

ANA LUIZA CARVALHO OLIVEIRA

**COMPORTAMENTOS E MORAIS: A DIFUSÃO DE VALORES SOCIAIS NO
CANAL 5INCO MINUTOS, DE KÉFERA BUCHMANN**

Viçosa - MG
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV
2016

ANA LUIZA CARVALHO OLIVEIRA

**COMPORTAMENTOS E MORAIS: A DIFUSÃO DE VALORES SOCIAIS NO
CANAL 5INCO MINUTOS, DE KÉFERA BUCHMANN**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Viçosa (MG) como exigência
para obtenção do título de Bacharel em Comunicação
Social – Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Henrique Moreira Mazetti

Viçosa - MG
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV
2016

ANA LUIZA CARVALHO OLIVEIRA

**COMPORTAMENTOS E MORAIS: A DIFUSÃO DE VALORES SOCIAIS NO
CANAL CINCO MINUTOS, DE KÉFERA BUCHMANN**

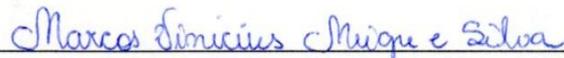
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Viçosa (MG) como exigência
para obtenção do título de Bacharel em Comunicação
Social – Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Henrique Moreira Mazetti

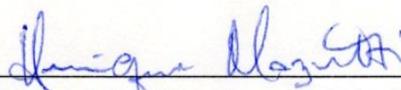
Aprovado em 17/11/16



Prof. Dr. Rennan Lanna Martins Mafra
(Departamento de Comunicação Social da UFV)



Jornalista Marcos Vinícius Meigre e Silva
(Mestrando em Comunicação e Sociabilidade pela UFMG)



Prof. Dr. Henrique Moreira Mazetti
(Orientador)
(Departamento de Comunicação Social da UFV)

Dedico este trabalho a todos que me incentivaram durante ao curso e em especial, a Juliana Carvalho que me apresentou o *5inco Minutos*.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela benção diária e por me dar forças para chegar até aqui. Em especial, gostaria de agradecer aos meus pais, Geraldo e Suely, e a minha irmã, Juliana, pois sem o apoio de vocês nada seria igual. Cruzar às Quatro Pilastras para essa jornada não foi tão fácil. Contudo, quando se tem a certeza de que vale a pena e, o incentivo de quem amamos, dificilmente queremos voltar atrás. Familiares, amigos e mestres, minha eterna gratidão.

RESUMO

Com a internet, além de receber conteúdos, um indivíduo pode também produzir e emitir. O YouTube é uma plataforma que permite essa liberdade de emissão e exibição, que ocorre com a produção e manutenção de canais por parte dos usuários. Os chamados *vlogs* correspondem a produtos audiovisuais que internautas utilizam para difundir informações. Com base em referenciais teóricos de estudos sobre cibercultura, YouTube, mídia e celebração de pessoas comuns na internet, busca-se fundamentos que ajudam a compreender as relações humanas com a tecnologia e, entre os próprios indivíduos, em uma sociedade regida por normas e valores, que orientam a conduta de seus integrantes. O presente trabalho objetiva através de análises de um conjunto de *vlogs* publicados no canal *5inco Minutos* em 2015, identificar quais os valores sociais promovidos pela influente youtuber Kéfera Buchmann. Ademais, se estuda o modo como a jovem promove os valores, a partir das análises de discursos e comportamentos encontrados nos vídeos. As interpretações obtidas ajudam a identificar se há confirmação ou transgressão desses valores promovidos a um público de mais de nove milhões de seguidores.

Palavras-chave: YouTube, 5inco Minutos, vlogs, valores sociais.

ABSTRACT: With the internet, besides receive, the individual can product and emit contents. The YouTube is a platform that permits this free emission and exhibition of contents, that occurs with creation and maintenance of channels by users of that platform. The so-called vlogs are audiovisual products that internet users use to spread information. Based in studies about ciberculture, YouTube, media and celebration of common people in Internet, we search fundamental ideas to understand the human relations with technology and themselves in a society guided by standards and values. This work objective, through analyses of a set of vlogs published in 5inco Minuto's channel in 2015, to identify which social values are promoted by the influential Kéfera Buchmann. Also, it was studied the way she promote those values, with the analyses of speeches and behaviors founded on these videos. The obtained interpretations helps to identify if there's a confirmation or a transgression of those promoted values to more than a nine million followers.

Keywords: YouTube, 5inco Minutos, vlogs, social values.

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

Gráfico 1 – Referência do número de vídeos publicados por mês em 2015	33
Gráfico 2 – Relação dos vídeos por temáticas (em números)	34
Tabela 2 – Recorrência das temáticas durante o ano de 2015	35
Gráfico 3 – Valores identificados nos vídeos (em porcentagem).....	36

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Layout 5inco Minutos (Reprodução).....	255
Figura 2 – Imagem de perfil (Reprodução)	25
Figura 3 – Cenário (Reprodução)	26
Figura 4 – Opções de navegação (Reprodução)	26
Figura 5- A plataforma oferece na seção Início sugestões de diferentes vídeos por classificações, além da apresentação de canais relacionados (à direita) (Reprodução)	27
Figura 6 – Exemplo de Kéfera Responde, publicado em 7 de março de 2015 (Reprodução)..	28
Figura 7 – Live do dia 09 de julho de 2015 com participação de Gustavo Stockler, namorado de Kéfera (Reprodução).....	28
Figura 8 – Esquete sobre situações constrangedoras que acontecem em aniversários (Reprodução)	28
Figura 9 – Kéfera Viaja Los Angeles (Parte 3), publicado em 7 de julho de 2016 (Reprodução)	29
Figura 10 – Espetáculo realizado em Curitiba, cidade natal da youtuber (Reprodução)	29
Figura 11 – Paródia de sucesso Bang, foi publicada em novembro 24 de novembro de 2015 (Reprodução)	29
Figura 12 – Exemplo de crítica feita pela youtuber aos homens (Reprodução).....	43
Figura 13 – Exemplo do consumismo defendido por Kéfera a respeito de liquidações (Reprodução)	44
Figura 14 – Exemplo do comportamento de Kéfera no 5inco Minutos (Reprodução).....	50

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
Capítulo 1 - Ter inscritos para ser: a liberdade de exibição e a celebração na web	12
1.1 A Cibercultura e os Youtubers: novas configurações nas relações com o outro	12
1.2 Mídia e Celebridade: pessoas comuns no trajeto do reconhecimento.....	17
1.3 Valores sociais: um elo entre personagens célebres e a sociedade.....	22
Capítulo 2 - O objeto de pesquisa e o processo metodológico	24
2.1 <i>5inco Minutos</i> : apresentação e descrição.....	24
2.2 O passo a passo da pesquisa exploratória	30
Capítulo 3 - A promoção de valores no <i>5inco Minutos</i>	32
3.1 Análise quantitativa: amostra e dados.....	32
3.2 Análise exploratória qualitativa: um balanço de resultados.....	37
3.2.1 O valor sinceridade sob a visão da consciência de ações	39
3.2.2 Feminilidade: defesa de comportamentos e concepções.....	42
3.2.3 A boa índole e o caráter	45
3.2.4 O respeito ao próximo.....	47
3.3 O choque simultâneo de valores.....	48
3.3.1 A transgressão de valores através da imagem.....	50
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
REFERÊNCIAS	55
ANEXO A – Tabela 1.....	57

INTRODUÇÃO

Alterações nas formas de relacionamento na sociedade ocorreram graças às mudanças de hábitos advindas do uso da internet. Populações hoje interligadas por redes sociais, pela utilização de plataformas e ferramentas do mundo digital são participantes de uma cultura influenciada por mudanças nas formas de comunicação. A facilidade e a rapidez de receber e emitir informações são exemplos dessas alterações causadas pela tecnologia digital.

O surgimento da internet data da década de sessenta, mas sua popularização começou a ocorrer nas décadas seguintes. Hoje, nota-se cada vez mais a necessidade de se manter conectado, não apenas para receber informações, mas também, emití-las. Como lembra Di Felice (2011), todas estas transformações ocorridas no processo que cabe da produção até a emissão de informações, devem ser estudadas para compreender novas formas de “ver, entender e compreender o mundo” (DI FELICE, 2001, p.1). É a partir daí que se encontram raízes desta pesquisa.

As pessoas se encontram hoje em uma constante interatividade e se configuram como interlocutores em variados contextos. Redes sociais, como Facebook e Twitter são exemplos de meios que criam redes de compartilhamentos de dados entre seus usuários e facilitam a comunicação. A utilização de blogs é outro exemplo. Nas redes sociais há possibilidade da criação de *chats* ou bate-papos, além do compartilhamento de textos, imagens, vídeos e, da interação por meio de comentários. Nos blogs, a estrutura é basicamente para o suporte de textos e imagens, e a utilização de comentários.

O YouTube, criado nos Estados Unidos em 2005, tornou-se mais utilizado a partir de 2006 e hoje é a plataforma que abriga os chamados *vlogs*, caracterizados pela utilização de vídeos para transmitir os mesmos conteúdos que poderiam estar em um blog. O site permite o carregamento de produções audiovisuais e também, o compartilhamento de links dos produtos disponíveis na plataforma. Qualquer usuário pode ter acesso aos vídeos, mas apenas pode incluir conteúdos se estiver cadastrado, ou seja, se possuir uma conta no site.

Esta facilidade em produzir e expor as próprias produções abriu espaço para o surgimento dos chamados youtubers ou vlogueiros. No YouTube, como lembrado por Olivatti (2008), não há controle das emissões. Tal fato torna mais fácil a exposição do usuário na plataforma. Uma câmera e ferramentas de edição de vídeos podem ser suficientes para propagar informações dentro do site.

Ao longo dos anos, ocorreu à popularização da criação de contas na plataforma, o que contribuiu para o fenômeno de celebração de pessoas na internet. Hoje, indivíduos comuns saem do anonimato ao criar um *vlog* e conquistar seguidores/ fãs. Esta conquista de um público é o que fortalece e consolida cada vez mais a imagem do youtuber.

Um dos grandes nomes que aparece no mundo dos vlogueiros no cenário nacional é o da curitibana Kéfera Buchmann de Mattos Johnson Pereira, conhecida apenas como Kéfera Buchmann. Nascida em 25 de janeiro de 1993, a vlogueira que também é atriz e escritora, foi considerada a youtuber do ano da Geração Glamour 2016, pela Revista *Glamour*¹ e, como uma das jovens mais promissoras do país, pela revista *Forbes*².

O canal de sua autoria é o *5inco Minutos*³, criado no ano de 2010. O primeiro vídeo⁴ lançado com o nome “Vuvuzela” foi postado em 25 de julho de 2010, período pós Copa do Mundo. No vídeo, a jovem critica o uso do instrumento, febre durante o evento. Hoje, com seis anos de existência, o canal conta com mais de nove milhões de inscritos⁵ e Kéfera é considerada uma figura de grande destaque dentro e fora do YouTube.

Além dos trabalhos com *vlogs* e o teatro, a jovem é autora dos livros *Muito Mais que 5inco Minutos* e *Tá gravando?*, lançados em 2015 e 2016, respectivamente. A atriz também é protagonista do filme *É Fada*, lançado em outubro deste ano. Possui linha própria de batons e esmaltes e mantém a loja virtual *Kéferastore*, onde vende souvenirs. Além de seguidores no youtuber, Kéfera possui inscritos em contas como Facebook, Instagram, Twitter e Snapchat, onde divulga seus trabalhos e consolida sua imagem.

O expressivo número de seguidores conquistados pela youtuber e sua visibilidade na mídia são pontos chamativos e que instigam pesquisas a respeito. Entender esta celebração de indivíduos que despontam como webcelebridades através da internet é um dos objetivos desta pesquisa. Trabalhando com conceitos da cibercultura (como Web 2.0) e estudos sobre mídia e celebridade (que envolvem temas como exposição midiática e imagem como mercadoria), a presente monografia tem o intuito de responder a seguinte pergunta: Quais os valores sociais promovidos por Kéfera e de que forma a webcelebridade realiza isto?

Para isso, a pesquisa foi dividida em partes teórica e de análise. Na teórica, são abordados eixos conceituais sobre cibercultura, mídia, celebridade, e valores sociais. Já para a

¹ A premiação ocorreu em 31 de março de 2016.

² Em 3 de março de 2016. Disponível em: <http://www.forbes.com.br/fotos/2016/03/30-jovens-mais-promissores-do-brasil-abaixo-dos-30-anos/#foto14>

³ Link do canal: <https://www.youtube.com/user/5incominutos>

⁴ Link do vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=KswJyYJfptw>

⁵ O canal atingiu a marca de nove milhões de seguidores no início de agosto de 2016.

parte de análise exploratória, foram selecionados como amostra, quarenta e três vídeos publicados no canal no ano de 2015. Todos os vídeos foram analisados de modo a extrair os valores expressos em cada um deles. Em seguida, foram separados os vídeos que apresentavam os valores mais recorrentes e fragmentos dessa amostra compuseram as análises apresentadas no terceiro capítulo.

A escolha do ano foi determinada pela premiação de Kéfera pela *Glamour* e pelo fato do canal ter completado cinco anos de existência (data bastante celebrada pela youtuber e que faz relação com o nome do canal *5inco Minutos*, cinco anos). A pesquisa foi baseada no estudo das referências e na análise de conteúdo de vídeos da categoria *vídeos/ vlogs*, no qual Kéfera traz um tema e o discute a partir de relatos de situações e da emissão de juízos de valor. No segundo capítulo, identifiquei a metodologia utilizada e os motivos que caracterizam a escolha da categoria em estudo.

O processo de pesquisa contou com as etapas de seleção de vídeos, classificação dos mesmos, identificação das temáticas e dos valores sociais encontrados. Ademais, o trabalho apresenta uma análise exploratória qualitativa, no qual o objetivo é discernir quanto aos valores sociais promovidos por Kéfera, o modo como eles são apresentados e, além disso, encontrar interpretações que justificam a exposição desses valores pela youtuber. A partir dessas compreensões é possível dizer se os valores promovidos pela webcelebridade corroboram ou transgridem as formas de conduta impostas pela sociedade.

Capítulo 1 - Ter inscritos para ser: a liberdade de exibição e a celebração na web

Neste primeiro capítulo agregam-se teorias e conceitos a respeito da relação humana em níveis como a troca de experiências no mundo virtual e físico. São apresentados eixos que direcionam a visão para as relações existentes no mundo habitado pelas webcelebridades e seus seguidores.

