

**O contrato construído por uma webcelebridade no YouTube:
Julia Petit e o canal *Petit Comitê*¹**

*The contract built by a web celebrity on YouTube:
Julia Petit and Petit Comitê channel*

Caio Franco da COSTA²
Tamires Ferreira COELHO³

Resumo

Este artigo busca entender o contrato construído entre o canal *Petit Comitê* (comandado pela youtuber Julia Petit) e o público. Partimos do conceito de contrato de leitura conforme proposto por Eliseo Véron (1985), atualizando discussões e extrapolando a dimensão dos impressos jornalísticos, uma vez que a potência analítica do conceito é tensionada junto a produções audiovisuais feitas por uma webcelebridade. Vale ressaltar que existem mudanças contratuais, bem como a ressignificação de contrato junto ao *Petit Comitê*: inicialmente trazendo vídeos de entrevista, depois, somente vídeos de resposta a questões do público, rompendo com o tempo estimado para cada vídeo e ficando algum tempo sem postar. Podemos concluir que os contratos de Julia Petit foram se tornando maiores e complexos e, portanto, difíceis de cumprir.

Palavras-chave: YouTube. Contrato. Webcelebridade. Julia Petit. *Petit Comitê*.

Abstract

This article seeks to understand the contract built between *Petit Comitê* channel (chaired by youtuber Julia Petit) and the public. We start from the concept of reading contract as proposed by Eliseo Véron (1985), updating discussions and extrapolating the dimension of the press, since the analytical power of the concept is tensioned together with audiovisual productions made by a web celebrity. It is worth mentioning that there are contractual changes, as well as the resignification of the contract with *Petit Comitê*: initially bringing videos of interviews, then only

1 Uma versão preliminar deste texto foi apresentada no GT História das Mídias Audiovisuais do V Encontro Regional Sudeste de História da Mídia – Alcar Sudeste, em 2018.

2 Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto.
E-mail: caio.franco.costa@gmail.com

3 Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Vice-líder do CICLO - Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Cidadania.
E-mail: tamiresfcoelho@gmail.com

videos of responses to public questions, breaking the estimated time for each video and leaving some time without posting. We can conclude that Julia Petit's contracts were becoming larger and more complex and therefore difficult to fulfill.

Keywords: YouTube. Contract. Web celebrity. Julia Petit. Petit Comitê.

Introdução

Este artigo nasce da busca por compreender o canal *Petit Comitê*, inserido no site de vídeos YouTube e apresentado pela *youtuber* Julia Petit, a partir de elementos de sua relação com o público. O objetivo deste texto é entender o contrato construído entre o canal e o público, conforme proposto por Véron (1985), e atualizando discussões do conceito de contrato de leitura para pensar sua potência analítica junto a produções audiovisuais feitas por webcelebridades.

Embora Verón esteja falando de um contrato de leitura existente em produções de jornalismo impresso, consideramos que suas ponderações podem ser articuladas ao conteúdo do canal de vídeos *Petit Comitê*. O público, para além de uma audiência, acompanha e participa da própria estrutura do canal.

Chegamos a tal entendimento a partir da percepção de que a maior parte dos vídeos é composta por perguntas feitas pelo público para a *youtuber* Julia Petit. Além disso, percebemos que há uma relação contratual entre Julia e seu público também no que toca sua celebrificação (ROJEK, 2008), ou seja, estamos tratando de uma webcelebridade. Leva-se em consideração que essa celebridade não fala com intenção de atingir todos os públicos, construindo um discurso segmentado e estabelecendo um contrato com seus seguidores.

A construção deste artigo se dá com base na pesquisa “A construção de uma webcelebridade: Julia Petit no canal *Petit Comitê*”, que considera o âmbito discursivo construído pela *youtuber*. Este texto está concentrado especialmente na análise dos vídeos *Petit Comitê* #3⁴ e *Petit Comitê* #6⁵. Além destes, foram observados outros vídeos e conteúdos de outras produções de Julia Petit (*TV Petiscos* e site *Petiscos*), bem como entrevistas concedidas pela *youtuber*. Todas

⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1NNkk0i-qW4>>.

⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mnQGK5DisjY>>.

estas observações compõem nosso *corpus*, ainda que não estejam detalhadas neste artigo.

No centro da produção temos a presença de Julia Petit, uma webcelebridade. Portanto, olhar para todas as frentes nas quais a *youtuber* se apresenta na internet é uma forma de compreender o contrato existente com seu público, visto que “ao mobilizar o desejo pela celebridade os fãs também estão expressando uma falta neles mesmos e na cultura ao seu redor” (ROJEK, 2008, p. 211).

