

**A vida como um espetáculo:
o fim da privacidade em nome da fama**

*Life as a spectacle:
the privacy end in the name of fame*

Carolina CAMPOS¹

Resumo

Este artigo pretende refletir como os influenciadores digitais deixam de lado a vida privada em nome da fama, por meio de divulgação de vídeos na plataforma do Youtube. Para isso, tivemos como objeto de estudo um vídeo específico do canal de Taciéle Alcoléa, que é dedicado a exibir seu cotidiano, além de abordar assuntos de moda e comportamento. O material selecionado refere-se ao nascimento de sua primeira filha. Aplicamos a contribuição de Guy Debord, sobre a Sociedade do Espetáculo, para uma explicação da sociedade contemporânea. Por este se tratar de um tema emergente é importante ponderarmos sobre o comportamento desses novos líderes de audiência e suas vidas de aparências.

Palavras-chave: Youtube. Privacidade. Espetáculo. Taciéle Alcoléa. Influenciador digital.

Abstract

This article aims to reflect how digital influencers put aside private life in the name of fame, through disclosure of videos on the Youtube platform. For that, we had as study object a specific video from Taciéle Alcoléa's channel, that is dedicated to show her day by day, besides addressing subjects of fashion and behavior. The selected material refers to her first daughter's birth. We apply the Guy Debord contribution, about the Society of the Spectacle, for an explanation of the contemporary society. As this is an emerging issue it is important to ponder about the behavior of these new audience leaders and their lives of appearances.

Keywords: Youtube. Privacy. Spectacle. Taciéle Alcoléa. Digital influencer

Introdução

Na sociedade atual, baseada em aparências, influenciadores digitais deixam de lado a privacidade em nome da fama e, claro, do dinheiro que ganham quando se tornam produtos de si mesmo. Filmar e exibir fatos íntimos de sua rotina, como uma consulta médica, a ida ao supermercado ou o parto do primeiro filho, não só é natural quanto esperado pelos milhões de seguidores. Conforme explica Debord (1997, p. 13),

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (Uniso). Professora na faculdade Anhanguera de Sorocaba. E-mail: carolina_rcampos@yahoo.com.br.

“Toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era diretamente vivido se afastou numa representação”. Interpretamos essa frase como se a vida cotidiana desses influenciadores se convertesse em uma grande obra de ficção: um filme ou uma novela que merecesse ser acompanhada por uma legião de fãs. Isso de modo que esta vida se afaste da realidade vivida pela população em geral e vire um sonho, um objeto de consumo.

A partir deste contexto, neste trabalho, estudamos a influenciadora digital Taciéle Alcoléa por meio de seu canal no Youtube. Ressaltamos que o presente artigo faz parte de uma pesquisa de mestrado ainda em andamento.

A escolha em selecionarmos especificamente o canal da influenciadora, deu-se por este estar inserido na principal plataforma de vídeos da atualidade. O site foi fundado em 2005 pelos amigos Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, e comprado pela Google em 2006 (KLEINA, 2017). Atualmente, o Youtube é o segundo site mais acessado no Brasil e no mundo, ficando atrás apenas do Google (ALEXA, 2017). Com perfil participativo e missão “*Broadcast Yourself!*” (Transmita-se!, em livre tradução), o site conta com mais de um bilhão de usuários, que juntos assistem a mais de um bilhão de horas/ vídeo por dia (YOUTUBE, 2018). No ano de 2017, o brasileiro dedicou 38 horas semanais para o consumo de produtos audiovisuais, destas, mais de 15 horas foram assistindo a conteúdos *online*.

Com a popularização do modelo *on demand*, no qual o espectador decide o que e quando consumir o produto midiático, esse número apresenta tendência de crescimento ano a ano (PESQUISA VÍDEO VIEWERS, 2017). A plataforma tem um forte apelo junto ao público jovem, especialmente a Geração Z (nascidos no início dos anos 90 até aproximadamente 2010). Nativos digitais e sempre conectados, seguem as marcas e pessoas que admiram, compram pela internet e não veem mais diferença entre mundo *online* e *offline* (CERETTA; FROEMMING, 2011, p. 17). Segundo pesquisa Hábitos de Consumo de Mídia (2014), realizada pela IAB Brasil, 87% dos brasileiros já consideram a internet a mídia mais importante na atualidade, e 46% admitiram navegar pelo menos duas horas por dia.