1.1 A Cibercultura e os Youtubers: novas configurações nas relações com o outro

Por meio deste tópico são traçadas diretrizes que ajudam a compreender discussões referentes ao sistema de conexão digital em que nos encontramos. São expostas interfaces de um modelo de comunicação através do uso da web e seu impacto no meio social. Além de trazer conceitos e interligá-los, em especial, é abordado o uso da plataforma YouTube e, discutido como a mesma pode interferir no sistema de produção e consumo de informações.

Com a popularização da internet, se iniciou um novo modelo de comunicação e reconfigurações de hábitos⁶. Percebemos uma sociedade mais interativa, utilizando aparelhos tecnológicos com acesso a internet (como computadores, celulares, tablets) e, uma alteração nas formas de contato e interação com o próximo. A comunicação em rede permitiu rapidez e praticidade, sendo que sem precisar se locomover, um indivíduo pode ter contato com outras pessoas, acessar e difundir informações, através do uso de recursos oferecidos pela web.

Recorrendo a estudos sobre estas interações na internet, discutimos pesquisas da cibercultura, área que se fundamenta em princípios, como proposto por Lemos (2006). São definidos pelo autor três princípios: liberação do polo de emissão; princípio da conexão em rede; e, reconfiguração sociocultural através de novas práticas produtivas e recombinações (LEMOS, 2006, p.39).

A liberação do polo de emissão está associada à reconfiguração do sistema de emissão e recepção de informações, que é, atualmente, definido pela possibilidade de um receptor também produzir e emitir informações⁷. Nesse contexto, abre-se espaço para diferentes

⁶ Utilizo o termo reconfigurações para associar a internet e os hábitos de comunicação, pois é fato, como lembra Castells (2003), que o comportamento em sociedade apropriou-se da tecnologia. A internet não serviu para mudar, mas sim, como uma ferramenta para adaptar comportamentos.

⁷ No modelo de comunicação conhecido como paradigma transmissivo, um único emissor transmitia uma mensagem através de um canal a vários receptores. Em seguida, com a liberação do pólo de emissão, receptores também produzem e emitem conteúdos.

interações e para uma conexão entre usuários. Em outro estudo, o primeiro princípio também é abordado pelo autor como consequência da “liberação da palavra” (LEMOS, 2010)

[...] a esfera da conversação mundial se ampliou, como pode ser comprovado com a expansão de sistemas e ferramentas de comunicação como *blogs, wikis, podcastings, softwares* sociais [...] ou novos sistemas de *mobile social networking*, permitindo a troca de informações entre pessoas e comunidades em mobilidade, via dispositivos portáteis de acesso sem fio às redes. (LEMOS, 2010 p. 25)

Uma sociedade interativa é uma sociedade em rede e é dessa forma que podemos definir o segundo princípio proposto por Lemos. A tecnologia influenciou na construção de um meio mercado pela necessidade de conexão e compartilhamento de conteúdos entre seus participantes. Necessidade esta de se manter interagido com o mundo, estando em qualquer lugar.

O segundo princípio é ainda apontado para o que seria o princípio da conversação mundial e, a possibilidade de emitir informações teria como consequência o que o autor chama de “interconexão planetária”. Esta interconexão está diretamente ligada ao ideal de uma sociedade marcada pela cultura participativa.

Como lembra Shirky (2010), os indivíduos estão em conectividade dentro dessa cultura que proliferou após o século XX. Uma cultura que também pode ser entendida como sendo democrática ou ciberdemocrática, termo trazido por Lemos (2010). “A nova potência da emissão, da conexão e da reconfiguração, os três maiores princípios da cibercultura, estão fazendo com que possamos pensar de maneira mais colaborativa, plural e aberta” (LEMOS, 2010, p. 27)

A respeito do terceiro princípio, definem-se reconfigurações socioculturais. Não apenas alterações no modo de comunicação, mas um processo mais amplo, já que a internet se encontra no emaranhado da globalização e inserida no processo de convergência de mídias. Quando se trata da interatividade e da convergência, a ideia é que vários suportes tecnológicos estão interligados e se interagem para a transmissão de informações. Nas palavras de Jenkins (2009) a convergência se refere ao

[...] fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p. 27)

O autor propõe que são os consumidores das informações os principais responsáveis pelo processo de convergência. Processo este construído pelo público que demanda e consome conteúdos, além de estar definido pelo contexto em que a sociedade vive. Para Di Felice (2011)

O que acontece com a introdução e a difusão de uma nova tecnologia comunicativa a nível social é de fato algo que remete não somente à criação de um novo território ou de uma nova esfera pública, mas também a algo que transforma as práticas e o mesmo significado do social. (DI FELICE, 2011, p. 3)

Por esse viés, a convergência de mídias, marcada pelo bombardeio de informações, demanda, por consequência, além das alterações nas formas de comunicação, mudanças nas formas de interação dentro da própria sociedade. Impulsiona agilidade e dinamismo, além de contribuir para o fato de o indivíduo manter-se “conectado” aos meios que o cerca.

Necessita-se cada vez mais estar atento a todos os meios de comunicação, tanto para obter informações quanto para discuti-las e gerar opiniões. Esta necessidade de conexão fundamenta o sentido de cultura participativa, no qual os indivíduos ao mesmo tempo atuam para o coletivo. Interagem-se de algum modo com diversos acontecimentos, em diferentes lugares e com diferentes pessoas.

A produção e consumo de conteúdos como marcas do processo interativo sofreram influências também da Web 2.0. Como explica Primo (2007), a Web 2.0 é uma “segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo” (PRIMO, 2007 p.3).

Com o novo formato de Web, os usuários imergiram no processo de relações mais dinâmicas. Além disso, o autor relaciona a Web 2.0 a um diferente período tecnológico, marcado por “diferentes processos de comunicação mediados pelo computador” (PRIMO, 2007 p.3). Um exemplo de plataforma que faz parte desse universo e induz uma cultura participativa é o YouTube⁸, site criado no ano de 2005, nos Estados Unidos.

Uma das possíveis traduções do nome da plataforma é “você no tubo”, o que remete à ideia do usuário poder divulgar qualquer conteúdo que deseje no site, caracterizado como uma espécie de televisão própria. O slogan *Broadcast Yourself* utilizado pela plataforma, significa “transmita você mesmo”, o que já induz atividades partidas do próprio indivíduo. O usuário

⁸ Link do site: www.youtube.com.br

também pode ter acesso a conteúdos de outras pessoas, de forma mais fácil e com rapidez, através do acesso por links e do compartilhamento dos vídeos abrigados pela plataforma.

O YouTube foi lançado em junho de 2005, mas em 2006, após ser comprado pelo Google, a plataforma ganhou mais destaque. Em 2008, já fazia parte do grupo dos dez sites mais visitados no mundo, como apontam Burgess e Green (2009). “Como empresa de mídia, o YouTube é uma plataforma e um agregador de conteúdo, embora não seja uma produtora de conteúdo em si” (BURGESS E GREN, 2009 p. 21). Sendo assim, a plataforma apenas se apropria e transmite conteúdo vindo dos internautas, responsáveis pela manutenção de suas contas no site.

Em meio a essa cultura digital, surgem, além de novas ferramentas, novas práticas dos usuários. No site, tais práticas envolvem publicação e compartilhamento de conteúdos, atividades que a priori demandam outras etapas/tarefas. Partimos da etapa de produção do conteúdo a ser divulgado.

Nesta fase, o usuário pode dispor de apenas uma câmera e ferramenta de edição de vídeo, materiais/ equipamentos utilizados nas produções audiovisuais. Ao longo do tempo, o usuário pode ir aperfeiçoando a prática, investindo, por exemplo, em novas tecnologias. Contudo, vale ressaltar que não é necessário muitos conhecimentos acerca das atividades, podendo estas serem realizadas por uma ou mais pessoas.

Em relação mais especificamente ao YouTube, a plataforma permite ao usuário fazer um cadastro para que seja criada uma conta. Ocorre neste processo a criação de um endereço eletrônico que direciona as pessoas a uma determinada página no site (página da conta do usuário).

A partir da criação da conta que é possível realizar o *upload* ou carregamento os vídeos (fase de publicação de conteúdo). Esta etapa garante a hospedagem do conteúdo e a geração de um link (que pode ser compartilhado em outras redes) para cada vídeo publicado.

A existência de uma conta se configura como a criação de um canal (remetendo a ideia do YouTube como uma televisão). Além do mais, ao serem direcionados para a página de um determinado conteúdo, os usuários têm a possibilidade de se inscrever na conta gerada por outro indivíduo. Isto permite que o usuário receba notificações quando há novas publicações em diferentes canais inscritos⁹.

A ideia da criação desses canais, a hospedagens de diversos conteúdos por qualquer indivíduo, abriu espaço ao longo dos anos para o que se apresenta hoje como o fenômeno dos

⁹ Quanto às notificações, os usuários podem optar se desejam ou não recebê-las.

youtubers. A facilidade em expor conteúdos, atraiu usuários do site, gerando visibilidade ao surgimento e manutenção de diversos canais.

Outra forma utilizada para identificar os youtubers, é a denominação vlogueiro. Isto devido ao fato de que os vídeos publicados nos canais se configuram como *vlogs* (abreviação de videoblog, ou vídeo + blog). Nos blogs, os usuários publicam textos unidos a imagens e podem se interagir através de comentários. No caso dos *vlogs*, o que muda é o formato no qual o conteúdo é exibido (deixando de ser textual e/ou imagético para ser audiovisual).

O número de pessoas que se inscrevem em uma determinada conta é quantificado e mostrado pelo YouTube. Um grande número de inscritos/ seguidores é que gera visibilidade ao youtuber ou vlogueiro e vai assim, abrindo espaço para que o mesmo seja visto também fora do YouTube (em redes sociais, por exemplo).

A prática de exposição de conteúdos por meio da plataforma alimenta uma cultura do amadorismo, questão discutida por Keen (2009). Nas palavras do autor “um amador é quem cultiva um hobby, podendo ser culto ou não, alguém que não ganha a vida com seu campo de interesse, um leigo a quem faltam credenciais, um diletante” (KEEN, 2009, p. 38).

A discussão levantada parte da dicotomia entre o amadorismo e a especialidade. Dentro dessa cultura difundida na internet, fica claro a não necessidade de ser especializado em determinadas funções. O fato é que qualquer indivíduo tem capacidade de expor e disseminar informações de forma rápida e sem precisar de especialização.

Como citado ao retratar a etapa de produção dos conteúdos pelos usuários, os mesmos podem não dispor de equipamentos e materiais que somente podem ser utilizados por um especialista. Porém, há possibilidades de melhorias e evoluções, na busca por mais qualidade nas produções.

Costa (2009) utilizava o termo “videografia” para tratar o estudo desta prática comunicativa. Segundo o autor, as videografias se constituem como um “modo de representação e como uma expressão de subjetividade” (COSTA, 2009 p. 206). Em outras palavras, essa expressão de subjetividade pode ser entendida como a maneira que um indivíduo se apresenta e os valores que ele promove, levando em conta suas interações com o mundo e a sociedade¹⁰. Nesse sentido, percebe-se que a produção e manutenção dos canais no YouTube se configuram como uma forma do usuário divulgar ideais através de diferentes temas.

¹⁰ A relação entre o indivíduo e o meio em que ele vive será discutida nos próximos capítulos.

Nas palavras de Dornelles (2015) a atividade dos internautas é um modo de ganhar visibilidade. O autor também destaca a questão da subjetividade afirmando a construção da mesma pelos indivíduos através da exposição e comercialização de experiências pessoais nos canais (DORNELLES, 2015, p. 8). Esta subjetividade se refere à possibilidade de utilização dos vídeos para exposição de opiniões sobre determinados assuntos e até mesmo, exposição de situações íntimas.

Como lembra Dornelles (2015),

A internet é um ambiente propício a essa disseminação de narrativas e exposição de intimidades, principalmente, as plataformas de mídias sociais. [...] A predominância, nestes espaços é das autobiografias. Histórias e estórias que acrescentam o mundo imaginário à realidade dos autores. (DORNELLES, 2015, p. 9)

Assim, a produção de *vlogs* pode ser entendida como uma espécie de diário, onde são retratadas rotinas e temas de relevância dos indivíduos.

Sibilia (2008) já se atentava para o definido como “diários íntimos”, que caracterizavam o tom confessional dado aos conteúdos exibidos nos vídeos¹¹. Sobre a subjetividade, a autora afirma que não é apenas “algo vagamente imaterial” que está dentro de nós, mas que depende da cultura, das experiências e relações constituídas com o exterior. (SIBILIA, 2008, p. 16).

A respeito destas relações entre o sujeito e a sociedade, levanto discussões nos próximos tópicos trabalhados na pesquisa. Porém, já aponto de imediato, que serão estudos sobre a exposição midiática, levando em consideração as relações dos indivíduos com o meio social e com os meios de comunicação.

Como lembra Dornelles (2015), um usuário da web, ao expor seus ideais e opiniões através dos *vlogs*, tende a buscar uma grande exposição. É a partir daí, que surge o interesse em se tornar uma pessoa reconhecida, de ter fama¹². Nesse sentido, discorro a seguir sobre a ligação entre exposição e grande visibilidade e, sobre as consequências para o sujeito e os demais.

1.2 Mídia e Celebridade: pessoas comuns no trajeto do reconhecimento

¹¹ A autora remete em sua pesquisa outras formas de exibição que compunham a realidade da época, a exemplo dos weblogs, fotologs, MySpace e também o Orkut (SIBILIA, 2008).

¹² Como lembra França (2014), o conceito de fama “se relaciona com extensão e repercussão de um acontecimento, objeto ou pessoa” (FRANÇA, 2014, p. 17). O conceito tem ligações com os termos “ídolos” e “celebridades”, relacionados à influência de algo ou alguém na vida de outras pessoas.

A abordagem que pretendo trazer com este tópico parte da recorrente celebração de pessoas comuns no ciberespaço. A prática dos *vlogs*, à medida que permite uma visualização dos usuários por qualquer indivíduo e em qualquer lugar, abre espaço para a celebração e a fama desses usuários. Desse modo, não há como falar dos youtubers sem se ater a estudos relacionados aos temas celebridade e mídia.

O último conceito, como lembra França (2012), é “um conceito abrangente, uma expressão que significa várias coisas: instrumento, espaço, sujeito” (FRANÇA, 2012, p. 11). A mídia, como apontado pela autora, faz parte da sociedade e se traduz, por exemplo, como um espaço de troca, conhecimento e/ou convivência

[...] a mídia constitui talvez a instituição que melhor caracteriza o cenário contemporâneo; a face da nossa sociedade, nosso comportamento, nossas ações são hoje o que são porque dispomos de tais meios, espaços, instrumentos para nos informarmos, nos exprimirmos, formatarmos nossas ações e nosso cotidiano. A mídia é o espaço privilegiado no qual a sociedade fala consigo mesma, a propósito de si mesma. (FRANÇA, 2012, p. 12)

Esta visão de espaço no qual a mídia está inserida, é marcada pela interação, trazida por Simões (2009) para abordar a construção de uma celebridade e a relação com os meios de comunicação. Sob a perspectiva do modelo praxiológico, pesquisado por Louis Queré, a autora afirma a comunicação como sendo caracterizada por este processo interativo, realizado por sujeitos, através do uso da linguagem (SIMÕES, 2009, p. 75).

