude *voyeurista*, mais parecida com o “olhar no buraco da fechadura”. Geriatric também tem seu circuito e nele está Gibbo1988, um jovem inglês seis décadas mais novo. Gibbo1988, aliás, já fez uma entrevista<sup>98</sup> com Geriatric em que declarou ser seu fã. Ao fim da conversa, Geriatric quis inverter os papéis e devolveu para Gibbo1988 uma desconcertante pergunta, que fala bastante do momento atual de nossa sociedade: “Por que você e outros da sua idade usam expressões tão americanas como ‘dude’, ‘man’ e ‘cool’ se você é inglês?”.

“Sou muito patriótico e tenho orgulho de ser inglês, mas faço parte da classe trabalhadora da Inglaterra. Não nasci usando talheres de prata e cresci num ambiente multicultural forte, sempre vendo televisão e, recentemente, toda essa cultura do *hip hop* e do *rhythm and blues* chegou aqui. Na verdade, sai das nossas bocas naturalmente, já que cada cultura interfere muito na outra”, respondeu o rapaz.

A exportação de um estilo de vida por parte dos americanos é tão forte que consegue capturar até aqueles que foram a semente da sua cultura, como os ingleses, especialmente os mais jovens e mais expostos a esse multiculturalismo. Nesse sentido, a mídia e as corporações (sobretudo transacionais) têm um papel que supera a dimensão exclusivamente econômica. Elas são modelos de socialização de uma determinada cultura, desempenhando as mesmas funções pedagógicas que a escola desempenhava. A memória internacional-popular parece precisar de instituições que a administrem. “Mídia e empresas são agentes

---

<sup>97</sup> BRAGA, A. *Personas materno-eletrônicas: feminilidade e interação no blog Mothern*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.

<sup>98</sup> Disponível aqui: < <http://www.youtube.com/watch?v=1abtFb6hyfM&feature=related>>. Acesso em janeiro de 2008.

preferenciais na sua constituição; elas fornecem aos homens referências culturais para suas identidades<sup>99</sup> (ORTIZ, 2003).

Esse mundo multicultural sobre o qual Gibbo1988 se refere aponta para a mistura dos povos sim, mas também para a consagração do *american way of life* – o que quer que seja ele atualmente.

---

<sup>99</sup> ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2003.