Ao longo deste trabalho buscamos então, falar de um contrato dentro do espaço do *Petit Comitê*, mas consideramos que há possibilidades deste contrato de extrapolar o canal de vídeos. Através desta compreensão de Julia Petit como webcelebridade, conduzimos uma discussão sobre sua relação com quem acompanha o canal de vídeos, partindo do entendimento que a *youtuber* carrega consigo fãs que transitam entre todas as suas produções.

Petit Comitê: uma parte do que era o Petiscos

Canal fundado em 2015, funciona como um produto vinculado ao site *Petiscos*, podendo ser encontrado por meio do campo de pesquisa⁶ do site e também no *YouTube*⁷. Possui mais de três milhões de visualizações e 67 mil inscritos. Trata-se de um veículo em que a base é a própria Julia Petit. Diferentemente do canal *TV Petiscos*, no qual a *youtuber* produzia vídeos de tutoriais de maquiagem, o *Petit Comitê* tratava de assuntos variados.

Atualmente, após fevereiro de 2019, no retorno do ano sabático da webcelebridade, houve um reposicionamento de marca e o nome do canal *TV Petiscos* mudou para *Julia Petit*. O canal *Petit Comitê* não teve mais atualizações, mas todo o seu conteúdo foi mantido no *Youtube*.

Petiscos era uma empresa de comunicação idealizada inicialmente como um blog pela *youtuber*. O site, que foi encerrado com o anúncio do ano sabático em dezembro de 2017⁸, abordava assuntos gerais escritos por ela e pela equipe

⁶ Disponível em: <<https://petiscos.jp/?s=petit%20comit%C3%AA>>.

⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCoD8LSQhrMPz2vNCiPs1NcA>>.

que a acompanhava na empresa. Apesar de ser relacionado frequentemente como referência de conteúdo sobre moda e beleza, era possível encontrar, dentre as temáticas abordadas no *Petiscos*, cinema, jogos de vídeo game, música etc. A gama variada pode ser compreendida por uma fala de Julia Petit em uma entrevista sobre a comemoração de dez anos do site, em 2017, para o portal *Meio e Mensagem* na qual, segundo ela: “a gente fala de tudo, no Petiscos a gente fala hoje de política, economia, moda, beleza, saúde, a gente fala de cozinha, a gente fala de arquitetura” (PETIT, 2017, online)⁹.

Para entender melhor o que era a empresa, é necessário levar em conta que a permanência do site ao longo dos anos foi fruto de sua relação com o mercado publicitário, para o qual a empresa prestava serviços de consultoria, criava e veiculava anúncios sob forma de texto e vídeo, como afirmou Julia Petit na mesma entrevista citada anteriormente: “desde o começo do Petiscos a gente cria conteúdo pra plataformas proprietárias dos clientes” (PETIT, 2017, online).

Em diversos vídeos¹⁰ do canal *Petit Comitê*, Julia Petit diz ter criado o site pois era uma usuária assídua do meio digital e que sentia necessidade de compartilhar as informações que obtinha com as outras pessoas. Mas, se ela afirma ter se inserido como profissional de comunicação na internet visando se relacionar com empresas através da publicidade, devemos considerar que há uma lógica estrutural por trás dos produtos, que é maior que a vontade de espalhar informações. As produções da *youtuber* não surgem apenas do desejo de compartilhar aquilo a que ela tem acesso.

O *TV Petiscos*, hoje *Julia Petit*, é o canal mais antigo da publicitária. São mais de 850 vídeos cuja proposta principal era divulgar tutoriais de maquiagem feitos por Julia no esquema de filmagens de um vlog, em que apresentador se enquadra frente à câmera. O canal existe desde 2009, possui cerca de 52 milhões de visualizações, é seguido por mais de 430 mil inscritos e era descrito como “um canal avançado do site Petiscos” antes da mudança. Atualmente, sua descrição é

⁸ Disponível em: <<https://petiscos.jp/home/julia-petit-encerra-o-petiscos-e-tira-ano-sabatico>>.

⁹ Disponível em:
<https://youtu.be/8pIfIRy7Wuw?list=PLm4I16nnK64PgXPNg_uYxHurNRBhbJgj>.

¹⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1NNkk0i-qW4&t=65s>>.

“Lindos Poros, péssima influência. Volto sexta. ;)”¹¹ e o foco passou a ser voltado para cuidados com a pele.