Para a definição de nosso objeto de estudo, Taciéle Alcoléa, realizamos uma pesquisa exploratória a fim de identificarmos principais influenciadores que exibem sua

rotina como um espetáculo em seus canais. Assim, encontramos a pesquisa “Os Novos Influenciadores – quem brilha na tela dos jovens brasileiros” (2016), realizada pela *Provokers* para o Google e o jornal Meio e Mensagem². Identificamos a influenciadora digital Taciéle Alcoléa, youtuber que aborda temas de comportamento e estilo de vida, constando no 12^a lugar no ranking geral. Aprofundando a pesquisa, tomamos conhecimento do “2º Prêmio Influenciadores Digitais”, empreendido pela revista Negócios da Comunicação (2018), no qual Taciéle Alcoléa conquistou o terceiro lugar na categoria Comportamento e Estilo de Vida³. Partimos, então, para observação dos vídeos de seu canal e reconhecemos que esta influenciadora se adequaria em nossa investigação.

Imagem 1: Ranking das principais influenciadoras brasileiras



Fonte: Prêmio Influenciadores. Disponível em: < <http://premioinfluenciadores.com.br/>>. Acesso em 12 jul. 2018.

A youtuber de 28 anos é natural de Itapetininga, interior de São Paulo, e está presente na plataforma de vídeos desde 2009. Denomina seu canal como um espaço dedicado ao dia a dia. Ela publica em média três vídeos por semana, intercalando temas do cotidiano, dicas de decoração e moda. Em 2018, teve sua primeira filha, Alícia, e desde então posta com frequência vídeos nos quais mostra a rotina como mãe. Neste trabalho, aplicamos a temática do espetáculo, proposta por Guy Debord, no vídeo no

²Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/09/30/as-personalidades-mais-influentes-da-internet-e-da-tv.html>. Acesso em 22 jun. 2018.

³ Disponível em: <http://premioinfluenciadores.com.br/>. Acesso em 12 jul. 2018.

qual a influenciadora exibe como foi o dia do parto da filha, que aconteceu em 23 de maio de 2018⁴.

Com o advento da web 2.0 e das possibilidades de interação entre seus usuários, as plataformas de compartilhamento de vídeo, como o *Youtube*, passaram a ser foco de uma plateia cada vez mais interativa, evidenciando a formação de uma cultura participativa na criação de vídeos. A democratização da informação e das tecnologias emergentes disponibilizam capacidades técnicas para que qualquer pessoa, munida de um celular e uma conexão com a internet, possa transfigurar-se em um influenciador digital. É chegada a hora e a vez dos amadores (SIBILIA, 2008).

Mas será que um influenciador capaz de arrebatador multidões seria mesmo tão amador? Por meio de uma observação atenta dos conteúdos, pode-se, facilmente, perceber a utilização de edição de vídeos, iluminação diferenciada e maquiagens perfeitas, além de muita divulgação para tornar-se e manter-se entre os primeiros mencionados em sites de buscas. As breves considerações apresentadas neste trabalho, de maneira alguma pretendem ser conclusivas, e sim fomentar a discussão sobre a sociedade contemporânea e sua relação com o espetáculo.

Prazer, Taciéle Alcoléa

Com mais de cinco milhões de inscritos em seu canal no *Youtube*, cinco milhões de seguidores no Instagram e mais de dois milhões no Facebook, Taciéle Alcoléa aparece com frequência nas principais pesquisas sobre os mais importantes influenciadores do Brasil⁵. Com um jeito descontraído e informal, como sugerem Perez e Trindade,(2017), a influenciadora indica que é semelhante ao seu público, despertando nele um vínculo identitário. Amada por seus seguidores, formados principalmente por adolescentes, ela pode ser vista regularmente em capas de revistas voltadas para este público, o que promove uma migração do mundo *online* para o *offline*.