Acontece que no meio social, como lembra Simões, temos a construção de relações entre os indivíduos, que desempenham papéis sociais e compartilham experiências¹³. Neste modelo a comunicação se constitui e, como afirma a autora,

[...] envolve os indivíduos e suas características singulares, assim como o contexto em que o processo comunicativo ocorre; este não deve ser pensado como algo momentâneo, mas como inscrito em uma temporalidade que diz do momento sim, mas, ao mesmo tempo, aponta para experiências passadas e para ações subsequentes. A configuração do ato comunicativo se realiza através da linguagem, colocada em ação pelos indivíduos. Estes agem, iniciando um processo comunicativo, e sofrem consequências a partir dessa ação; ao instaurarem uma interação com outros sujeitos, eles podem impulsionar a formação de públicos que são afetados por aquela ação. (SIMÕES, 2009, p 72)

¹³ Modelo de comunicação relacional.

Assim, conseguimos associar a mídia e a construção de uma celebridade. Uma ação singular impacta a formação de uma visão comum, algo do coletivo. Dessa forma, a celebridade se constrói ao desempenhar papéis e ao se destacar por suas ações.

Suas experiências, tanto de ordem públicas quanto privadas, são compartilhadas com o público através da mídia, que edifica discursos e impõe visibilidade a pessoa celebrada. Como afirma Primo (2009) “as celebridades são um fenômeno que nascem no seio da mídia de massa e permanecem vinculadas a ela” (PRIMO, 2009, p.109)

Segundo França (2014), com base em Chris Rojek (2008), uma celebridade pode se originar de três formas: “ocupação de um lugar de destaque”; “desempenho tomado como exemplar, de qualidade, excepcional”; e “visibilidade, a exposição midiática”.

A diferença das três formas é que na primeira, o indivíduo já ganha destaque por fazer parte de algum grupo ou família de importância ou mesmo, por durante a vida ocupar um cargo, uma função especial. Um exemplo é quando temos a ocupação de um cargo político de importância nacional, como o de Presidente da República ou de Parlamentar (no caso de países com regime parlamentarista).

Sobre o segundo tipo de origem, o indivíduo é celebrado por alguma ação que tenha gerado grande repercussão e impacto. Um exemplo é a visibilidade de pessoas comuns que ganham destaque no campo religioso e passam a ser celebradas por suas ações.

Já a terceira forma de ascender ao estrelato é por meio da exposição e é a esta origem que ligamos os youtubers. Para França (2014) o culto a celebridade envolve uma lógica de consumo, alienação e dominação. E para entender a ligação desses termos, nos concentramos no conceito de carisma. O termo trabalhado pelo sociólogo Max Weber, tem, como afirma Simões (2014), ligações com o poder de afetação de um indivíduo célebre.

Em outras palavras, o carisma está relacionado a um sentimento produzido em um sujeito, traduzido pela atração, pela aproximação pelo outro. “O ídolo, a celebridade nos atrai pelo que nos assemelha, pela força do mesmo. Outras vezes, é exatamente a distância, o estranhamento que ele nos provoca enquanto ‘outro’ que nos fascina e nos convoca” (FRANÇA, 2014, p. 27).

O poder de afetação pode então se originar pela atração devido ao sentimento de semelhança ou, diferença. A identificação que o indivíduo associa ao outro, os exemplos ou atitudes tomadas, a própria personalidade são exemplos do que pode originar a celebração de uma pessoa.

No caso da web, a possibilidade de pessoas comuns se tornarem celebridade através da sua exposição aproxima o público, seja pela facilidade de exposição ou pela aproximação/semelhança com o outro. São pessoas comuns ganhando visibilidade por parte de outras pessoas que compartilham experiências semelhantes (pode prevalecer a visão do tipo “este youtuber é gente como a gente”).

Uma maior identificação com o outro é um dos pontos que fundamenta esse modelo de celebração na internet e que transforma um indivíduo em webcelebridade. As mídias online, são exemplos de espaços que colaboram com esta celebração e, como explica Machado (2014),

[...] apresentam-se como plataformas de exibição e celebração das subjetividades, nas quais são efetivadas práticas discursivas e de visualidade em torno da imagem de si. Em tais espaços, indivíduos trazem a público o que acreditam constituí-los como autênticos, ou seja, manifestam peculiaridades de sua persona que, legitimadas na arena pública, confirmam socialmente sua autenticidade. Este movimento pode conduzir à transformação da imagem performática do self digital em mercadoria e à constituição de web-celebridades. (MACHADO, 2014. p. 52)

Ao tratar as celebridades na blogosfera, Primo (2009, p. 115) já afirmava que a internet, ao permitir a livre expressão, contribuía para a construção de reputações em um conjunto específico de internautas (pessoas envolvidas com os blogs, tanto utilizando para emitir, quanto para receber conteúdos). Contudo, a celebridade só se tornava midiática, após grande exposição nos meios de comunicação.

Dessa exposição excessiva e do relacionamento entre celebridade e mídia, podemos afirmar que são traçadas inferências do sistema capitalista. Como lembra Torres (2014) “O regime capitalista democrático e a sua indústria midiática aderiram desde cedo ao fabrico em série da celebridade. A partir do momento em que a celebridade vende, a celebridade constrói-se, cria se como um produto ou serviço”. (Torres, 2014, p. 74) Na realidade, quando um indivíduo se desponta como célebre, tende a construir uma imagem a ser vendida, principalmente pela mídia.

A esta imagem associamos a ideia de mercadoria, termo trazido por Bauman (2008) em seus estudos sobre a sociedade de consumo: “A subjetividade do sujeito, e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se num esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável” (BAUMAN, 2008, p. 20).

No caso dos youtubers, quanto mais seguidores, maiores são as chances de atrair os meios de comunicação e se envolver com publicidades ou propagandas. Quanto maior a

visibilidade no YouTube, mais facilidade de atrair holofotes, fortalecer a imagem vendida e, ao mesmo tempo, como uma via de mão dupla, ter a atração mais seguidores/ fãs nos canais.

A curitibana Kéfera Buchmann de Mattos Johnson Pereira, de vinte e três anos, conhecida apenas por Kéfera Buchmann é um dos nomes mais visíveis do universo dos youtubers e também um forte exemplo de webcelebridade. Em 25 de julho de 2010, Kéfera lançou seu primeiro vídeo no canal intitulado *Cinco Minutos*¹⁴. O vídeo, no qual a jovem critica o uso das vuvuzelas após a Copa do Mundo de 2010, obteve milhares de visualizações uma semana após ser divulgado. O fato despertou a atenção de Kéfera, como a própria jovem conta no em seu livro *Muito mais que Cinco Minutos* e, levou a manutenção do canal.

Atualmente, Kéfera publica seus vídeos semanalmente e, em seus seis anos de existência, o canal conta com mais de nove milhões de seguidores (a marca de nove milhões foi atingida no início de agosto de 2016). A youtuber também possui conta no Twitter, Facebook, Instagram e Snapchat, onde divulga sua rotina e suas produções.

Embora realizando trabalhos como atriz, Kéfera ficou conhecida popularmente através do *Cinco Minutos* e é um grande destaque como celebridade que faz sucesso com o YouTube. O estudo deste trabalho tem como referência a curitibana e para início de discussão sobre a relação entre os conceitos apresentados e a personagem analisada, gostaria de pontuar a história de vida da youtuber. A jovem têm a infância e a adolescência marcada pelo sofrimento com o bullying. Hoje, após a superação do problema, Kéfera relata situações ocorridas e repassa mensagens relacionadas ao assunto.

Como propõe Lana e Simões (2012), uma das características que marcam a constituição da fama é a experiência. Para as autoras

O conceito de experiência sugere que, ainda que os personagens públicos sejam identificados de maneira individual, não existem fronteiras estanques entre o rosto público e aqueles que sofrem junto a sua atuação. A face publicizada desses indivíduos faz com que o alcance de suas narrativas seja vasto, atingindo um grande número de indivíduos que, conjuntamente, constituem uma cooperação que torna possível o reconhecimento daquela figura como pessoa pra todos”. (LANA, SIMÕES, 2012, p. 214-215)

No caso analisado, entende-se que a transformação e as lições da youtuber constituem uma de suas experiências de vida e, são características que aproximam/atraem seus seguidores, servindo como exemplo do poder de afetação que a youtuber possui. Poder este

¹⁴ Link do canal: <https://www.youtube.com/user/5incominutos>

que vai além e tem outras características apresentadas a seguir, junto à discussão dos valores sociais que podemos remeter ao fenômeno Kéfera Buchmann.

1.3 Valores sociais: um elo entre personagens célebres e a sociedade

A celebridade é reflexo do que a sociedade exige em determinado período. Fato, pois uma pessoa pode ser celebrada por diversos motivos, mas se encaixa em parâmetros, anseios, regras, normas e/ou valores de uma determinada sociedade. Em relação aos valores, estes se relacionam a comportamentos, emoções e julgamentos por parte do próprio indivíduo.

Como afirmam Coêlho e Corrêa (2014) os valores se configuram como referências culturais, no qual evidenciam modos de conduta e expectativas morais sobre determinadas atitudes. Desse modo, estamos considerando indivíduos que se tornam celebrados e corroboram, inserem, difundem ou mesmo transgridam normas e valores em um contexto.

Almeida (2012) também ressalta os valores sociais como referências culturais. Referências que para o autor “governam as relações que os sujeitos estabelecem entre si e com o mundo, especificando regras de conduta e expectativas morais que orientam suas diversas intervenções na vida prática” (ALMEIDA, 2012, p. 67). Através da afirmação de valores, uma celebridade então é vista como um sujeito que segue os modos de conduta estabelecidos no meio social. Um sujeito que se enquadra em relações morais-práticas do meio em que vive.

Podemos associar os conceitos trazidos ao fenômeno dos youtubers e suas práticas. Quando um indivíduo vlogueiro tem aceitação por parte do público, cabe dizer que ele está em conformidade com preceitos morais, valores e opiniões deste público. O indivíduo pode ser aceito, dentre motivos, por sua personalidade, atitudes e conteúdos/mensagens/ideais repassados.

Com sua história, a youtuber se tornou um exemplo a ser seguido e o conjunto de situações vividas, assim como as formas de superação de cada problema, se constitui como atitudes a serem seguidas pelos fãs. A imagem transmitida pela jovem, ao demonstrar superação e aprendizado, serve de inspiração tanto para os fãs, quanto para a própria Kéfera, que se consolida cada vez mais.

Os valores promovidos pela youtuber serão discutidos no próximo capítulo, em que concentro uma análise de alguns vídeos publicados no canal. Antes, gostaria de trazer uma

breve discussão acerca de valores sociais, retornando alguns conceitos pontuados anteriormente.

Tomemos como partida a seguinte afirmação

A mídia reproduz e atualiza normas e valores, em um processo complexo que envolve reflexão, apropriação, reelaboração e tensionamento de princípios, a partir de padrões comportamentais e de julgamentos que condenam ou celebram determinadas práticas. (ALMEIDA *apud* COELHO; CORRÊA, 2014,p. 120 -121)

O estudo sobre valores e relacionado a pessoas públicas parte também da análise da figura celebrada imposta pelos meios de comunicação. Falamos assim de mídia e estamos inevitavelmente tratando de públicos.

O que temos é um público que acompanha os youtubers nos canais e também está atento ao que é imposto pelos meios de comunicação. Entramos aqui em uma discussão específica sobre o modo como é passado determinados valores pela mídia e a relação com público, que vem ou não a aceitar o que é imposto.

Ao afirmar que a mídia reproduz e também atualiza normas e valores, implica dizer que a imagem de uma celebridade pode ser tanto positiva, quanto negativa, dependendo de como é retratada. Depende de como suas ações são julgadas e aceitas pelo público.

Valores sociais como honestidade, dedicação, lealdade, dentre outros são exemplos de valores julgados como positivos e que trazem boa imagem a quem o pratica. Do contrário, ações com resultados negativos podem desmoralizar um indivíduo. A pessoa que recebe julgamento, sendo aceita ou não, depende principalmente da visão do público, ou seja, das interpretações que o coletivo faz a respeito de suas atitudes e que podem ou não fortalecer sua imagem na sociedade.

Capítulo 2 - O objeto de pesquisa e o processo metodológico

O objetivo até aqui foi referenciar a pesquisa a partir de teorias que norteiam abordagens sobre a cibercultura, a relação entre mídia e celebridade e, concepções de valores sociais que orientam a conduta humana. Neste segundo capítulo, partiremos para a etapa de análise. Pretendo assim, trazer uma descrição do canal *5inco Minutos*, a fim de expor suas características e a forma como é apresentado na plataforma YouTube. Busca-se em seguida, reportar a metodologia utilizada para analisar os valores sociais promovidos por Kéfera.

2.1 *5inco Minutos*: apresentação e descrição

Criado em 25 de julho de 2010, o canal *5inco Minutos*¹⁵ possui hoje mais de nove milhões e quatrocentos mil seguidores¹⁶ e já recebeu mais de setecentos milhões de visualizações¹⁷. Sobre o nome dado a conta, Kéfera Buchmann afirma

A ideia é que os vídeos tenham ATÉ cinco minutos... Acho que quando o vídeo passa disso fica longo e a galera sente preguiça de assistir, certo? (às vezes, dependendo do roteiro, pode acontecer sim do vídeo ter mais de cinco minutos, não me matem nem façam macumba pra mim por causa disso, tá?)¹⁸

O trecho transcrito acima está incluso na descrição do canal e é encontrado na própria página da conta (opção *Sobre*), que traz outras seções ao internauta que deseja visitar e conhecer mais o produto. Sobre estas seções discutirei a seguir e ademais, descrevo o *5inco Minutos* em si, a fim de apresentar sua estrutura e parte de seu conteúdo.

Primeiramente, sobre o layout do canal, verifica-se que o mesmo é representado por uma imagem de perfil e capa, no qual identificamos uma foto da Kéfera e algumas informações sobre publicações dos vídeos e redes sociais. À direita, é apresentada uma foto a youtuber com sua cadela de estimação, Vilma Tereza, reconhecida pelos internautas que acompanham o canal¹⁹.

¹⁵ Link: <https://www.youtube.com/user/5incominutos>

¹⁶ 9.477.558 inscritos em 04 de outubro de 2016.