A apresentadora costuma afirmar que começou a produzir vídeos de passo a passo de maquiagem por acreditar que o momento em que as mulheres estão em frente ao espelho, se encarando, pode ser muito fortalecedor para elas. Anteriormente o canal não era somente de maquiagem. Julia contava histórias com um tom de humor enquanto ensinava os tutoriais. Foi esse clima de descontração que a levou a apresentar por um tempo o programa *Base Aliada* no canal GNT, que seguia a mesma ideia do canal de vídeos.

O *Petit Comitê* é apresentado com a seguinte descrição: “Que a Julia Petit é referência em moda e maquiagem, todo mundo sabe. Vamos mostrar outros lados da Julia que pouca gente conhece! Só o Petit Comitê! ;)”¹². Ele podia ser entendido como um canal de comunicação entre Julia Petit e o público que a acompanha. Ora se apresentava como um lugar destinado a abordar os assuntos que Julia Petit pretendia falar em vídeos, ora como um lugar para o público definir quais opiniões da *youtuber* são relevantes.

A primeira fase do canal era gravada na Casa Petiscos, com mais de uma câmera e possuía uma equipe de edição, se assemelhando muito a alguns enquadramentos televisivos, por meio de maior visibilidade do espaço em que os vídeos eram gravados e da distância entre Julia Petit e as câmeras. Nessa época, o canal intercalava vídeos em que a apresentadora respondia às perguntas da audiência, vídeos com convidados e, eventualmente, vídeos gravados para anunciantes.

A segunda fase do canal trouxe uma atmosfera mais semelhante à do *TV Petiscos*, sendo gravada, em sua maioria, no escritório que Julia possui na própria casa, com maior proximidade entre a *youtuber* e a câmera, revelando que ela mesma estava gravando os vídeos e se auto dirigindo. A maior parte dos vídeos é de respostas a perguntas feitas pelo público. Segue um tom de descontração e se propõe a fazer um resumo dos últimos acontecimentos da semana, desde moda até política. Sobre política, destacam-se as opiniões pessimistas, a descrença no

¹¹ Descrição verificada em 31 de janeiro de 2020.

¹² Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCoD8LSQhrMPz2vNCiPs1NcA/about>>.

sistema político brasileiro e a generalização quanto à estrutura do serviço público¹³.

Os segmentos dos vídeos postados variam. Desde vídeos amplos, nos quais se responde perguntas feitas pelo público nas plataformas do *Twitter*, *Instagram* e *YouTube*, até vídeos que apresentam convidados para debater assuntos específicos, como aplicação do direito na internet, premiações de cinema, empreendimentos no mercado da moda, economia e política, entre outros. É importante salientar que essas perguntas eram previamente selecionadas, portanto, era comum que os vídeos seguissem uma lógica narrativa.

Descrever brevemente o que é o *Petit Comitê* dentro da estrutura da empresa *Petiscos* e da marca *Julia Petit* é importante não só para contextualizar o leitor, mas também é uma forma de explicitar o que havíamos mencionado na introdução deste artigo, ao falar sobre a relevância de se pensar o contrato entre Julia Petit e o público sob a ótica de suas produções no geral, isso em razão de estarmos falando de uma webcelebridade.

Julia Petit: uma webcelebridade

É preciso explicar como Julia Petit se constitui como webcelebridade, para, a partir disso, pensar no contrato entre Julia Petit e o público. Tal abordagem é possível pois, compreendemos que o contrato da *youtuber* traz especificidades por meio de suas características neste ambiente de celebrificação.

Abordaremos o conceito de celebridade para entender Julia Petit por assumir que ela extrapola o atual entendimento do que venha a ser uma webcelebridade. Isso ocorre também porque sua existência pública se consolida antes da popularização da internet, portanto, mesmo considerando a *youtuber* como uma webcelebridade, as características que a definem se aproximam, por vezes, mais da definição de celebridade em si.

Conforme Primo (2009), essa definição está ligada à relação próxima entre fama e imagem ou marca e sua capacidade de ser notada, o que tem efeitos sobre um círculo vicioso de exposição e visibilidade midiática. As aparições de Julia

¹³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JR9HEg42F8c&t=1s>>.

Petit nos meios de comunicação estimulam novas aparições e, no caso de celebridades duradouras como ela, inclusive levando-se em consideração que ela se tornou uma “marca”, mesmo que a mídia deixe de abordá-la e mostrá-la, ainda será lembrada por seus fãs.

A *youtuber* é acompanhada virtualmente por inúmeras pessoas. Levar em conta que elas estão em busca de algo sugere pensar quantas delas de fato se interessam pelo conteúdo produzido por Julia Petit. Outra questão é pensar: este público acompanha Julia por pertencer aos mesmos grupos sociais que ela? Ou este público também é composto por pessoas diferentes, que, no entanto, se interessam pela vida de Julia Petit? Nossas pistas investigativas nos levam a pensar neste público enquanto diverso. E é válido lembrar que não necessariamente os desejos que movem estas pessoas são oriundos do consumo, mas frequentemente passam por ele.