Em seu canal no *Youtube*, foco deste trabalho, a influenciadora posta vídeos de temas diversos, porém, sempre com uma temática de sua rotina e apresentando uma postura narcisista constante (PEREZ; TRINDADE, 2017). Nos últimos cinco vídeos

⁴O vídeo que mostra o nascimento de Alícia pode ser conferido em:
<https://www.youtube.com/watch?v=wwQ-7kuPnDg&t=100s>. Acesso em 2 ago. 2018

⁵ Números pesquisados em 28 de julho de 2018

postados no canal⁶, podemos observar títulos como: Tour pelo escritório; Arraiá surpresa para o Fer; O segundo mesversário da Alícia; Desabafo de manhã, minha nova fase e Voltando a rotina com a Alícia. Aqui, pode-se observar uma presença constante do “eu”. Importante ressaltar que em todos os vídeos há a presença da família de Taciéle, seja de sua filha, marido ou mãe.

A saída para esses geradores de conteúdo parece ser o entretenimento fácil e rápido de ser compreendido ou, nas palavras de Llosa (2012, p.45), “Frivolidade consiste em ter uma tabela de valores invertida ou desequilibrada, em que a forma importa mais que o conteúdo, e a aparência, mais que a essência, em que o gesto e o descaramento - a representação - ocupam o lugar de sentimentos e ideias”. Para isso, marcam presença no maior número possível de meios e redes sociais, nas quais muitas vezes expõem sua privacidade, tomam atitudes preconceituosas ou polêmicas para conseguir curtidas⁷. Dessa maneira, conquistar destaque perante uma multidão de candidatos à fama. Assim, o influenciador transforma-se em um produto de si mesmo, objetificado pelo público admirador.

Para reforçar uma aura de proximidade e informalidade, Taciéle Alcoléa se mantém acessível para os fãs, seja respondendo comentários em suas redes sociais, atendendo aos pedidos feitos sobre conteúdos a serem postados ou realizando os chamados “encontrinhos”, eventos nos quais o influenciador marca um encontro com seus fãs, em que podem tirar fotos, dar autógrafos ou compartilhar dicas sobre assuntos diversos. Em geral, as ações são patrocinadas por lojas ou shoppings que cuidam de sua organização. Entre os seguidores de Taciéle Alcoléa, nota-se um forte apelo por esses encontros, pois, frequentemente, há pedidos na área de comentários dos seus vídeos para um maior número deste tipo de evento. Por meio de fotos postadas pela influenciadora, pode-se perceber a forte presença de público nas ações.

⁶ Data da pesquisa no canal 28 de julho de 2018.

⁷ Para expressar sentimentos com relação ao conteúdo consumido, a audiência das redes sociais conta com botões, sendo o mais popular deles o botão “curtir”.

Imagem 2: “Encontrinho” realizado na cidade de Sorocaba (SP)



Fonte: Blog da Taciéle Alcoléa. Disponível em: <https://www.tacielealcolea.com/encontrinho-em-sorocaba-sp/>. Acesso em: 25 jul. 2018.

Em 2016, Taciéle Alcoléa lançou uma autobiografia intitulada “Olá meninas e meninos!”. O livro é colorido, escrito em primeira pessoa e possui 147 páginas repletas de fotos de diversos momentos da blogueira, desde a infância, adolescência, faculdade, de como tornou-se blogueira, como conheceu o marido, até os dias atuais. Além de conter a perspectiva sobre si mesma, também tem capítulos redigidos pelo próprio companheiro e amigas, que contam quem é Taciéle a partir de seus pontos de vista. Os textos possuem frases de motivação e uma postura positiva sobre a vida.