¹⁷ 735.680.467 visualizações em 04 de outubro de 2016.

¹⁸ Fonte: <https://www.youtube.com/user/5incominutos/about>. Acessado em: 04 de outubro de 2016

¹⁹ Kéfera exhibe seu pet no canal e oferece em sua loja produtos com estampas de fotos da cadela.



Figura 1- Layout *5 Inco Minutos* (Reprodução)



Figura 2 – Imagem de perfil (Reprodução)

Através da imagem de capa, o usuário é informado sobre a periodicidade das publicações (*Vídeos toda terça e sábado e uma live²⁰ por semana*) e, é incentivado a conhecer a loja da youtuber (através do link *keferastore.com.br*). Além disso, o internauta pode acessar o link do *Kéfera Vlog*, outra conta mantida por Kéfera, e se conectar com o *Google +* e com as redes sociais *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Vine*, representadas pelas respectivas logos.

Sobre o plano de fundo da capa, a imagem de molduras faz referência a um dos cenários utilizados pela youtuber em alguns de seus vídeos, no qual Kéfera aparece à frente de uma parede com diversos espelhos e diferentes molduras coloridas (*Figura 3*). No canal são oferecidas opções de navegação dentro de suas páginas, caracterizadas por sugestões de canais, vídeos e opções de navegações para a própria conta em que o usuário se encontra.

No *5 Inco Minutos*, são apresentadas logo abaixo da imagem de capa as opções: *Início*, *Vídeos*, *Playlists*, *Canais*, *Discussão* e *Sobre*. Também é possível fazer buscas dentro da página através do ícone representado por uma lupa (*Figura 4*).

²⁰ A respeito das categorias encontradas no canal, estas serão apresentadas posteriormente.



Figura 3 – Cenário (Reprodução)



Figura 4 – Opções de navegação (Reprodução)

Logo ao acessar a página do canal, o usuário é direcionado a seção *Início*, no qual geralmente é apresentado um vídeo em destaque e outros vídeos divididos por categorias (Figura 5). Também são oferecidas sugestões de páginas/canais relacionados à conta em questão.

Ao selecionar a opção *Vídeos*²¹, a plataforma direciona o usuário à lista de vídeos do canal, seguindo a ordem de publicação dos mesmos. O Youtube também possibilita que seja definida a ordem de busca dos vídeos (através do ícone Data de inclusão, situado no canto superior direito) e a forma como serão apresentados (em grade ou lista, opção apresentada no canto superior direito).

Já na opção *Playlists*²², Kéfera oferece no canal, sugestões de conjuntos de vídeos que podem ser assistidos em sequência, sem precisar recorrer à barra de pesquisa para digitar o nome de alguma publicação. E em *Canais*²³, o usuário é direcionado pela plataforma à seção de canais em destaque, que possuem ligação com a conta/página acessada.

²¹ https://www.youtube.com/user/5incominutos/videos?view=0&flow=grid&sort=dd&live_view=500. Acessado em 04 de outubro de 2016

²² <https://www.youtube.com/user/5incominutos/playlists>. Acessado em 04 de outubro de 2016

²³ <https://www.youtube.com/user/5incominutos/channels>. Acessado em 04 de outubro de 2016

Na opção *Discussão*²⁴, o usuário encontra comentários feitos por outros internautas e tem a opção de deixar seu próprio comentário na página. E finalmente na opção *Sobre*, o usuário encontra informações acerca da conta/ página em que se encontra.

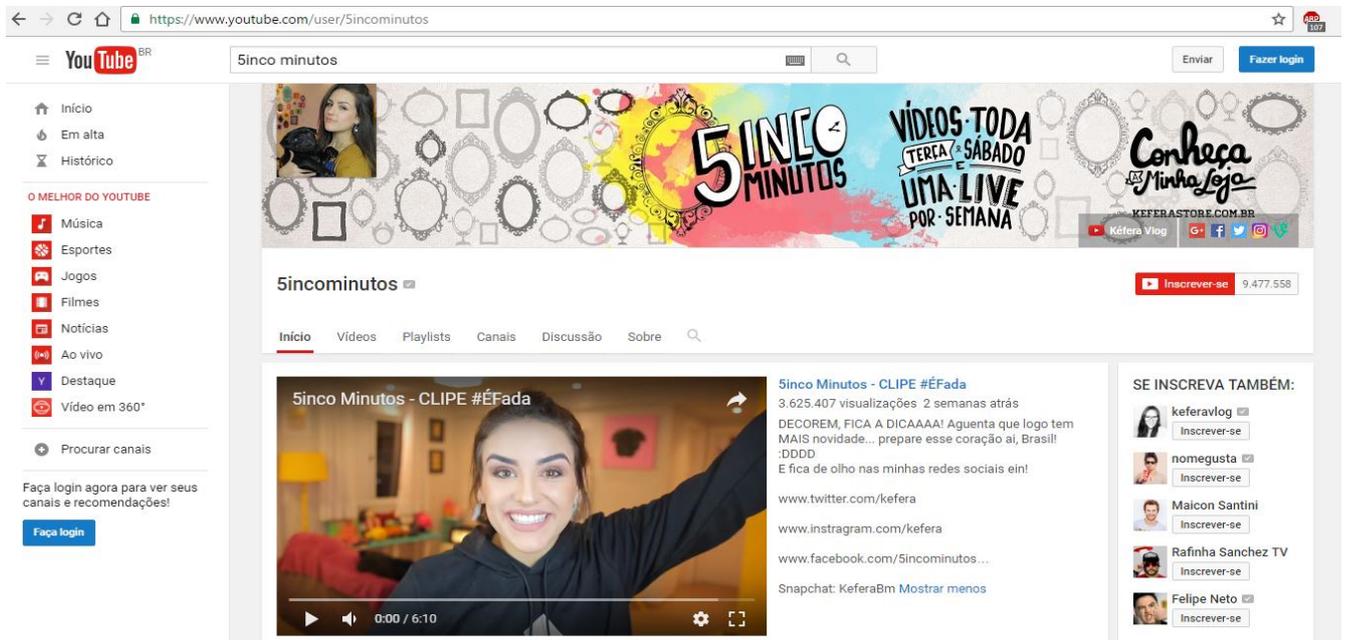


Figura 5- A plataforma oferece na seção *Início* sugestões de diferentes vídeos por classificações, além da apresentação de canais relacionados (à direita) (Reprodução)

Além dos vídeos que se caracterizam pela seleção e apresentação de um tema qualquer e que eventualmente podem contar com alguma participação (seja de amigos, namorado ou da mãe da youtuber), no *5inco Minutos* também há outras categorias de conteúdos. São elas: *Kéfera Responde*, *Live*, *Esquetes*, *Kéfera Viaja*, *Minha vida de atriz* e *Paródias*.

A respeito da categoria *Kéfera Responde*²⁵, esta se caracteriza como publicações onde a youtuber aparece respondendo perguntas de seus seguidores (Figura 6). Os fãs enviam perguntas através de um e-mail e estas selecionadas e apresentadas por Kéfera (apresentadas apenas nos vídeos).

Através das *Lives*, os youtubers realizam transmissões ao vivo e os internautas têm a chance de enviar perguntas simultaneamente (Figura 7). Nestes casos, a momento em que as transmissões serão realizadas é comunicado antecipadamente, para que o internauta se programe e consiga acompanhar as transmissões. Geralmente, as *lives* possuem grande tempo de duração, podendo chegar e ultrapassar uma hora de transmissão.

²⁴ <https://www.youtube.com/user/5incominutos/discussion>. Acessado em 04 de outubro de 2016.

²⁵ Exemplo de *Kéfera Responde*: <https://www.youtube.com/watch?v=VzdIqKuAT-g>
Kéfera Responde #06, publicado em 07 de março de 2015

A categoria *Esquetes*, corresponde às publicações no qual são encontradas representações/ encenações de situações do cotidiano. No exemplo da *Figura 8*²⁶, Kéfera realiza uma esquete, na qual critica com humor, situações que acontecem durante aniversários.

Através do *Kéfera Viaja*, a youtuber relata no canal, por meio de um ou mais vídeos, passeios realizados com familiares e o namorado (*Figura 9*). No *Minha vida de atriz*²⁷, os fãs e seguidores da youtuber podem acompanhar como foi a realização de espetáculos promovidos por Kéfera em várias cidades brasileiras (*Figura 10*). Nos vídeos da categoria, também são apresentados momentos dos bastidores. E por fim, por meio das *Paródias*, Kéfera difunde com bom humor, adaptações a músicas de sucesso em determinadas épocas (*Figura 11*). Exemplo forte de produção é a paródia de *Bang*²⁸, música interpretada pela cantora Anitta. A paródia foi publicada em 2015 e já ultrapassou trinta e sete milhões de visualizações.

Figura 6 – Exemplo de Kéfera Responde, publicado em 7 de março de 2015 (Reprodução)



Figura 7 – Live do dia 09 de julho de 2015 com participação de Gustavo Stockler, namorado de Kéfera (Reprodução)



Figura 8 – Esquete sobre situações constrangedoras que acontecem em aniversários (Reprodução)

²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=pH3xbjfuEGo>. Publicado em 23 de janeiro de 2012.

²⁷ Exemplo de vídeo da categoria em https://www.youtube.com/watch?v=VR_s48CreVk.

²⁸ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=63WnVWala1k>



Figura 9 – Kéfera Viaja Los Angeles (Parte 3), publicado em 7 de julho de 2016 (Reprodução)

Figura 10 – Espetáculo realizado em Curitiba, cidade natal da youtuber (Reprodução)

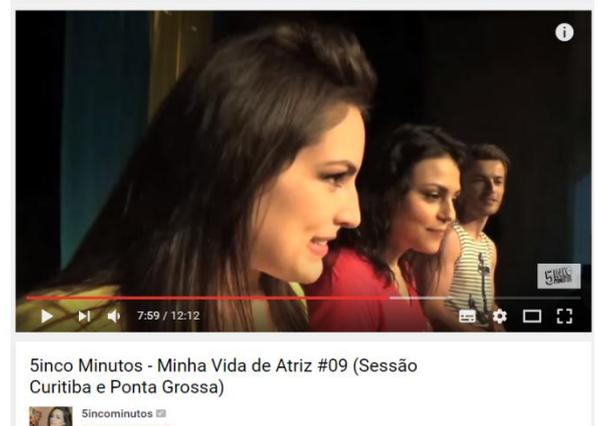


Figura 11 – Paródia de sucesso Bang, foi publicada em novembro 24 de novembro de 2015 (Reprodução)

No próximo capítulo, o objetivo é analisar os valores sociais e a forma como eles são promovidos por Kéfera no canal, através de publicações da categoria *vídeos/vlogs*. A escolha desta categoria se deve a opção de trabalhar apenas com vídeos marcados pela exposição de algum tema do cotidiano e no qual a youtuber emite juízos de valor. Portanto, na amostra serão incluídos os vídeos onde há apresentação, discussão e opiniões de assuntos escolhidos por Kéfera.

2.2 O passo a passo da pesquisa exploratória

A parte teórica foi fundamentada por referências que ajudaram a compreender as diretrizes da pesquisa e abriu espaço para o desenvolvimento da etapa seguinte. Antes de entrar propriamente na parte de analítica, traço a seguir a metodologia utilizada durante a análise exploratória, dividida em duas partes: quantitativa, que compreende a coleta e a classificação/ organização de dados e, qualitativa, referente às interpretações dos mesmos.

A começarmos pelo processo de estudo quantitativo, podemos separá-lo em duas principais etapas: coleta e classificação. Este último também considerado como etapa de organização, se refere ao processo após a seleção de conteúdos (escolha dos vídeos). Quanto à coleta de dados, definiu-se uma amostra composta por quarenta e três vídeos publicados no ano de 2015, onde foram escolhidas apenas produções da categoria *vídeos/vlogs*.

Sobre a escolha deste período de tempo, os critérios foram à eleição de Kéfera como youtuber do referido ano e o fato do canal ter completado cinco anos de existência. Também em 2015, o *5inco Minutos* já tinha expressiva visibilidade, alcançando no mês de seu aniversário, a marca de cinco milhões de inscritos.

A decisão quanto à categoria foi definida pela escolha de trabalhar apenas com publicações na qual Kéfera Buchmann disserta sobre diferentes temas e emite juízos de valor quanto aos assuntos abordados. Estes circundam questões do cotidiano, como amizades, relacionamentos afetivos e situações vivenciadas por ela, amigos e por sua mãe.

Apenas vídeos que correspondem a esse modelo foram incluídos na amostra, pois os *vlogs* são publicados com maior frequência (geralmente duas vezes por semana) em comparação aos vídeos das outras categorias. Ademais, a emissão de opiniões corresponde a um meio de se extrair valores, o que constitui uma análise dos enunciados.

Inicialmente na etapa da coleta, foi utilizada a filtragem de conteúdos, para ter acesso somente aos vídeos publicados no ano de 2015. Para isso, utilizou-se a opção de pesquisa dentro da plataforma, representado pelo ícone da lupa. Já nesta fase, foram sendo selecionados apenas os vídeos que correspondessem à categoria desejada. Após a seleção do material, iniciou-se a etapa de classificação.

Para facilitar a organização do conteúdo da amostra, primeiramente foi definida a ordem de publicação dos vídeos, selecionados entre os meses de janeiro e dezembro. Esta ação contribuiria para melhor visualização dos dados e definição do número de vídeos publicados em cada mês.

Em seguida, foi confeccionada uma tabela²⁹ com o nome e link de todos os produtos selecionados, além das seguintes divisões: dados referentes à data de cada postagem; o número de visualizações até o momento de finalização da tabela³⁰; número de avaliações positivas (“Gostei”); número de avaliações negativas (“Não gostei”) e os valores sociais promovidos pela youtuber.

Ainda na etapa de classificação e organização, os dados quantificados na tabela foram transformados em gráficos para ajudar na compreensão das análises. Dessa forma, foram criados gráficos para identificar a referência do número de vídeos publicados em cada mês, a porcentagem de valores sociais encontrados e a relação dos vídeos por temáticas. Também foi elaborada uma segunda tabela, no qual consta a recorrência dos temas durante os meses de 2015.

Quanto aos valores promovidos, estes foram identificados na etapa de visualização dos vídeos e serão discutidos na etapa de análise exploratória qualitativa, onde é indicada a apresentação dos mesmos no *5inco Minutos*. Nesta etapa, considerada de interpretação dos dados, não será trazida para a discussão todos os vídeos da amostra. Os resultados serão apresentados de acordo com uma seleção de parte das produções analisadas, ou seja, através de fragmentos da amostra que melhor ajudam a compreender as conclusões obtidas.