Ao entender que há uma esfera do desejo capaz de manter a cultura da celebridade, passa-se a assumir que o desejo personificado por Julia Petit pode ser mais atrativo que um objeto de consumo inanimado. Esta cultura “produziu reconhecimento e celebração de estilos de vida” (ROJEK, 2008, p. 204) que vão além do consumo de produtos materiais por parte do público.

Uma das características entendidas como fundadoras das celebridades é o carisma, de acordo com Simões (2014, p. 209). Observando Julia Petit, percebe-se que tal característica é uma preocupação: há nuances que revelam intencionalidades por parte da *youtuber* para ser bem vista, aceita e, mais ainda, para ser vista além da mulher que ensina sobre maquiagem, cuidados com a pele e que circula nos ambientes da moda.

Simões (2014) afirma que a afetação pode ser responsável por causar tanto impacto à figura da celebridade, que, de acordo com a autora, a relação entre o público e a celebridade é realizada por meio de “projeções, identificações e contraidentificações” (SIMÕES, 2014, p. 215). No caso de Julia Petit, é perceptível que ela se destaca de boa parcela da sociedade, tem inúmeros privilégios e pode-se supor que seu público seja difuso. Entretanto, há uma dimensão que revela o interesse em saber o que ela pensa e faz. Interessa conhecer a vida de celebridade em busca de aproximá-la da realidade de cada indivíduo.

A prerrogativa conceitual de Rojek (2008) para entender a celebridade

também contempla a visão negativa que se enxerga nela por vezes: “Celebridade como a atribuição de status glamouroso ou notório a um indivíduo dentro da esfera pública” (ROJEK, 2008, p. 11). Segundo o autor, esse paradoxo é reforçado, pois, ser famoso implica uma exposição e a perda de privacidade, ao mesmo tempo em que a sociedade passa a duvidar da vida privada que está sendo exposta.

O que está em jogo, portanto, é o questionamento daquilo que aparenta ser real (entendendo real como aquilo que acontece com pessoas comuns). Ou seja, mesmo que cultuada, à celebridade por vezes se atribui uma encenação. Isso é muito comum na indústria massiva quando notícias veiculam brigas entre celebridades ou expõem fotos e vídeos de celebridades consumindo drogas ilícitas, por exemplo. É comum que parte da sociedade afirme que esses escândalos são encomendados.

Para Rojek (2008), a celebridade corriqueiramente se associa a atos transgressores pelo “fato de celebridades parecerem habitar um mundo diferente do resto de nós parece lhes dar licença para fazer coisas com as quais nós só poderíamos sonhar” (ROJEK, 2008, p. 35). Entendemos que, se por um lado, essa transgressão lhes confere notícias e aparições na mídia, mesmo que negativamente, por outro lado, pode lhes causar a perda de fãs.

Entender Julia Petit como uma webcelebridade é o ponto de partida para pensar em como o contrato firmado entre ela e seu público ocorre no espaço do *Petit Comitê*. Este contrato já nos parece visível através da ideia de que a celebridade surge neste ambiente de mobilização de desejos do público.

A dimensão contratual: Julia Petit e o público no Petit Comitê

Pensar o discurso do *Petit Comitê* abre caminho para perspectivas dentro da análise discursiva, como a do conceito de contrato de leitura, articulado inicialmente ao estudo dos jornais impressos e que será utilizado aqui para analisar o canal de vídeos. Leva-se em conta a possibilidade de relação entre Julia Petit e o público para além do *Petit Comitê*, incluindo o canal de vídeos à época denominado *TV Petiscos* e o site *Petiscos*, hoje sem novas produções.

As produções de Julia Petit se encontravam paradas entre dezembro de

2017 e fevereiro de 2019 e podemos tomar isso como um elemento importante para pensar a relação entre a *youtuber* e o público, visto que o contrato é algo que passa por mudança ao longo do tempo. O contrato proposto para o *Petit Comitê* é ressignificado por Julia e pelo público. Esta relação foi se mostrando presente à medida em que se passou a observar o modo como Julia Petit se dirigia ao público que a acompanha em suas redes sociais, bem como pela maneira com que ela anunciou uma pausa na oferta desses conteúdos.