O livro encerra-se com uma carta, escrita pela youtuber, para a Taciéle do passado e outra para a Taciéle do futuro. Após essa parte, há um espaço em branco para que o leitor (a) mesmo escreva sua própria carta para seu respectivo passado e futuro.

O vídeo “o parto de Alícia” é, no momento da realização desta pesquisa,⁸ o que possui o maior número de visualizações no canal de Taciéle (5,7 milhões), o que nos instigou sobre este estilo exibicionista de vida e o interesse de sua audiência sobre este tipo de conteúdo.

⁸ 19/11 de 2018

O parto de Alícia

“O parto de Alícia” tem mais de 25 minutos. Inicia-se com a vinheta padrão de todos os conteúdos publicados no canal de Taciéle Alcoléa. A vinheta é constituída por figuras geométricas em tons de azul, rosa, verde e amarelo; todas as cores em tons claros. As figuras entram e saem da tela como se dançassem ao som de uma trilha sonora tranquila executada por um violão. Corte seco para o rosto de Taciéle, com uma expressão de preocupação e ansiedade. Nota-se que a imagem tem uma qualidade caseira e não apresenta iluminação especial. Corte para imagem da influenciadora abraçando sua mãe. Corte. Agora, Taciéle mostra o resultado do teste de gravidez para Fernando, seu marido, que está chorando. Transição rápida para o vídeo da reação da família ao saber da gravidez. Diversos cortes para imagens de Táci, como é chamada pelos amigos e seguidores, contando e recebendo felicitações de amigos pela novidade. Corte para o chá de revelação do sexo do bebê: o casal estoura balões e papéis rosa espalham-se pela cena, revelando ser uma menina a caminho. Festa do casal e dos convidados.

Na cena seguinte, a youtuber conta que há dois dias sente contrações. Ela e o marido, ambos em traje de dormir, estão na cozinha da casa deles preparando um lanche noturno. Táci avisa que é meia-noite e que as contrações estão mais fortes; pede para que Fernando sinta sua barriga e confirme se é mesmo uma contração. O marido confirma ser.

Quarto do casal, vídeo mal iluminado, Taciéle informa ser 3h da manhã, e que acordou com a roupa molhada. Conta ter se trocado algumas vezes, mas sempre acordava molhada. Confessa que, como é mamãe de primeira viagem, ficou em dúvida e por isso enviou mensagem para a médica, perguntando se é a bolsa que estourou.

Close no cachorro *golden retriever* do casal. Fernando diz que baixou um aplicativo no celular para monitorar as contrações da mulher. Na imagem, vemos Taciéle saindo do banho, enrolada em uma toalha ainda no banheiro. Táci conta que acabou de sentir uma contração muito forte e elas estão ficando mais frequentes.

Mais um corte. Táci está deitada na cama do casal ao lado de Babi, outra cachorra de estimação. Uma mulher acaricia a sua barriga. Ela conta para a câmera ser

que é meio-dia. Entre às 6 horas da manhã até aquele momento, as contrações haviam parado. A youtuber aproveitou esse intervalo para trabalhar, mas agora voltaram e bem fortes.

Na próxima tomada, Taciéle está sentada em uma bola de Pilates, uma doula massageia seu quadril. Ao fundo, ouve-se um *funk* carioca. Ela ri e pede ao marido que escolha uma trilha mais apropriada para o momento. Outra contração, a doula pede para ela respirar fundo e continua com a massagem.

Voices em *off* comentam que Táci é muito forte. Ela faz uma caminhada na varanda de casa, acompanhada pela doula. Fernando surge no vídeo para ajudá-la nos exercícios. Ela tem outra contração.

Taciéle está no chuveiro, novamente sentada em uma bola de Pilates. Corte, o cenário volta a ser o quarto. Para a doula, Táci ainda vai pedir para voltar ao chuveiro, mas ela diz duvidar, porque passou muita dor enquanto estava lá.