O método escolhido para discussão dos resultados foi o de, a partir de definições instrumentais, dissertar sobre o modo como Kéfera trabalha e apresenta os valores mais recorrentes nas publicações. A partir desses caminhos, apresento no próximo capítulo percepções a respeito dos *vlogs* e da ideia inicial de destacar valores difusos.

Acontece que após análises, percebeu-se que há contradições na promoção e cumprimento de valores por parte da própria personagem, o que suscitou o interesse pelo estudo de caso. Optou-se assim, por trazer em seguida à descrição de um vídeo, no qual é possível discorrer sobre esse choque de valores dentro de uma única publicação.

²⁹ Ver Tabela 1 em anexo.

³⁰ Finalização em 30 de setembro de 2016.

Capítulo 3 - A promoção de valores no *5inco Minutos*

Neste capítulo, serão apresentadas e discutidas as análises e resultados da pesquisa, de forma quantitativa e qualitativa, respectivamente. A amostra escolhida para o presente trabalho corresponde ao número de quarenta e cinco vídeos publicados no ano de 2015. Como explícito no capítulo anterior, após a seleção das publicações foi produzida uma tabela que agregasse os dados mais relevantes da amostra. Dados estes que foram traduzidos em gráficos e serão apresentados a seguir.

3.1 Análise quantitativa: amostra e dados

Esta etapa de análise é representada principalmente pela confecção de uma tabela e de gráficos que se apresentam como uma compilação dos resultados da análise quantitativa e abrem espaço para conclusões acerca da parte de análise em nível exploratório qualitativo.

A *Tabela 1*³¹ é composta pelos seguintes dados, que serão quantificados a seguir:

1. Nome dos vídeos
2. Data da publicação
3. Número de visualizações
4. “Gostei” (Avaliações positivas)
5. “Não gostei” (Avaliações negativas)
6. Valores promovidos em cada publicação

Do total de vídeos da amostra e em uma perspectiva de análise do número de publicações em cada mês (entre janeiro e dezembro) de 2015, temos a seguinte referência apresentada no *Gráfico 1*.

Temos que os meses de junho, setembro e dezembro são os que quantificam maior número de publicações (cinco em cada mês). Janeiro e maio correspondem aos meses com menor número de vídeos postados (apenas dois em cada mês). Percebe-se através da análise do gráfico que na categoria analisada *vídeos/vlogs*, Kéfera manteve a frequência de quatro publicações em cinco meses (alternados), sendo eles fevereiro, março, junho, agosto e outubro.

³¹ Ver tabela em anexo. Dados quantificados até 30 de setembro de 2016.

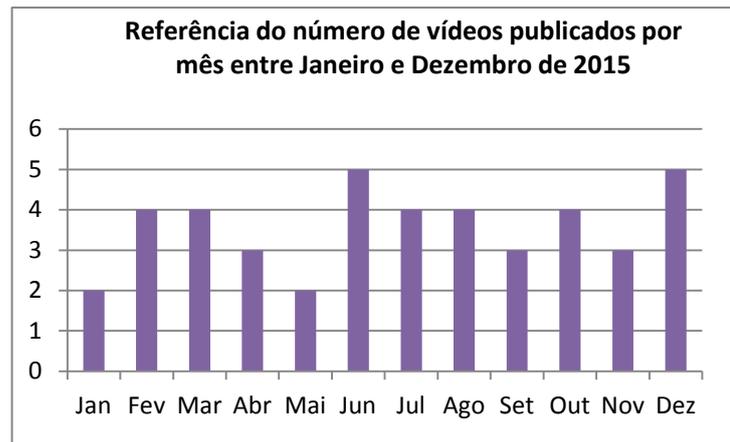


Gráfico 1 – Referência do número de vídeos publicados por mês em 2015

Quanto ao número de visualizações, temos um ranking de quatro vídeos mais assistidos³², que são eles:

1º *O que as mulheres pensam enquanto se maquam* - 8.997.652 visualizações;

2º *Minha primeira vez* - 8.064.472 visualizações;

3º *Briga em rede social* - 7.211.913 visualizações;

4º *50 fatos sobre mim* – 6.686.448 visualizações.

Os vídeos intitulados *Meu primeiro livro* e *Eu falo pra caral...!* foram os que apresentaram menos visualizações, 1.808.892 e 1.9024.890, respectivamente. A partir desses dados, podemos levantar algumas interpretações. A respeito do ranking, nota-se que além do tema feminilidade, o de sexualidade, o de brigas e a vida da própria youtuber são os assuntos de maior interesse dos internautas.

Uma hipótese é o fato de alguns temas, como sexualidade e brigas, serem polêmicos e gerarem mais discussão entre os usuários (seguidores ou não), o que leva os vídeos relacionados a obterem um maior número de visualizações. No topo do ranking, encontramos um vídeo que traz a simulação de uma situação recorrente na vida do público feminino. Contudo, a publicação também pode ser de interesse dos homens, como a própria Kéfera afirma durante a filmagem.

Em outra linha de raciocínio podemos dizer que o vídeo possa ter ganhado repercussão, por abordar uma situação que é comum e frequente na vida das internautas, e assim, despertaria a atenção desse público, que pode vir a se identificar com a situação representada. Já o tema cinquenta fatos sobre mim, chama a atenção dos fãs e seguidores que buscam sempre saber mais informações a respeito do ídolo.

³² Parâmetro do menor ao maior número de visualizações: 1.808.892 a 8.997.112.

Quanto aos vídeos menos visualizados, o *Meu primeiro livro* se configura mais como um vídeo promocional de um produto e não se restringe a discussão de um tema comum como nas demais publicações. Sobre o *Eu falo pra caral...!*, uma interpretação passível de ser feita é de que já pelo título, pressupõe-se ser uma publicação com conteúdo voltado apenas para a discussão de uma característica da personagem. Ao contrário do vídeo *50 fatos sobre mim*, a discussão de somente uma característica não conquista um público grande.

Partindo para os dados das avaliações, verificou-se que em todas as publicações analisadas, o número de avaliações positivas superou expressivamente o número de avaliações negativas. No entanto, é comum encontrar no YouTube publicações que apresentam esse mesmo modelo de resultado, pois geralmente as avaliações positivas são sempre maiores.

Sobre as avaliações dos vídeos do ranking, em *O que as mulheres pensam enquanto se maquiavam* o número de avaliações positivas foi de 569.547, enquanto o de avaliações negativas foi de apenas 10.686. No *Minha primeira vez*, foram quantificadas 441.654 “gostei” e 16.661 “não gostei”. Em *Briga em rede social*, contabilizou-se 407.130 avaliações positivas contra 7.019 negativas. Já em *50 fatos sobre mim*, somam-se 348.813 “gostei” e apenas 4.719 “não gostei”.

Para analisar os valores sociais promovidos por Kéfera, é válido realizar um levantamento a respeito dos temas encontrados na amostra. Isto, pois, supõe-se que ao escolher os temas, a youtuber já deixa evidente qual o tipo de assunto que lhe interessa e que é de seu domínio. Através da análise das temáticas, pode ser possível compreender gostos e comportamentos, que definem a personalidade e a imagem de um indivíduo, além de facilitar a compreensão dos valores que ele promove.

Quanto aos assuntos encontrados nos vídeos de 2015, podemos dividir a amostra nas seguintes temáticas: relacionamentos afetivos (amorosos), amizade, questões ligadas à feminilidade, temas sobre características ou personalidades e relatos de experiências (inclui autobiografias). Com relação ao número de vídeos ligados a cada tema, temos a referência do *Gráfico 2*, quanto à recorrência das temáticas durante o ano, observa-se a *Tabela 2*.



Gráfico 2 – Relação dos vídeos por temáticas (em números)

Temáticas / Meses	Relacionamentos Afetivos (amorosos)	Amizade	Questões ligadas à feminilidade	Questões ligadas a características ou personalidades	Relatos de experiências
Janeiro	X				X
Fevereiro	X				X
	X				X
Março	X		X		X
	X				X
Abril	X	X		X	
Maió	X				X
Junho	X		X	X	X
	X				
Julho		X			X
		X			X
Agosto		X			X
		X			X
Setembro			X	X	X
Outubro				X	
				X	
				X	
				X	
Novembro		X			X
		X			
Dezembro	X		X	X	X
					X

Tabela 2 – Recorrência das temáticas durante o ano de 2015

A partir do gráfico e da tabela, é possível realizar algumas inferências. Primeiramente, observa-se que o relato de experiências permeiam vídeos na maioria dos meses de 2015, sendo recorrente nos meses fevereiro, março, julho, agosto e dezembro. A aparição de narrativas de vida abre espaço para interpretações advindas da análise do discurso.

Estudos a respeito das análises discursivas se atentam para as autobiografias ou memórias, a fim de identificar estratégias de persuasão promovida pelos sujeitos comunicantes. Nos vídeos do *5inco Minutos*, são utilizados relatos pessoais como forma, não apenas de ilustração de assuntos escolhidos, mas também de atração do público.

Em segundo lugar, temos o destaque de vídeos ligados a questões de relacionamentos afetivos, encontrados em sete meses do ano. A hipótese que podemos levantar é referente à ideia de que são priorizados temas ou modelos de vídeos que conquistam e atendem mais o público. Portanto, uma compreensão passível é que vídeos no qual Kéfera relata situações envolvendo relacionamentos amorosos (principalmente experiências próprias) são os que mais interessam os internautas. Um público que anseia por informações a respeito da vida da youtuber e pela discussão de assuntos envolvendo a tema amor.

Quanto aos valores identificados nos vídeos, alguns deles são: sinceridade, boa índole e caráter, feminilidade e respeito ao próximo. Há de se considerar que os valores não aparecem em um único vídeo, mas são recorrentes nas publicações, a exemplo da sinceridade e da autenticidade, que estão presente na maioria do conteúdo analisado.

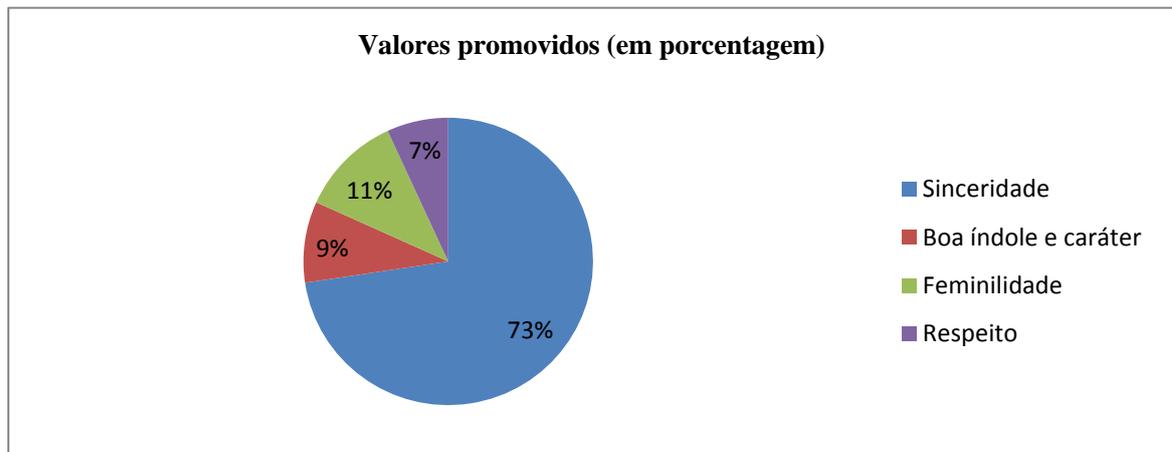


Gráfico 3 – Valores identificados nos vídeos (em porcentagem)

A partir desses dados transformados em tabelas e gráficos, podemos fazer algumas inferências, como explícito na próxima etapa. Na análise exploratória qualitativa será feito um balanço dos resultados obtidos, com o objetivo de compreender os valores promovidos por Kéfera, através do modo de conduta da youtuber no *5inco Minutos*.

3.2 Análise exploratória qualitativa: um balanço de resultados

Nesta etapa da pesquisa, concentramos as considerações a respeito do objeto e das análises passíveis de serem feitas. Para início de discussão, tomemos como ponto de partida percepções a respeito das temáticas encontradas na amostra e a justificativa quanto à escolha de trabalhar com estes dados.

Considera-se aqui a seleção de temas como um caminho de análise do objeto, pois a partir da identificação das temáticas e da verificação daquelas mais recorrentes, temos indícios de características desse objeto analisado. Considero como ponto de partida a escolha dos assuntos que podem dizer algo a respeito de Kéfera e mesmo, do próprio público, que demanda conteúdos.

Identificou-se na etapa quantitativa a predominância de temas relacionados ao cotidiano e a seguinte divisão: vídeos sobre relacionamentos afetivos (amorosos), sobre amizade, questões ligadas à feminilidade, publicações com temas relacionados a personalidades e sobre relatos de experiências (inclui autobiografias da youtuber).

Quanto aos dados acima, podemos inferir, primeiramente, que estes assuntos trazidos por Kéfera, no limite de tempo recortado para amostra, fazem parte da rotina, do dia a dia da youtuber. Em segundo lugar, podem ser considerados por ela como prioridades em detrimento de outros temas de seu cotidiano, a exemplo de situações da carreira de atriz³³.

Uma terceira interpretação é de que os assuntos merecem estar no canal, pois a vlogueira os julga como de interesse dos internautas. Como levantado no capítulo um, o público além de consumir, demanda conteúdos. Logo, a partir do momento em que se percebe uma grande repercussão de um tema, maiores as chances de haver repetições de vídeos relacionados às temáticas.

O tema feminilidade, por exemplo, é um dos recorrentes e podemos levantar a hipótese de que a youtuber gosta de abordar assuntos do público feminino, devido à identificação com o tema e por considerar a grande quantidade de seguidoras em seu canal. Outro ponto que destaque é a facilidade de encontrar valores em vídeos com temáticas recorrentes e assim ter mais exemplos da imagem que Kéfera transmite.

Analisemos os vídeos com relatos de experiência e autobiografias. Primeiramente, é importante lembrar um conceito trazido no primeiro capítulo do trabalho: o de subjetividade. Entende-se, através de definições instrumentais e filosóficas, que o conceito serve para

³³ Na amostra não há discussão de temas ligados à carreira de Kéfera como atriz.

compreender o espaço entre a representação de um indivíduo e a sua interação com o mundo. Desse modo, a subjetividade aponta para os valores agregados à vida de uma pessoa, a partir das experiências com o mundo externo.

O termo apontado por Costa (2009) está ligado à prática de videografias, que se constituem como uma espécie de diário, no qual são expostas situações íntimas ou não. A construção dessa subjetividade pode ocorrer nos *vlogs*, segundo Dornelles (2015) através da exposição e comercialização de experiências pessoais nos canais (DORNELLES, 2015, p. 8). Sendo assim, no *5inco Minutos*, junto à discussão dos assuntos, Kéfera expõe experiências próprias, que ajudam a ilustrar situações abordadas e também, a disseminar valores. Valores estes que vêm de processos sócio históricos.