O que faz “entender o discurso como algo que requer contrato, é perceber que ele é cooperativo e têm normas” (MACHADO, 2006, p. 6). No canal de Julia Petit, alguns elementos foram se alterando ao longo do tempo. A princípio, trazendo vídeos de entrevista, depois, somente vídeos de resposta a questões do público, rompendo com o tempo estimado para cada vídeo e ficando algum tempo sem postar.

Antes de anunciar a pausa de todos os seus produtos em dezembro de 2017, Julia Petit havia escrito um texto¹⁴ no site *Petiscos* para informar as razões pelas quais tinha se desligado temporariamente dos canais. No texto, a *youtuber* afirma que resolveu escrever devido à quantidade de pessoas que perguntava a ela o que tinha acontecido.

No início de 2017 a *youtuber* passou por questionamentos semelhantes. Àquele momento, Julia Petit havia tirado férias, no entanto, demorou para voltar a gravar vídeos. A situação, porém, era diferente: sua mãe havia falecido recentemente e ela afirmou que precisava de um tempo sozinha para compreender a situação. Em ambas as situações as justificativas para ausência surgiram após indagações do público e foram publicadas como satisfações aos seguidores.

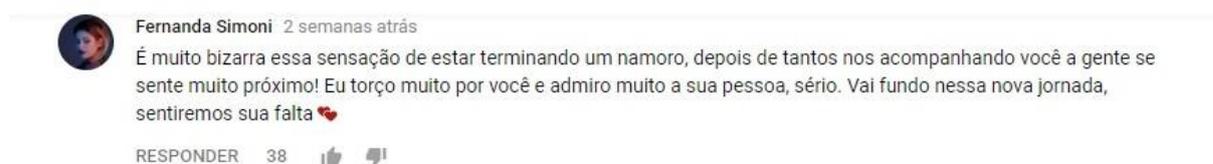
A partir da ideia de Machado, pode-se considerar que o contrato estabelecido entre Julia Petit e o público que a acompanha foi, de alguma forma, violado. Para se estabelecer enquanto *youtuber*, é preciso assumir um compromisso de frequência das postagens. Ao levar em conta uma ruptura na regra de que haveria vídeos semanais, quebra-se a expectativa do público. Embora Verón afirme que “no caso das comunicações de massa, evidentemente é a mídia que propõe o contrato” (VERÓN *apud* MACHADO, 2006, p. 6).

¹⁴ Disponível em: <<https://petiscos.jp/columas/julia-petit/julia-petit-explica-por-que-parou-de-fazer-videos/>>.

Segundo Véron, “el éxito de un soporte [...] se mide por su capacidad de: proponer un contrato que se articule correctamente a las expectativas, motivaciones, intereses y a los contenidos del imaginario de lo decible visual”¹⁵ (VERÓN, 1985, p. 3). Ou seja, o êxito do *Petit Comité* pode ser mensurado a partir do contrato estabelecido, tomando por base as articulações entre a proposta do canal e a expectativa do público.

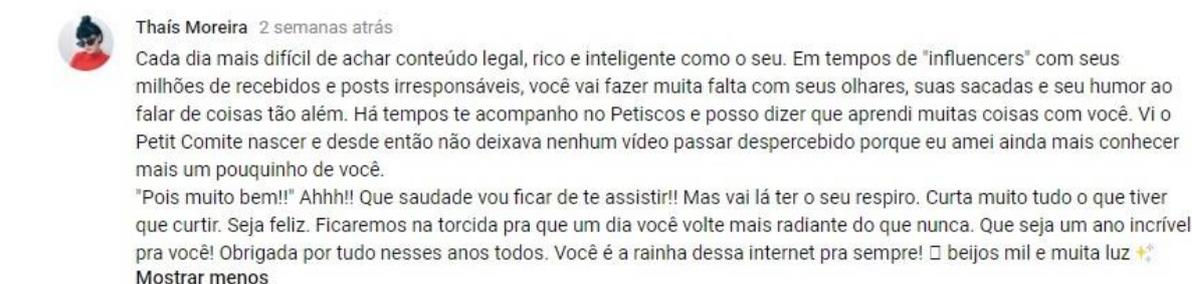
A evidência de que há um contrato de leitura se faz justamente por conta da quebra desse contrato por parte da *youtuber*. Isso, pois o contrato que era firmado a cada semana com vídeos de resposta a perguntas se reconfigurou. Verón (1985) diz que modificar o contrato com coerência é um dos pontos altos para o êxito do suporte. A isso acrescenta-se que, mesmo rompendo com o contrato, após inúmeras solicitações, Julia Petit soube ressignificá-lo a partir de seu texto justificando a pausa com os canais, o que fica mais nítido quando observamos o apoio de público de Julia Petit à decisão de início de seu ano sabático:

Figura 1 – Comentário no *TV Petiscos*



Fonte: Printscreen do Canal *TV Petiscos* (2018).