A doula massageia a lombar de Taciéle. Neste momento, veste calcinha e *soutien*. A trilha sonora é “Paciência”, do cantor Lenine: “Mesmo quando tudo pede um pouco mais de calma... a vida não para...”, a letra da música ilustra o momento. Pode-se notar uma expressão de muita dor na futura mamãe.

Alguém faz uma chamada de vídeo para a prima da influenciadora, conversando rapidamente com ela. Close em um líquido no chão. Ao perceber o líquido, Fernando chora copiosamente. Taciéle melhora e se preocupa com Fernando. Ela consegue acalmá-lo e informa que quase o mordeu durante a contração, devido a dor intensa.

Mais duas mulheres surgem no vídeo. Taciéle informa estar com medo. Em *off*, alguém diz que ela é forte, poderosa e que tudo está acontecendo como ela queria, com as pessoas que ela mais ama por perto. Ela geme de dor. A voz afirma que tudo vai passar e não precisa se preocupar.

Corte. Close na porta de entrada de uma clínica; nota-se já ser à noite. No banheiro, Táci apoia-se em tecidos acrobáticos fixado no teto. Em cena estão: Taciéle, o marido, duas doulas e outras três mulheres não identificadas. Ainda no banheiro, a youtuber vai para o chuveiro; Fernando continua com ela. Alguém pede para que ela se entregue e esqueça tudo ao seu redor. Naquele momento, era para pensar somente nela e na Alícia, que está chegando. Alguém lê trechos da bíblia. Taciéle grita de dor.

Na cena seguinte, o casal está em uma banheira. Com uma forte contração, Taciéle, visivelmente cansada, agarra-se ao tecido acrobático e grita. Há uma série de cortes e mudanças de ambientes e posições para tentar facilitar no processo do parto. Taciéle parece exausta. Corte. Na tela preta, aparecem os seguintes dizeres: “E Alícia não queria vir... e decidimos ir ao hospital”.

Centro cirúrgico. Taciéle já encontra-se deitada na maca, preparada para a cirurgia. Fernando está ao seu lado, também vestindo trajes apropriados para um centro cirúrgico. Há dois médicos em cena realizando a cesárea. Alícia nasce e é colocada no colo da mãe, a família chora. Enquanto os pais admiram o bebê, os médicos finalizam os procedimentos e convidam Fernando para cortar o cordão umbilical. Ele aceita e consegue cortar em meio a muita emoção. Táci está com aparência tranquila e parabeniza o marido. Ainda na sala de cirurgia, a recente mamãe amamenta o bebê com a ajuda das enfermeiras, e acaba pegando no sono.

Mudança de cena. A médica explica para o casal que Alícia não nasceria por meio de um parto normal por não estar encaixada. A cesárea era a única opção.

Fernando carrega a bebê pelos corredores do hospital. Ele ainda usa roupas cirúrgicas quando encontra a família e têm a oportunidade de apresentar Alícia para todos. Neste momento, começa tocar a música “Reconhecimento”, de Isadora Canto, como trilha sonora. Uma sequência de imagens é exibida: os novos pais admirando a criança...Taciéle amamenta... o casal dá banho na pequena... A imagem congela com a família em cena: Taciéle carregando a pequena Alícia, Fernando e os dois cachorros do casal. A trilha sonora continua. Inicia-se uma montagem com fotos de vários momentos do trabalho de parto e imagens da nova família. Encerra-se o vídeo com a vinheta padrão.

O espetáculo em torno do nascimento

No vídeo “o parto da Alícia”, verificam-se especificidades que o diferencia das demais postagens da youtuber. Como em um programa de televisão, a história é contada de modo que a câmera represente o olhar do espectador. Mas, diferentemente dos demais vídeos, não há nenhuma interação do influenciador com sua audiência. É como se os milhões de seguidores fossem convidados apenas a bisbilhotar um momento

íntimo da família. Esta exposição se dá sempre em nome do entretenimento e da diversão, principais razões de ser da atualidade (LLOSA, 2012). A invasão da privacidade não só é permitida como esperada pela influenciadora, que consentiu a presença de câmeras em momentos íntimos e de dor, antes exclusivos ao pai da criança e aos profissionais envolvidos no nascimento.