Apondo brevemente exemplos de vídeos da amostra para ilustrar as temáticas em destaque. Começando pelo tema relacionamentos afetivos (amorosos), o encontramos em *Flertes ruins, 10 mandamentos para conquistar uma mulher, Amor dolorido* e em *É possível vencer a friendzone?*. Na última publicação, Kéfera apresenta situações para descrever a relação amizade *versus* relacionamento e dá conselhos a pessoas que desejam ter um (a) amigo (a) como namorado (a).

Assuntos relacionados a amizades podem ser identificados, por exemplo, em *Depender dos outros* e em *Identificando falsianes ft. Zeiva*. Neste último vídeo, Kéfera e sua mãe aparecem para discutir, de forma descontraída, sobre pessoas falsas que passam pela vida.

Questões ligadas à feminilidade ou assuntos que possuem maior interesse por parte das mulheres são percebidas nos vídeos intitulados *O que as mulheres pensam enquanto se maquam, Crateras na bunda* e *As vantagens de ser mulher*. Sobre o conteúdo do último vídeo, vemos a youtuber debater sobre comportamentos, além de vantagens e desvantagens percebidas por ela, de ser homem ou mulher.

Quando trata de características ou tipos de personalidades, Kéfera traz ao público questões com as quais se identifica e descreve suas atitudes. Exemplos de vídeos que trazem a temática são: *Eu falo pra caral...!*, *O último capítulo de uma novela* e *Eu odeio fazer conta!*. Neste último, a youtuber assume ser ruim com cálculos e exemplifica seus dizeres relatando situações vividas.

Como mencionado na seção anterior, encontramos os seguintes valores mais recorrentes: sinceridade, boa índole e caráter, feminilidade e o respeito ao próximo. Identifico

cada um separadamente, apresentando de início, definições instrumentais para nortear o surgimento dos valores em recortes da amostra³⁴.

3.2.1 O valor sinceridade sob a visão da consciência de ações

O valor sinceridade, no qual se preza a expressão da verdade e a honestidade sobre fatos, ações e personalidades, foi o mais identificado na amostra delimitada. Dos quarenta e três vídeos, em trinta e dois conseguimos perceber este valor ao analisar as falas de Kéfera Buchmann, como será apresentado a seguir.

Dentre as publicações estudadas, encontra-se a discussão de alguns temas que provocam e suscitam o interesse dos internautas, por serem polêmicos. Os temas em questão estão relacionados, por exemplo, a discussão de formas de conduta, tanto dentro, quanto fora da internet. No âmbito do mundo virtual e das redes sociais, em específico, um grande exemplo é o vídeo intitulado *Briga em rede social*, publicado em 25 de agosto de 2015.

A publicação se classifica como terceiro vídeo mais visualizado no conjunto da amostra e nela, Kéfera expressa sua revolta com atitudes de internautas que criam discórdia em comentários feitos em diferentes redes sociais (como *Facebook* e *Instagram*). A youtuber expressa sua opinião contrária à atitude dessas pessoas que, segundo ela, dispersam “ódio gratuito” na internet.

A sinceridade é identificada em alguns trechos do vídeo e um exemplo é quando Kéfera aponta razões para a dispersão desse ódio gratuito pelos internautas, como percebido no trecho transcrito a seguir:

Por que é que vocês brigam tanto em rede social gente? Tudo é motivo pra treta. Vou dar alguns exemplos e você vai me entender melhor. O primeiro motivo: inveja. Nossa queridinha, tá falando que você é maravilhosa, que as pessoas te invejam? (ironia) Tô citando um exemplo, antes que venham encher o saco nos comentários aqui³⁵.

A partir dessa afirmação, a vlogueira “confronta” os internautas que apenas brigam nas redes sociais, por diversos motivos, dentre eles a inveja, um sentimento negativo. Percebemos assim, que a youtuber tenta não deixar dúvidas aos internautas quanto ao fato de que não se vê como uma digna de ser invejada, estando apenas exemplificando. Também, Kéfera induz que

³⁴ Na análise serão considerados apenas fragmentos do conjunto de vídeos escolhidos.

³⁵ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=wMy9EEhSGVU>

os internautas (principalmente os que causam conflitos) sejam sinceros em assumir que a inveja é dos motivos responsáveis por brigas nas redes sociais.

Outro trecho no qual identificamos a sinceridade é o explícito abaixo, no qual Kéfera apresenta seu ponto de vista a respeito da exposição de opinião alheia e diz como reage às críticas:

O pessoal lá no Facebook, eles existem pra reclamar, pra te criticar, e para querer ‘expor’ a opinião deles o tempo todo. Só que essa coisa de ‘expor a opinião’ às vezes passa do limite e vai para a maldade. [...] Às vezes as pessoas vão lá e comentam alguma coisa de pejorativo pra mim, sabe. Eu ignoro, sinceramente, porque cá entre nós eu tô há cinco anos no YouTube, se eu ainda tivesse dando bola pra críticas, eu teria deletado meu canal no primeiro ano ou então nos primeiros três meses.

Com isso, percebemos o interesse da jovem em defender-se de críticas, afirmando que vem resistindo a elas. Mais uma vez, a youtuber faz com que o internauta se questione a respeito do modo como expõe suas opiniões, tentando o convencer de que podem ultrapassar limites e ferir verbalmente o outro, com comentários maldosos.

Para trabalhar esta ideia, Kéfera discorre durante o vídeo sobre situações que lhe aconteceram e que geraram conflitos e revoltas. Um modo encontrado de ilustrar o que se pensa a respeito do assunto e também uma forma de justificar fatos e ações às pessoas que causaram brigas nas redes sociais.

Ainda relacionado à questão de modos de conduta dentro da web, o vídeo intitulado *Indiretas na internet*³⁶, publicado em 16 de junho de 2015, é caracterizado pela discussão quanto à prática de postagem de indiretas nas redes. Nele, Kéfera afirma que já publicou indiretas em rede social, mas discute a não necessidade de tal ato (tanto por ela quanto por outras pessoas).

A sinceridade, neste caso, é identificada nas falas da youtuber ao defender a não publicação de indiretas na internet e ao considerar a ação imatura, admitindo ser algo que não vale a pena (reflexão tomada após experiências vividas). Essa sinceridade é percebida através dos trechos “Por mais infantil, imaturo [...] que isso seja, todo mundo aqui já mandou indiretas em redes sociais. A menos que você tenha 90 anos e esteja numa UTI sem wi-fi” e “Essa coisa de indireta ela é tão imatura, tão idiota e sem sentido, que geralmente quem recebe a indireta fica puto, a ponto de pensar ‘por que que essa idiota está fazendo isso?’”.

Gostaria de nesse caso, em específico, ressaltar a sinceridade de Kéfera ao se incluir no problema, já que não apenas oprime quem realiza tal prática, mas assume ter postado

³⁶ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=N1ukKmzdw4>

indiretas em momentos da vida. As afirmações transcritas demonstram que a vlogueira quer repassar que seus seguidores devam ser sinceros e, concordar que a publicação de indiretas na internet é uma atitude imatura e idiota, portanto é algo errado que deve ser evitado.

Os dois exemplos citados acima diferem de vídeos como o *Minha primeira vez*³⁷, no que a tange a discussão de modos de conduta, pois nele Kéfera aborda a discussão de comportamentos fora da internet. Na referida publicação³⁸, de 5 de maio de 2015, também encontramos a promoção do valor sinceridade.

Kéfera repassa aos seguidores e demais internautas seus conhecimentos e conselhos a respeito do assunto “perda da virgindade”, considerado muitas vezes, polêmicos de se abordar. A personagem assume não ter idade para dar muitos conselhos ou mesmo não ter filhos ainda e, quando afirma que suas falas no vídeo não são únicas e absolutas, está dando espaço para mais interpretações por parte dos internautas.

Infelizmente, hoje em dia sexo é um tabu pra muita gente, principalmente para os pais. [...] E se tiver algum pai ou alguma mãe assistindo agora, calma gente! Eu sei que eu sou nova e que só tenho vinte e dois anos. Então, teoricamente eu não posso falar muito, pois eu não tive filhos ainda [...].

Eu prefiro que vocês ouçam o que eu tenho a dizer e a minha opinião, do que vocês saírem por aí ouvindo coisas aleatórias, informações às vezes muito errôneas e, que podem até mesmo, muitas vezes prejudicar você. Lembrando que o que eu vou dizer nesse vídeo não é uma verdade absoluta. O que eu penso você tem o direito de concordar ou de discordar e você pode usar os comentários aqui em baixo para fazer isso.

A partir dos comentários transcritos percebemos o intuito de Kéfera em afirmar uma verdade: de que sexualidade é um tema polêmico, que precisa deixar de ser um tabu e se tornar dialogável. Através dos trechos, nota-se a preocupação da jovem com o fato de existir pessoas que proliferam informações sobre sexualidade de forma prejudicial, principalmente às crianças e adolescentes. Interpretações possíveis são de que estas pessoas omitem informações importantes ou mesmo as subvertem para tentar manipular quem as escutam.

Em síntese, podemos afirmar que no caso da promoção do valor sinceridade, nos casos relatados, Kéfera corrobora alguns ideais que encontramos na sociedade. Ao apoiar que pessoas evitem o início de brigas nas redes sociais, a youtuber está também promovendo a não dispersão de ofensas, do desrespeito, e da humilhação ao próximo, caracterizada como uma forma de violência verbal.

³⁷ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=29j6TKzo4yc>

³⁸ A descrição do referido vídeo será apresentada posteriormente, onde se discute o valor altruísmo.

E quando trata do tema sexualidade, Kéfera está incentivando ao diálogo, tentando difundir a discussão do assunto, tanto entre ela e o público, este tema.

3.2.2 Feminilidade: defesa de comportamentos e concepções

Destaco a questão da feminilidade na amostra, por encontrar nos estudos da pesquisa, temas em que o quanto entre os próprios internautas, seja dentro ou fora da internet. Diálogo que ela própria está considerando necessário de se ter, para ajudar quem tem dificuldades, dúvidas ou mesmo curiosidades sobre

objeto volta sua discussão, principalmente para o público feminino, defendendo algumas atitudes ou comportamentos. Em vídeos como *O que as mulheres pensam enquanto se maquam* e *As vantagens de ser mulher*, Kéfera discorre de forma humorada e descontraída, sobre assuntos do universo das mulheres. Assuntos que segundo ela, também podem ajudar os homens a entender este universo.

Na publicação de 30 de junho de 2015, *O que as mulheres pensam enquanto se maquam*³⁹, Kéfera cria uma situação em que está se maquiando para sair e descreve como as mulheres agem. Logo no início do vídeo, a youtuber já deixa um recado também para os homens, o que exemplifica o exposto acima:

Esse vídeo aqui é só para mostrar o quão louca a gente consegue ser, além do que vocês já sabem. As mulheres que assistirem a esse vídeo vão se identificar cem por cento e os homens, não fechem esse vídeo, porque eu sei que o título tem a ver com maquiagem... Porque esse vídeo aqui vai ser muito bom para você começar a entender a sua namorada, ou sua esposa, a sua mulher, a sua ficante, a sua foda-se. Você vai começar a entender o que é que a gente passa, o que é que a gente sente, o que é que a gente pensa, nesse momento tão delicado para a gente.

Através do vídeo, Kéfera tenta reproduzir um comportamento e ao mesmo tempo, tenta desmitificar discussões acerca da situação. Em outras palavras, quando a vlogueira diz que os homens vão passar a entender o que acontece quando as mulheres se maquam, podemos inferir que há desconhecimento sobre o funcionamento do processo de se maquiar por parte desse público masculino, o que pode gerar dúvidas ou desentendimentos com as mulheres.

Sendo assim, com a publicação, a youtuber busca trazer a representação de um processo comum na vida de muitas meninas ou mulheres, e tenta mostrar aos homens

³⁹ Link: https://www.youtube.com/watch?v=xL-53F_cOYs

pensamentos e ações que de fato acontecem e podem ser contrários ao que passa pelo imaginário de cada um.

Em *As vantagens de ser mulher!*⁴⁰, publicado em 21 de dezembro de 2015, Kéfera expressa seus pontos de vista a respeito das vantagens e também desvantagens percebidas por ela entre ser homem ou mulher. Percebemos que a youtuber, para expor suas opiniões, utiliza expressões carregadas de ironia como “Eu preferiria ser homem. Eu acho um saco ser mulher! Toda essa porra de passar reboco na cara, de ajeitar o cabelinho e tal [...]” e “Porque quando a mulher quer ficar diferente, quando ela quer ficar sensual, quando ela quer chegar matadora nos lugares, que que ela faz, ela passa um reboco na cara, se entope de argamassa e vai e arrasa. Aí, ela se emperiquita toda e aí tá linda!”.

A youtuber traz críticas ao uso de roupas, maquiagens, sapatos e penteados de modo irônico, sem medo de assumir preferências e apontar aquilo que acha de mau gosto. Além do mais, Kéfera tenta interagir com público, pedindo sugestões e opiniões a respeito do tema nos comentários do vídeo.

A própria escolha do título já induz que Kéfera tenta atrair principalmente o público feminino e assim, percebemos que a youtuber tenta o convencer de que, apesar das desvantagens, há pontos positivos em ser mulher e que devem ser considerados. Dois dos pontos destacados é a facilidade em mudar a aparência e as diversas possibilidades de realizar isso, algo que para os homens não se aplica da mesma forma.



Figura 12 – Exemplo de crítica feita pela youtuber aos homens (Reprodução)

⁴⁰ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=9z0bPdqtSZ8>

Em 11 de agosto de 2015, foi publicado no canal o vídeo *Mulher x Liquidação*⁴¹, no qual a youtuber comenta a atração feminina por produtos com baixo preço. As situações descritas pela youtuber para ilustrar esta atração feminina se configuram como expressão de uma feminilidade que defende o consumismo.



Figura 13 – Exemplo do consumismo defendido por Kéfera a respeito de liquidações (Reprodução)

Na ilustração acima, Kéfera faz a seguinte afirmação: “Quando uma mulher vê alguma coisa barata pra comprar, tem duas partes do cérebro dela que ativam que é vâmo comprar, e é muito”. Este trecho se traduz como uma explicação apontada pela youtuber para sustentar a defesa do comportamento feminino de gastar muito dinheiro, até mesmo com coisas que são desnecessárias, ou seja, que a mulher não precise no momento.