Figura 2 – Comentário no *TV Petiscos*



Fonte: Printscreen do Canal *TV Petiscos* (2018).

¹⁵ Tradução nossa de: “O sucesso de um suporte [...] é medido por sua capacidade de: propor um contrato que se articule corretamente às expectativas, motivações, interesses e aos conteúdos do imaginário do que é visualmente dizível”.

Figura 3 – Comentários no *TV Petiscos*

Julia Petit conta que vai tirar um ano sabático

89.617 visualizações

11 MIL 161 COMPARTILHAR

Petiscos TV Publicado em 22 de dez de 2017 INSCRITO 414 MIL

Julia explica por que depois de muito pensar resolveu mudar tudo e tirar um ano de férias.

Categoria Guias e Estilo

Licença Licença padrão do YouTube

1.666 comentários CLASSIFICAR POR

Adicionar um comentário público...

Cristine Ramos Gerez 3 semanas atrás
Você é linda! Boa sorte em 2018
RESPONDER 230

Rê Nascimento 2 semanas atrás
Qdo vc voltar estaremos aqui 🍷 Simples assim 🍷
Saúde, paz, sucesso e muito amor. 🍷

Fonte: Printscreen do Canal *TV Petiscos* (2018).

Embora Julia Petit tenha rompido esse contrato em outras circunstâncias, o apoio do público se faz presente. Ainda assim, é possível notar que os seguidores esperam pela volta dela. Além disso, o acontecimento revela que há um contrato estabelecido, o que contribui para pensar a legitimidade da *youtuber*. Nos comentários destacados nas imagens acima, é notável que parte do seu público não a enxerga como uma *digital influencer*, isso por conta da carga pejorativa que o termo aparentemente implica. Até aqui, já é possível entender que existe um contrato entre o público e Julia Petit. Cabe então buscar, com auxílio dos autores citados, especificidades desse contrato estabelecidas no canal *Petit Comitê*. Conforme o avanço da pesquisa, levou-se em conta que este contrato foi se estabelecendo com o passar do tempo e tinha como delimitação temporal os vídeos semanais. Ou seja, enquanto o canal esteve ativo, esperava-se pelas postagens semanais.

Véron (1985) afirma que em um suporte de imprensa, como em qualquer discurso, todo conteúdo é perpassado por inúmeras estruturas enunciativas; para o autor, o conjunto dessas estruturas enunciativas constitui o contrato de leitura que

o suporte propõe a seu leitor. No entanto, ele está falando sobre os jornais impressos, ou seja, é preciso relativizar suas percepções para entender em que medida se aplicam ao conteúdo do *Petit Comitê*.

Pode-se entender, então, com base no que afirma Verón, que o contrato é firmado pelas estruturas enunciativas. Porém, ao se trabalhar com um conteúdo audiovisual disponível em ambiente digital, tal contrato se firma para além dos enunciados, sendo delimitado também pelas ferramentas do próprio *YouTube*, pelo enquadramento das câmeras e, inclusive, pela relação aproximada entre criador e consumidores do conteúdo, ainda que vertical, mas através da qual o criador de conteúdo é capaz de interagir com os consumidores sem necessariamente depender de estruturas criadas para isso.

O contrato estabelecido no *Petit Comitê* é, de acordo com o que foi percebido, oferecido pela criação das regras iniciais do canal de vídeos: frequência de postagem, bom humor, reconhecimento do público quando este propõe perguntas em mais de um vídeo. No entanto, este contrato é também proposto pelo público: cobrança por postagens nos momentos de hiato, validação do sucesso do canal por meio dos compartilhamentos e comentários, além da sugestão de temas para serem abordados nos próximos vídeos.

O contrato extrapola a assiduidade de postagens do canal, pois, a partir do momento em que Julia Petit se exhibe perante o público para anunciar a pausa de um ano no canal de vídeos, este contrato é ressignificado novamente, e passa a valer, a partir de então, o momento do retorno e as expectativas em torno disso. A *youtuber*, embora tivesse dito que não sabia o que aconteceria quando suas férias de um ano se encerrassem, deixou para o público a impressão de que, dentro de um ano, o site *Petiscos* e o canal de vídeos *TV Petiscos* iriam voltar, o que foi parcialmente cumprido, uma vez que o canal voltou a ser alimentado com conteúdos (ainda que com uma reformulação de nome e de proposta), mas o site foi oficialmente encerrado (embora ainda esteja com os conteúdos antigos disponíveis).