O que é privado em nossos dias? Uma das consequências involuntárias da revolução informática foi a volatilização das fronteiras que o separavam do público, confundindo-se ambos num *happening* em que todos somos ao mesmo tempo espectadores e atores, em que nos exibimos reciprocamente, ostentamos nossa vida privada e nos divertimos observando a alheia, num *streak tease* generalizado no qual nada ficou a salvo da mórbida curiosidade de um público depravado pela necedade. (LLOSA, 2012, p. 140)

No período em que este artigo foi escrito,⁹ o vídeo já contava com mais de quatro milhões e duzentas mil visualizações. No campo interativo da postagem, podemos identificar comentários, como os seguintes: “Chorei do começo ao fim... o melhor vídeo do mundo. Suas dores foram minhas dores, sua alegria foi minha alegria. É como se eu tivesse esperado toda vida pra te embalar” (Maria Helena); “O vídeo mais esperado do ano, partiu o coração” (Sweet Carol) e “Com certeza esse é o melhor vídeo de parto do YouTube! Você foi incrível Taci, parabéns. A Alícia já tem dois meses e quase todos os dias eu assisto a esse vídeo incrível. Você mostrou pra todos o quão incrível é o nascimento de um bebê, o quão incrível é o parto normal. Eita mulherzona forte, amo você! (Laay Rodrigues)”.

Por meio dos comentários citados acima, conseguimos identificar alguns pontos possíveis sobre a construção do relacionamento de idolatria existente entre a influenciadora digital e sua audiência:

- A) **Sensação de pertencimento:** os seguidores da influenciadora parecem sentir aquele momento, vivido pela youtuber, como se ela fosse parte da família da audiência;
- B) **Monotonia:** o jovem seguidor aparenta estar mais interessado na rotina da influenciadora do que em sua própria vida. Como se a sua fosse menos emocionante ou interessante do que a de seu ídolo. Essa situação gera demasiado interesse no dia a dia de Taciéle, a ponto de criar expectativa sobre os próximos

⁹ Primeiro semestre de 2018. Números consultados em 31 jul. 2018.

conteúdos a serem postados por ela. É como se o cotidiano de Taciéle fosse mais interessante do que a monotonia vivenciada ciclicamente por seus fãs. Uma fuga da rotina entediante, pela qual a audiência procura contemplar a vida de outrem, pois julga nunca poder vivê-los com aquela mesma perfeição e intensidade (JAPPE, 2008).

C) **Carência de heróis:** A admiração profunda e, até mesmo, a supervalorização dos momentos vividos por Taciéle Alcoléa podem nos sugerir uma ausência de símbolos que motivam e guiam os jovens pertencentes à Geração Z.

D) **Realidade dos sonhos:** A youtuber tem liberdade de falar aquilo que deseja, sem censuras ou filtros, alcançando aceitação e identificação entre seus seguidores (PEREZ; TRINDADE, 2017). Quase como uma personagem que têm autonomia para dizer aquilo que pensa e viver o sonho de uma grande parcela de seus seguidores.

E) **Aura de amorismo e informalidade:** a produção do vídeo faz parecer que a youtuber é semelhante aos seus seguidores (PEREZ; TRINDADE, 2017, p. 15). Pode despertar uma esperança do: se ela conseguiu alcançar a fama e o sucesso, eu também posso. Os vídeos produzidos aparentam ser amadores, muitas vezes utilizando imagens gravadas pelo celular ou com pouca iluminação. Exemplos são vistos no vídeo do “parto de Alícia”, no qual Taciéle está no banheiro aguardando o resultado do teste de gravidez, ou nas imagens gravadas de madrugada em seu quarto, quando relata que sua bolsa amniótica pode ter estourado.