No vídeo intitulado *Crateras na bunda*⁴², postado em 8 de setembro de 2015, a vlogueira traz a tona a seguinte atitude feminina: o de querer buscar algum defeito no corpo. A partir dessa questão, Kéfera discursa sobre estética, defendendo a ideia de que embora as mulheres cuidem do corpo, é normal sofrer com problemas a exemplo das celulites. Com isso, ela repassa às mulheres a ideia de aceitação do próprio corpo.

“Celulite queridinha, desculpe te informar, mas até a Beyonce tem”. Esta frase ilustra um exemplo em que podemos perceber a atitude de incentivo a valorização do corpo. O enunciado soa como discurso de autoestima para quem sofre com o problema estético, sendo que o objetivo da jovem é enfatizar que até a cantora Beyonce (que possui um belo corpo e busca mantê-lo assim) está sujeita a ter celulites.

⁴¹ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=esG7sMd16yo>

⁴² Link: https://www.youtube.com/watch?v=Ner_Zq4BFY0

Voltando ao vídeo *Minha primeira vez*, destaco aqui a seguinte afirmação:

Eu sou totalmente a favor da ideia de que você tem que sim, conhecer várias pessoas e se você quiser, se você se sentir bem pra isso, transar com muita gente, com certeza. Se precavendo certinho, por que não? Independente de você ser homem ou mulher. E vamos parar com a porra desse pensamento de “ai, se você é mulher e você dá pra vários, você é uma puta”. Não! Você não é uma puta, você só gosta de transar. E qualquer pessoa no mundo tem o direito de gostar muito de transar⁴³.

Com esse discurso, Kéfera transmite o apoio ao comportamento de mulheres que não se privam de ter relações sexuais com apenas um parceiro. Está sendo derrubada a ideia de que uma mulher que tem relações sexuais com mais de um homem não é necessariamente uma prostituta, mas sim, está apenas exercendo um direito. Desse modo, a youtuber defende que esse tipo de conduta e quem a pratica devem ser respeitados.

Ao tratar da feminilidade nos dois últimos exemplos, encontramos alguns choques com valores da sociedade. Primeiramente, ao apoiar o consumismo, Kéfera contraria a ideia de que as pessoas devam se preocupar com o que lhe é de fato necessário e, de que é recomendável evitar o gasto excessivo. Atitudes que colaboram para a não criação de dívidas, por exemplo.

Já em relação ao julgamento da conduta feminina quanto ao tema sexualidade, embora esteja promovendo o respeito e apoiando o comportamento, a youtuber acaba por contradizer preceitos impostos por instituições ou mesmo famílias. Ainda há pessoas que julgam a atitude relatada por Kéfera como errônea e prezam por valores como a castidade. Sendo assim, a vlogueira estaria confrontando ideais difusos por sociedades de caráter conservadoras.

3.2.3 A boa índole e o caráter

Encontramos afirmações de que sujeitos com boa índole e caráter são aqueles que cumprem valores impostos pelo meio em que vivem, sendo éticos e honestos, por exemplo. *Vlogs do Cinco Minutos* no qual encontramos a promoção dessas características são: *10 mandamentos para conquistar uma mulher*, *Depender dos outros* e *Gente chata*.

A primeira publicação, com data de 20 de março de 2015, lembra a categoria *Kéfera Responde*, exposta no capítulo anterior. Contudo, foi incluída na amostra, pois Kéfera responde a uma única pergunta e discute o assunto durante toda a filmagem. No vídeo, um

⁴³ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=29j6TKzo4yc>

internauta questiona a youtuber sobre quais seriam os dez mandamentos do amor para conquistar uma mulher e então, Kéfera apresenta atitudes que segundo ela, funcionariam em um relacionamento. “Seja muito gente boa e se ela não quiser transar com você no primeiro encontro, não force”⁴⁴. O enunciado nos permite compreender a promoção do ideal de boa índole, a partir do incentivo ao respeito de decisões do outro.

Em *Gente chata*⁴⁵, Kéfera lembra a existência de pessoas inconvenientes e a necessidade de ser paciente e educado ao interagir com estes indivíduos. Tomemos como referência as seguintes citações

[...] você tem que ficar perdendo tempo ouvindo o que elas [gente chata que falam com você] têm pra falar, por mais que aquilo não te interesse nem um por cento. E nessas horas, infelizmente não tem o que fazer, você tem simplesmente que usar aquela coisa que sua mãe te deu chamada educação [...]

Geralmente essas pessoas chatas, elas vêm fofocar sobre a vida alheia, falar de alguma tragédia, contar o problema de alguém que não te interessa, por isso que é chato. Não é que você seja cem por cento escroto e você não se importe assim em saber do bem do próximo. Não é isso que eu tô falando. Talvez seja, mas aí é um problema de índole e caráter e daí você é um escrotinho e não merecia estar vivo.

Percebemos no discurso a exemplificação do que seria uma pessoa chata, inconveniente. Também identificamos que a youtuber afirma que as pessoas devam ser educadas ao conversar com “gente chata”, além de ser necessário se preocupar com o próximo.

No vídeo *Depender dos outros*, identificamos falas da vlogueira que se configuram como sermões para pessoas que não ajudam o próximo, sujeitos considerados por ela como indivíduos de má índole e sem caráter. “[...] se você está ajudando alguém, ajude essa pessoa porque você quis. E não porque depois você vai ficar enchendo o caralho do saco cobrando de volta a ajuda, tá bom?”. Neste trecho, percebemos a realização da crítica, mencionada acima, às pessoas que ajudam o outro, esperando algo em troca, uma característica de indivíduos sem boa índole.

Todos os conselhos encontrados nesta seção sustentam morais impostas no meio em que vivemos, pois Kéfera está a favor de comportamentos corretos, julgados importantes para uma boa convivência. No caso, corrobora a ideia da pessoa ter boa índole e caráter pensando no bem o próximo, respeitando outros indivíduos e sendo solista. Sobre a estruturação

⁴⁴ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=J1UWkl9goRs>

⁴⁵ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=CN3Ong7X-4E>

escolhida, notamos como estratégia a escolha por títulos chamativos, que já geram expectativas do público quanto à posição de Kéfera a respeito dos temas.

3.2.4 O respeito ao próximo

Por respeito entendemos como demonstração do sentimento de consideração a algo ou alguém. Identificamos em vídeos como *10 mandamentos para conquistar uma mulher*, *Briga em rede social* e *Vestibular*, discursos no qual Kéfera defende o respeito às pessoas e, às escolhas feitas por elas (em específico, relacionadas ao vestibular).

No primeiro vídeo destacado, ao dar dicas de conquista, a youtuber pontua atitudes de respeito que casais devam possuir. Uma das situações de exemplo é a identificada no seguinte trecho: “[...] se ela não tiver a fim de transar com você no primeiro encontro, não force. Não seja um menino polvo, que surge mão de tudo em quanto é lado [...] Vai vendo até onde a menina te dá liberdade para passar a mão”⁴⁶. Por ele, percebemos que Kéfera diz ao público que é errado forçar a pessoa a ter relações sexuais no primeiro encontro, que não se deve ir contra a vontade do outro. Logo, os internautas não devem fazer isso para não ultrapassar limites impostos e desrespeitar escolhas do próximo.

No segundo vídeo em destaque, o ideal de respeito está implícito quando Kéfera considera o direito de opinião de demais, quanto a sua pessoa, mas pede respeito para consigo e para com outros indivíduos:

Uma coisa é a crítica, outra coisa é briga. Você agora, nesse exato momento, está assistindo o vídeo, você está com ódio de mim, porque você está em achando babaca, ok! Você está me criticando, querendo ou não, também é uma opinião sua. O problema é quando você tenta arranjar uma briga comigo, através das redes sociais e entre as pessoas que também em seguem⁴⁷.

Através do enunciado, conclui-se que a vlogueira pede que as pessoas evitem criar brigas com ela e com outros internautas, pois mesmo possuindo o direito de criticar algo, não é correto causar conflitos que possam prejudicar alguém.

Com a ajuda de um amigo, Kéfera discute em *Vestibular*, mensagens que internautas os enviaram a respeito de situações sobre a época de escolha de cursos. Tomemos como exemplo duas falas correspondentes a comentários feitos pela youtuber e por seu amigo, Maicon Santini em resposta a uma mensagem recebida: “Eu acho uma palhaçada isso da

⁴⁶ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=J1UWkI9goRs>

⁴⁷ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=wMy9EEhSGVU>

galara se desfazer de outros cursos, gente.”; “Cada área tem a sua área e não pode discriminar a área do amiguinho”⁴⁸.

A crítica feita é referente à atitude de pessoas que discriminam cursos ou capacitações e os consideram inferiores ou desnecessários. Através dos comentários, percebemos que os personagens afirmam não ser uma atitude correta, pois cada curso tem sua especificidade e atende a diferentes gostos. Portanto, Maicon e Kéfera pregam que se deve sempre respeitar a escolha de curso de uma pessoa.

No caso da difusão do respeito ao próximo, também encontramos a confirmação de valores, de atitudes positivas. Quanto às estratégias utilizadas, a youtuber trabalha seus discursos baseado na exemplificação de fatos, como no vídeo *Briga em rede social*, no qual apresenta exemplos de situações em que foi criticada e ofendida, e que se caracterizam mais como o indício de conflitos entre os ela e os internautas e, entre os próprios usuários da plataforma.

Quanto ao vídeo *Vestibular*, uma hipótese é de que a participação do amigo da vlogueira seja uma estratégia para chamar a atenção do público. Maicon Santini possui um canal homônimo no YouTube, sendo assim, há atração tanto por parte dos seguidores do canal *5inco Minutos*, quanto por parte dos inscritos no *Maicon Santini*.

É importante situar o contexto da produção do vídeo, pois a postagem data de 23 de novembro, época de ocorrência de processos seletivos de vestibular, o que fortifica a divulgação do vídeo em determinada época e não em outras. Ademais, a publicação conta com a participação direta de alguns internautas, fato que desperta o interesse dos seguidores em saber das mensagens escolhidas e dos comentários dos apresentadores.

3.3 O choque simultâneo de valores

Os valores identificados nos vídeos foram listados acima separadamente para tentar, através de fragmentos da amostra, descrever como Kéfera os trabalha e os apresenta. Contudo, percebeu-se na etapa de análise exploratória, que há vídeos em que a youtuber promove mais de um valor e pode, além de corroborá-lo, também contrariá-lo.

Sendo assim, para melhor explicar essa contradição, optou-se por agregar às análises exploratórias, uma terceira seção correspondente ao estudo de caso de um vídeo, que ilustre

⁴⁸ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=5Zo1P-aNN5o>

este choque entre promoção e cumprimento de valores. Dentre as publicações analisadas, a intitulada *Briga em rede social* apresenta o fato exposto e foi escolhida para o estudo de caso por ser uma das publicações com expressivo número de visualizações.

Ao falar sobre sinceridade, o vídeo se apresenta dentre os exemplos citados e é a partir desse valor que iniciamos o estudo de caso. A crítica feita por Kéfera gira em torno da dispersão do ódio gratuito na internet, principalmente em redes sociais. Contudo, percebemos em trechos do discurso da jovem falas contraditórias ao que se é defendido como questão principal.

No trecho transcrito a seguir identificamos uma contradição quando a youtuber aconselha a realização de comentários negativos em um site (que não se classifica como rede social) e, portanto, acaba por incitar discursos de ódio.

O que eu percebi é que não é coisa de mulherzinha esse negócio de ficar brigando em redes sociais, porque tem muito homem que também tá causando. Abre um site maravilhoso chamado *RedTube*, clica lá numas gostosas ou nos gostosos, e descasca, entendeu? Arrasa, mas para de ficar enchendo o saco dos outros ou se metendo em brigas em rede social, meu Deus do céu!

Outro ponto do vídeo em que deparamos com a contradição, é quando Kéfera, embora afirme que tem pessoas que só gostam de falar (algo que a princípio a incomoda), admite ser uma pessoa com essa personalidade e não abre espaço para julgamentos de demais:

Tem as pessoas que elas usam as redes sociais para dar a opinião delas de um jeito bacana, de um jeito legal. Tem as pessoas que querem falar só qualquer bosta, nem sabem direito, às vezes, do que tão opinando, sabe, política, qualquer coisa que seja. As pessoas só querem falar, falar, falar, falar, falar. [mudança de voz] Ai meu Deus, Kéfera e você? Você tem um canal no YouTube só falando com uma câmera. Sim! Eu sou uma dessas pessoas que só quer falar, falar, falar, falar, falar. Me deixa! Psiii Isso não tem argumento contra.

Eu sei que vai ser uma mini treta esse vídeo, porque um monte de gente vai falar: [mudança de voz] Nooossaaa! Mas a internet é isso. É liberdade de expressão. Então, eu tenho uma dica: Você pega sua liberdade de expressão, você pega alguma coisa que não gosta, você fala sua opinião em voz alta, pra você mesmo, depois você pega, abre o seu próprio cu e se enfia dentro dele. E não enche o saco dos outros. Que tal? É uma ótima dica do que você pode fazer com a sua liberdade de expressão.

Identificamos assim, que a youtuber defende a não dispersão de ódio gratuito, mas se apresenta contra a liberdade de expressão nas redes sociais, ao mesmo tempo em que corrompe o dito, pelo fato de estar expressando sua opinião no YouTube.

Você agora, nesse exato momento, está assistindo o vídeo, você está com ódio de mim, porque você está achando babaca, ok! Você está me criticando, querendo ou não, também é uma opinião sua. O problema é quando você tenta arranjar uma briga comigo, através das redes sócias e entre as pessoas que também em seguem.

O trecho acima já apresentado na pesquisa contraria o discurso da youtuber a promoção do ideal de respeito, identificado na discussão do referido valor. De certo modo, embora exija respeito nas redes sociais, a própria youtuber desrespeita os internautas ao não permitir a liberdade de expressão.

3.3.1 A transgressão de valores através da imagem

Percebemos na apresentação de Kéfera, que não há preocupação em debater os temas escolhidos com pudor. O uso recorrente de palavrões e a realização de gestos obscenos permeiam a maioria das produções analisadas na pesquisa. A youtuber aparece nas filmagens corrompendo o ideal de “boa moça”, ao expor conteúdos sem se importar com o uso de vocabulários impróprios. Sendo assim, identificamos que há transgressão de valores logo na conduta da própria personagem ao discutir os temas.

Um exemplo onde podemos perceber este comportamento é no vídeo *Tá tudo dando errado!*⁴⁹, publicado em 24 de março de 2015. Nele, a youtuber relata situações chatas que lhe acontecem no dia, expressando sua raiva, principalmente com o uso de palavrões: “Tá chovendo e ventando para um excelentíssimo senhor caralho aqui em São Paulo e aí [...] temos eventos sobrenaturais acontecendo aqui”; “Mas foi eu pensar em escrever sobre o tema, peguei esta porra pra gravar, deu tudo errado gente!”.