Essa expectativa também foi vista no caso do *Petit Comitê*, mas é importante mencionar que, dada a falta de justificativa de Julia Petit sobre a pausa especificamente neste canal, a probabilidade de seu retorno nele seria menor. Até janeiro de 2018, o canal estava há sete meses sem nenhuma nova postagem e,

neste momento em que tanto o site, quanto o *TV Petiscos* ganhavam justificativas para a pausa de conteúdos, o *Petit Comitê* continuava sem nenhuma justificativa. Esse “abandono” do canal se mantém ainda no início de 2020.

Consideramos necessário abordar o público para entender tanto a legitimidade que acompanha Julia Petit, quanto seu status como webcelebridade, pois, conforme apresenta Véron (1985), todo discurso carece de uma imaginação prévia sobre quem é o público ao qual o discurso se destina. Este ideal de público pode não vir a ser o público principal do produto, mas revela nuances sobre como a *youtuber* enxerga seu produto e, portanto, sobre como ela gostaria que ele fosse enxergado.

O contrato do Petit Comitê: indícios dos vídeos *Petit Comitê #3* e *Petit Comitê #6*

A pesquisa iniciou com uma análise prévia de dois vídeos: *Petit Comitê #3*¹⁶ e *Petit Comitê #6*¹⁷. Foram análises preliminares, embasadas em uma observação inicial a partir de características dos vídeos. Nestas análises prévias foi possível observar que a *youtuber* se utiliza do humor em vários momentos, isso é algo que contribui para formar a identidade do canal de vídeos. Ao falar sobre todos os assuntos de uma maneira descontraída, ela busca captar a atenção das pessoas, como se ela soubesse que muita gente vai assistir a vídeos no *YouTube* para se distrair e entreter. Os vídeos possuem cerca de 15 minutos, algo que não é comum na maior parte dos vídeos de Julia Petit, que tendem a ser mais longos. No entanto, por serem os dois primeiros vídeos em que a *youtuber* responde a perguntas do público, levam a considerar que podem ter sido adequados ao tempo dos vídeos na maioria dos canais da plataforma, que adotavam um formato similar.

Outra coisa notada nesses vídeos é que Julia Petit apresentava os bastidores do canal, que na época tinha uma equipe de filmagem e era gravado na Casa Petiscos, sede da empresa da *youtuber*. Neste ponto é interessante destacar a proximidade que Julia Petit apresenta com as celebridades de televisão, de modo

¹⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1NNkk0i-qW4>>.

¹⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=mnQGK5DisjY>>.

que, ao ter uma equipe e um cenário especial (uma sala, que remete aos programas matinais da televisão aberta, porém com uma decoração refinada), ela destaca seu canal de vídeo dos demais canais voltados ao formato de perguntas e respostas.

Notou-se também, neste momento inicial das análises, que o caráter de celebridade de Julia Petit se faz presente nos tipos de perguntas feitas pelo público, ora sobre assuntos da vida cotidiana e a sociedade, ora sobre a vida pessoal da *youtuber*. Conforme mencionamos ao abordar o conceito de celebridade, com base no que diz Rojek (2008), há um desejo abstrato, o qual é absorvido pela celebridade, que faz com que o público queira saber como é a vida dela.

E não só o público quer saber como é a vida da celebridade, como também ele quer ouvir as opiniões dela sobre os assuntos recorrentes na sociedade, pois, ao ser fã, se enxerga na celebridade uma pessoa ideal e, portanto, pode ser importante saber o que ela acha sobre política, religião, literatura etc. É nesse momento que nós percebemos uma quebra na noção do lugar de fala de Julia Petit, ou seja, por ser uma celebridade, ela ganha autoridade para falar sobre estes assuntos, mesmo não sendo de sua especialidade.

Além disso, há de se levar em conta que, mesmo sendo uma webcelebridade, Julia Petit está mais próxima de seu público que atrizes, políticos, jornalistas de televisão. Isso aciona a ideia de que ela também tem a autoridade de falar sobre assuntos que não sejam moda e beleza, dos quais fala na internet há dez anos, pois ela fala do lugar da pessoa comum. Isso pode parecer estranho, mas é uma relação a não ser descartada, já que Julia Petit tem privilégios sociais por ser da classe média alta paulista.

É possível dizer que, em razão da importância dos comentários feitos pelo público para a manutenção do status de Julia Petit como webcelebridade, analisar o *Petit Comitê* a partir da ideia de contrato proposta por Verón (1985) ganha força. Isso se deve não só pelo fato de que o nosso recorte de análise se fez nos vídeos de perguntas e respostas, mas também em razão de o público colaborar e dar uma base para Julia Petit sustentar suas falas acerca de assuntos variados.