Obviamente, tratam-se de vídeos editados, nos quais as imagens exibidas foram cuidadosamente escolhidas. Mesmo assim, isso não parece diminuir a admiração de seus milhões de fãs que, aparentemente, julgam serem imagens de verdades absolutas. Nas palavras de Debord (1997, p. 182-183), “[...] O discurso espetacular faz calar, além do que é propriamente secreto; tudo o que não lhe convém. O que ele mostra vem sempre isolado do ambiente, do passado, das intenções, das consequências [...]”. Muito embora se verifica no conteúdo imagens nas quais Taciéle Alcoléa demonstra passar por momentos de choro e de dores profundas, pode-se observar também a busca do melhor ângulo para a filmagem, bem como cortes estratégicos no conteúdo em momentos de, talvez, pouco glamour ou força da youtuber.

De acordo com o texto de Debord, “Comentários sobre a sociedade do espetáculo”, destacado por Coelho (2006), o que ocorre, é uma supressão da personalidade individual na sociedade:

O indivíduo que foi marcado pelo pensamento espetacular empobrecido, mais do que por qualquer outro elemento de sua formação, coloca-se de antemão a serviço da ordem estabelecida, embora sua intenção subjetiva possa ser o oposto disso. Nos pontos essenciais, ele obedecerá à linguagem do espetáculo, a única que conhece aquela que lhe ensinaram a falar. Ele pode querer repudiar essa retórica, mas vai usar a sintaxe dessa linguagem. Eis um dos aspectos mais importantes do sucesso obtido pela dominação espetacular. O tão rápido desaparecimento do vocabulário anterior é apenas um momento dessa operação e concorre para ela. A supressão da personalidade acompanha fatalmente as condições da existência submetida às normas espetaculares - cada vez mais afastada da possibilidade de conhecer experiências autênticas e, por isso, de descobrir preferências individuais. Paradoxalmente, o indivíduo deve desdizer-se sempre, se desejar receber dessa sociedade um mínimo de consideração. Essa existência postula uma fidelidade sempre cambiante, uma série de adesões constantemente decepcionantes a produtos ilusórios. Trata-se de correr atrás da inflação dos sinais depreciados da vida [...] (DEBORD, 1997, p. 191apud COELHO, 2006, p. 28).

Desta forma, o indivíduo encontra-se em um círculo vicioso no qual, por mais que ele relute em aceitar as regras estabelecidas, estará cada vez mais participando do espetáculo.

Considerações finais

Este artigo teve o objetivo de refletir sobre os influenciadores digitais que abandonam a privacidade em nome da fama e do dinheiro, e o modo que eles exibem a própria rotina de maneira roteirizada, como em uma novela.

Para isso, discorreremos sobre a plataforma de vídeos *Youtube* e como a sua popularização vem influenciando na maneira de viver da sociedade atual. Apresentamos Taciéle Alcoléa, pontuando o quanto ela é importante para a sua audiência. Dando sequência ao estudo, ponderamos sobre o vídeo “o parto de Alícia”, em que a *youtuber* relata como foi o dia em que a primeira filha veio ao mundo, exibindo cenas de dores, angústias e descobertas.

Para finalizar, identificamos algumas características presentes no vídeo que coincidem com a teoria do espetáculo de Debord.

A principal motivação para a realização dessa pesquisa foi como os novos comunicadores expõem a intimidade e a vida privada em canais no Youtube. Eles transformam as próprias vidas em um produto a ser consumido pelos fãs. Como ressalta Debord (1997, p. 31), “O espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Não só a relação com a mercadoria é visível, como nada mais se vê senão ela: o mundo que se vê é o seu mundo”. A vida cotidiana completamente dominada pela economia representa a própria realidade de maneira espetacularizada, (COELHO, 2006) transformando-a em um produto de fácil consumo e consequentemente possível de obter lucro com ela.

Para conquistar fama, audiência e lucro, o influenciador digital precisa contar com legitimação e prestígio perante seus seguidores, qualidades alcançadas graças à regularidade nas postagens (preferencialmente semanal) e a qualidade dos conteúdos publicados (sob a ótica dos seguidores). Nota-se que os influenciadores que associam a sua imagem ao conteúdo produzido são aqueles que conseguem maior visibilidade nas redes sociais (KARHAWI, 2016). Dessa forma, podemos afirmar que vivemos uma era de espetacularização da vida, no qual o limite entre o público e o privado é cada vez menor.

Para a espetacularização da vida íntima atingir o objetivo do sucesso de visualizações nas redes, é preciso a existência de uma plateia com interesse em ser audiência para conteúdos cada vez mais banais.

[...] É a civilização de um mundo onde o primeiro lugar na tabela de valores vigente é ocupado pelo entretenimento, onde divertir-se, escapar do tédio, é a paixão universal. Esse ideal de vida é perfeitamente legítimo, sem dúvida. Só um puritano fanático poderia reprovar os membros de uma sociedade que quisessem dar descontração, relaxamento, humor e diversão a vidas geralmente enquadradas em rotinas deprimentes e às vezes imbecilizantes. Mas transformar em valor supremo essa propensão natural a divertir-se tem consequências inesperadas: banalização da cultura, generalização da frivolidade [...] (LLOSA, 2012, p. 30).

Há um interesse sobremaneira em acompanhar a vida do outro que, assim como a plateia, é uma “pessoa comum”, ou seja, sem aptidões diferenciadas no mundo das

artes, ciência ou esportes, mas capaz de atrair multidões e conquistar dinheiro e fama apenas sendo ele mesmo. Para seus milhões de fãs, isso pode significar que todo mundo tem competência de ser produtor de conteúdo, e sonhar em alcançar esse *status* de celebridade. Essa relação de proximidade com a audiência torna o influenciador social um “amigo”, alguém como seus seguidores, que passa pelos mesmos problemas e dificuldades e, por isso, pode entendê-los e até aconselhá-los.

É indiscutível a facilidade de acesso a ferramentas elaboradas para a criação de conteúdos na atualidade. Porém, antagonicamente a esta possibilidade técnico criativa, o mercado está preparado para regular aquilo que é ou não admissível e, principalmente, possível de ser convertido em lucratividade. Assim, observa-se uma padronização, muitas vezes até uma vulgarização, de temas frequentemente debatidos (SIBILIA, 2008).

Referências

ALEXA, 2017. Disponível em: <<https://www.alexa.com/topsites>>. Acesso em: 20 junho 2018.

CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. São Paulo: Paz e Terra, 2015.

CERETTA, S. B.; FROEMMING, L. M. GERAÇÃO Z: **Compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente**. RAUNP, 2011. 15-22.

COELHO, C. N. P. Introdução em torno do conceito de sociedade do espetáculo. *In*: COELHO, C. N. P.; CASTRO, V. J. **Comunicação e sociedade do espetáculo**. [S.l.]: Paulus, 2006. p. 211.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

JAPPE, A. **Guy Debord**. Lisboa: Antígona, 2008.

KARHAWI, I. **Influenciadores digitais: o eu como mercadoria**. Tendências em comunicação digital. Grupo de Pesquisa em Comunicação Digital COM+ ECA USP, São Paulo, 2016.

KLEINA, N. **A história do Youtube, a maior plataforma de vídeos do mundo**. Tecnomundo, 2017. Disponível em:

<<https://www.tecnomundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo.htm>>.

LLOSA, M. V. **A civilização do espetáculo**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

PEREZ, C.; TRINDADE, E. **Consumo midiático: Youtubers e suas milhões de visualizações. como explicar?** Compós - Cásper Libero, São Paulo, 2017. 15.

PESQUISA VÍDEO VIEWERS. THINK WITH GOOGLE, 2017. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/pesquisa-video-viewers-2017-cinco-insights-sobre-consumo-de-videos-no-brasil/>>. Acesso em: 2/Maio/2018.

SIBILIA, P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo.** São Paulo: Nova Fronteira, 2008.

YOUTUBE. **Youtube**, 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>>. Acesso em: 2 maio 2018.