Escolheu-se analisar os dois primeiros vídeos em que Julia responde às perguntas do público para compreender a maneira pela qual o *Petit Comitê* pretendia firmar seu espaço no *YouTube*. A partir destas análises foi possível

observar alguns eixos de atuação do canal e da *youtuber*, evidenciados ao longo da pesquisa. Estes eixos revelam a relação histórica de Julia Petit com a mídia e com as lógicas publicitárias, que fazem parte do contrato do *Petit Comitê*, derivado do *Petiscos* e marcado por manter um espaço voltado para o consumo em que são comercializados produtos e valores.

Aferimos que Julia Petit promove seu discurso projetando-se para um público idealizado, mas que também toma conhecimento deste público por meio da relação formada ao responder perguntas feitas por parte dele. Isso, junto com a afirmação constante que ela faz sobre sua história enquanto publicitária, contribui para buscar validação no espaço do *Petit Comitê*.

A *youtuber* sugere em seus vídeos que pode falar com humor sobre qualquer coisa além de maquiagem, moda e beleza. Da parte do público nota-se um grande reconhecimento quanto ao profissionalismo e à inteligência de Julia Petit, o que é destacado nas interações com ela. É perceptível que o interesse da audiência perpassa quase todo o conteúdo produzido por Julia Petit, ou seja, busca-se, por meio do *Petit Comitê*, conhecer um lado pessoal da criadora de conteúdo do site *Petiscos* e do canal de vídeos *TV Petiscos*.

Considerações finais

Embora a pausa de Julia Petit não tenha sido o foco desta pesquisa, compreendemos que ela influencia na construção do contrato estabelecido entre a webcelebridade e seu público. Esse assunto renderia outras pesquisas, embora já possamos supor que a insatisfação dela não é única.

A possibilidade de um ano sabático é algo que muitos de nós gostaríamos de ter, pois, esta insatisfação de Julia Petit com o que vinha fazendo é sintoma de nosso tempo. O que isso nos mostra é que a angústia quanto às experiências na internet tem afetado produtores de conteúdo com história bem definida. Podemos concluir que os contratos de Julia Petit foram se tornando maiores e complexos e, portanto, difíceis de cumprir.

Colabora para essa insatisfação o fato de que Julia Petit faz conteúdo para internet há mais de dez anos e parece ter esgotado seu arsenal de novidades. Além disso, percebemos que há um deslocamento entre o tipo de produção que Julia

Petit faz com as novas produções que vêm sendo realizadas não só no *YouTube*, mas também em outras plataformas digitais.

Não só Julia Petit tem um contrato com o público do *Petit Comitê*, como também tem contrato com os públicos de seus outros produtos, além dos contratos com os anunciantes e com o contrato com o próprio *YouTube*, pois, embora o canal seja um espaço autoral, está inserido em uma plataforma que é uma empresa.

Nossa pesquisa toca nestes pontos e conclui que, ao se tornar uma webcelebridade, os produtores de conteúdo se deparam com novos desafios para se manterem nesse status. Cresceu exponencialmente o número de produtores de conteúdo na internet, havendo uma concorrência e uma dificuldade em lançar novidades. Isso interfere na construção da legitimidade destas webcelebridades, que precisam lidar com os desejos do público, com os contratos com a publicidade e, ao mesmo tempo, buscar maneiras de destaque.

Diante de algumas respostas, devemos ainda levar em conta que, ao estudar um fenômeno comunicacional, estamos lidando com possibilidades de mudanças. Isso se torna mais evidente no momento em que optamos por pesquisar produções feitas na internet. Nunca será possível definir completamente a construção contratual de algo do presente, que ainda está em processo, pois as coisas podem mudar, mas isso não retira a importância de discutirmos fenômenos contemporâneos e, quando necessário, de reformularmos as discussões frente à volatilidade de muitos deles.

Referências

MACHADO, Marcia Benetti. Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica. *Intexto*, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. v. 1, p.1-11, Porto Alegre, 2006.

PRIMO, Alex. Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs. *Líbero*, v. 12, p. 107-116, 2009.

ROJEK, Chris. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SIMÕES, Paula Guimarães. O Poder de afetação das celebridades. In: FRANÇA, Vera et al. (Orgs.). *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014, pp. 209-225.

VERÓN, Eliseo. **El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media.** In: Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications [Séminaire], IREP, Institut de recherches et d'études publicitaires, Paris, jul. 1985.