Figura 14 – Exemplo do comportamento de Kéfera no 5inco Minutos (Reprodução)

⁴⁹ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=wByHH3Xvz8w>

Em *Depender dos outros*⁵⁰, vídeo publicado em de 21 de abril de 2015, também encontramos discursos da youtuber carregados de palavrões e vocabulários impróprios, ao discorrer sobre o fato de que odeia contar com a boa vontade dos outros: “[...] se você está ajudando alguém, ajude essa pessoa porque você quis. E não porque depois você vai ficar enchendo o caralho do saco cobrando de volta a ajuda, tá bom?”. Este exemplo é uma das falas da jovem, que expressa sua revolta através da explicação de situações e consequências da necessidade de depender de pessoas com as quais não se pode confiar.

Podemos inferir que a youtuber contraria a imposição social (decorrente de valores provenientes de um processo sócio histórico) de que mulheres devem ser vistas como educadas, que não utilizam vocabulários impróprios ou realizam gestos obscenos. Percebe-se que ela leva para todos os seus vídeos, a imagem de uma pessoa que não tem vergonha de expor o que pensa e não se importa com a moral e os bons costumes.

⁵⁰ Link: <https://www.youtube.com/watch?v=3ngnocUf4ec>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Alterações e evoluções nas formas de comunicação que resultaram em novas relações das pessoas com a tecnologia e com os demais dão origem a estudos e concepções que tentam entender o funcionamento da troca de experiências. Um processo de amplitude, que envolve o entendimento de manifestações sociais, culturais e históricas. Somos seres sociais, seres de fala, que dependem do contato e dessa troca de experiências com o mundo e com o próximo.

Quando nos referimos aos valores sociais, estamos tratando de morais (ideia de certo ou errado) que regem o comportamento humano em diferentes épocas. Sendo assim, sempre que fazemos estudos a respeito, há de se considerar o contexto em que a população se encontra. Estamos diante de uma sociedade dominada por relações com a tecnologia que configuram experiências, além de contribuir para o surgimento de novas atribuições a produtos e pessoas.

Vemos uma plataforma se tornar, cada vez mais, parte da rotina dos cidadãos, que assumem novas posições no meio em que se encontram. A liberdade de exibição através do YouTube foi ganhando força ao longo dos últimos anos e, especificamente, em 2010, surgia o que é hoje, um dos maiores canais brasileiros: o *Cinco Minutos*, da curitibana Kéfera Buchmann. Superando o expressivo número de nove milhões e meio de inscritos, o canal faz parte do recorte de inspiração para essa pesquisa.

Nota-se com a proliferação de canais no YouTube, a presença de indivíduos comuns, que tentam sair do anonimato e dissipar ideias e relatos de experiências. Temos ao alcance uma maneira de produzir conteúdo e assim, deixar de apenas consumir informações. Além do mais, possuímos a chance de ser tornar uma pessoa celebrada e de grande importância, quando temos um número considerável de seguidores.

A partir do traçado de algumas teorias e concepções a respeito do universo da cibercultura e as consequências das relações humanas dentro e fora da web, foi possível chegar à construção de um referencial para a pesquisa. Ademais, foram trazidos conceitos como mídia e celebridade, que norteiam considerações a respeito dessa celebração de indivíduos comuns na internet.

O estudo dos *vlogs* do *Cinco Minutos* teve como finalidade a identificação dos valores sociais promovidos por Kéfera Buchmann. Entendendo os valores difusos, temos a noção dos modos de conduta que um indivíduo impõe aos demais. Quanto à escolha por trabalhar com o canal em questão, esta se deu por algumas justificativas.

Primeiramente, o fato do *Cinco Minutos* ter grande visualização. O número de inscrições já havia superado a casa dos oito milhões e Kéfera possuía reconhecimento dentro e fora da internet, fatos que despertaram o interesse pelo objeto de estudo. Já o recorte escolhido se justifica pela vontade de compreender quais os comportamentos e ideais que uma youtuber tão influente repassa ao seu público e, de identificar o modo como isso acontece.

Além do referencial teórico, a pesquisa contou com o método de análise de conteúdo, no qual se basearam as interpretações a respeito da amostra, composta por um conjunto de quarenta e três *vlogs* do ano de 2015. O ano em que o canal completou cinco anos foi escolhido como recorte, devido ao aniversário e também à eleição de Kéfera como youtuber do ano pela revista *Glamour*⁵¹.

Dentre as categorias encontradas no canal, foram selecionados apenas os *vlogs*, no qual a youtuber traz um assunto e discursa sobre ele, informando suas opiniões. Foi através dessa emissão de juízos de valor, uma das possibilidades de identificação das condutas impostas por Kéfera.

As análises feitas contaram com partes quantitativas e qualitativas, que envolveram coleta de dados, organização dos mesmos em tabelas, elaboração de gráficos e realização de interpretações acerca dos resultados encontrados. Também foi apresentado um estudo de caso e considerações a respeito da imagem transmitida pela vlogueira.

A partir da etapa analítica, concluiu-se que há valores recorrentes em alguns vídeos, como sinceridade e respeito. Verificou-se que a maioria dos valores encontrados corroboram morais impostas na sociedade. Porém, a própria apresentação de Kéfera nas filmagens se traduz na transgressão de alguns valores e às vezes, no choque entre o que é dito pela jovem e seu comportamento.

A youtuber se apresenta no canal sem pudor e debate os temas com o uso recorrente de vocabulários impróprios e gestos obscenos. Transcende nos *vlogs*, a imagem de uma jovem sem papas na língua, que não atende à moral e bons modos. Kéfera não respeita o ideal de “boa moça”, que muitos esperam, mas sim, se apresenta como uma pessoa sem medo de se expressar o que pensa.

Até aqui foi discutido a difusão de valores nos *vlogs*, contudo acredita-se que há mais possibilidades de ser ater ao estudo do fenômeno dos youtubers. Seguindo uma linha de pesquisa é possível suscitar trabalhos a respeito do papel sociocultural que youtubers de grande influência, como Kéfera Buchmann, exercem na sociedade. Pesquisas futuras podem

⁵¹ A premiação aconteceu em 2016.

justificar análises levantadas neste trabalho e que ajudariam ainda mais a compreender as experiências que permeiam as relações humanas em um mundo conectado e com o poder de emissão de conteúdos nas mãos de qualquer cidadão.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, R. A performance dos públicos midiáticos e a constituição social de valores: o caso Alberto Cowboy em Big Brother Brasil 7. In: **Mídia, instituições e valores**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução de Carlos Aberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008, p. 7 – 35.
- BURGESS, J. GREEN, J. **YouTube e a Revolução Digital**. Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade; com textos de Henry Jenkins e John Hartley; tradução de Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.
- CASTELLS, M. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis de (org). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003, p. 255 - 287.
- COELHO, T. CORRÊA, L. G. Norma e valores. In: **Trajetória, conceitos e pesquisa em Comunicação**. PPGCOM UFMG. GRIS – Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade. Belo Horizonte. 2014, p. 119 – 122.
- COSTA, B. C. S. Personagens de si nas videografias do YouTube. **Eco-Pós**, Rio Grande do Sul, v. 12, n.2, maio/ago, 2009, p. 206 - 219.
- DI FELICE, M. **As formas digitais do social e os novos dinamismos da sociabilidade contemporânea**. Eca – USP. São Paulo. 2011.
- DORNELLES, J. P. **O fenômeno vlog no Youtube: análise de conteúdo de Vloggers brasileiros de sucesso**. Porto Alegre. 2015
- FRANÇA, V. V. Celebidades: *Identificação, idealização ou consumo?*. In: **Celebidades no Século XXI – transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014, p. 15 – 36.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**; tradução de Susana Alexandria. 24. Ed. São Paulo: Aleph, 2009, p. 6 – 51.
- KEEN, A. **O culto do amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- LANA, L.; SIMÕES, P. G. Duas vinculações possíveis entre personagens públicos e acontecimentos: diferentes modos de atuação na vida pública. In: **Acontecimento: reverberações**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012, p 213 – 231.
- LE MOS, A. **Cibercultura como território recombinante**. 2006. Disponível em: <<http://www.com.ufv.br/cibercultura/wp-content/uploads/2014/02/01.-Andr%C3%A9-Lemos-Cibercultura-como-Territ%C3%B3rio-Recombinante.pdf>>. Acesso em 01 de Set. 2016.

_____. **O futuro da internet:** em direção a uma ciberdemocracia planetária. Faculdade de Comunicação UFBA. 2010, p. 21 – 31.

MACHADO, W. **Confissões do corpo na web:** A celebração da imagem de si e o mercado da subjetividade autêntica. Rio de Janeiro, 2014.

PRIMO, A. **Existem celebridades da e na blogosfera?** Reputação e renome em blogs. *Líbero*, v. 12, n. 24. São Paulo, dez. de 2009, p. 107 - 116.

_____. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0.** Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Rio Grande do Sul, 2007.

SIBILIA, P. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008, p. 8 – 28.

SIMÕES, P. G. **A mídia e a construção das celebridades:** uma abordagem praxiológica. *Logos* 31. Comunicação e Filosofia, Ano 17, 2009, p. 67 – 79.

_____. O poder de afetação das celebridades. In: **Celebridades no Século XXI – transformações no estatuto da fama.** Editora Sulina. 2014, p. 209 – 225.

TORRES, E. C. Economia e carisma da indústria cultural da celebridade. In: **Celebridades no Século XXI – transformações no estatuto da fama.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2014, p. 71 – 95.

ANEXO A – Tabela 1

VÍDEO/LINK	DATA DE PUBLICAÇÃO	NÚMERO DE VISUALIZAÇÕES	“GOSTEI”	“NÃO GOSTEI”	VALORES
MEU MICRO-ONDAS EM CHAMAS! https://www.youtube.com/watch?v=Kwcb5eQRSg	20/01/15	3.562.570	203.444	1.774	Sinceridade
FLERTES RUINS https://www.youtube.com/watch?v=71iOckBsw4k	27/01/15	2.826.947	165.372	1.634	Sinceridade
I LOVE YOU! https://www.youtube.com/watch?v=hiO8qdANMZE	03/02/15	2.179.898	137.640	2.074	Sinceridade
AMOR DOLORIDO https://www.youtube.com/watch?v=A9dD4VBCZ_8	10/02/15	3.805.260	208.907	1.775	Sinceridade
50 FATOS SOBRE MIM https://www.youtube.com/watch?v=VUiYv4fq2jI	19/02/15	6.686.448	348.813	4.719	Sinceridade
DEDO PODRE 03 https://www.youtube.com/watch?v=t5DIeRjKAI	25/02/15	2.875.093	160.344	1.100	Sinceridade
É POSSÍVEL VENCER A FRIENDZONE? https://www.youtube.com/watch?v=fmBldOrU9xo	03/03/15	2.528.931	175.253	1.405	Sinceridade
TOMBOS E BEBEDEIRAS https://www.youtube.com/watch?v=VqNeNy-xD-A	17/03/15	4.335.576	262.485	1.520	Incentivo a não ingestão de bebidas alcólicas
10 MANDAMENTOS PARA CONQUISTAR UMA MULHER https://www.youtube.com/watch?v=J1UWkl9goRs	20/03/15	2.859.921	161.353	1.638	Respeito; Seja uma pessoa legal/ “gente boa”; Seja reservado

TÁ TUDO DANDO ERRADO https://www.youtube.com/watch?v=wByHH3Xvz8w	24/03/15	3.323.761	199.067	2.151	Sinceridade
CIÚMES DOENTIO https://www.youtube.com/watch?v=nJQ3f9i_-Fg	08/04/15	4.284.199	235.489	2.627	
DEPENDER DOS OUTROS https://www.youtube.com/watch?v=3ngnocUf4ec	21/04/15	2.371.822	213.963	1.138	Sinceridade; Ajude o outro, sem segundas intenções; Tenha boa índole e bom caráter Sinceridade;
EU FALO PRA CARAL... https://www.youtube.com/watch?v=BHm173-5E1M	28/04/15	1.924.890	225.333	1.042	Seja interativo
MINHA PRIMEIRA VEZ https://www.youtube.com/watch?v=29j6TKzo4yc	05/05/15	8.064.472	441.654	16.661	Sinceridade; Aproveitamento das etapas da vida; Não ingestão de bebida alcoólica precocemente
MALDITA LEI DE MURPHY! https://www.youtube.com/watch?v=vb5jFiGIIIM	26/05/15	4.312.447	273.650	3.876	Sinceridade
BAGUNÇA https://www.youtube.com/watch?v=E72kc3vcXns	02/06/15	3.204.024	234.715	1.633	Seja organizado
ESPECIAL DIA DOS NAMORADOS https://www.youtube.com/watch?v=AuooYWUZdBU	09/06/15	2.839.557	248.302	2.117	Feminilidade; Sinceridade;

Conheça bem a
pessoa com
quem você se
relaciona
Sinceridade;

INDIRETAS NA INTERNET https://www.youtube.com/ watch?v=N1ukKmzdw4	16/06/15	3.187.942	396.189	2.108	Tenha maturidade; Não poste indiretas na internet
BANHEIRO PÚBLICO https://www.youtube.com/ watch?v=y4-OYScyhBA	23/06/15	3.232.472	258.245	1.980	Sinceridade; Tenha higiene
O QUE AS MULHERES PENSAM ENQUANTO SE MAQUIAM https://www.youtube.com/ watch?v=xL-53F_cOYs	30/06/15	8.997.112	569.547	10.686	Feminilidade
5 MILHÕES DE INSCRITOS, CARA!!! https://www.youtube.com/ watch?v=3K0zi65qi84	07/07/15	2.869.652	296.128	1.802	Sinceridade
GENTE CHATA! https://www.youtube.com/ watch?v=CN3Ong7X-4E	14/07/15	2.840.684	259.449	3.287	Sinceridade; Não seja chato; Tenha índole e caráter
SONHOS https://www.youtube.com/ watch?v=BeRo7ihEIIA	21/07/15	2.898.692	272.578	2.351	
10 MANEIRAS DE DISFARÇAR A SOLIDÃO https://www.youtube.com/ watch?v=vDHGs-3Ue8Q	28/07/15	3.019.761	253.175	2.414	Evite a solidão

IDENTIFICANDO FALSIANES FT. ZEIVA https://www.youtube.com/watch?v=yBAn9M75aQg	04/08/15	3.162.206	278.416	2.173	Sinceridade; Confiança na mãe; Mude para melhor constantemente
MULHER X LIQUIDAÇÃO https://www.youtube.com/watch?v=esG7sMd16yo	11/08/15	2.812.094	251.345	1.741	Feminilidade; Sinceridade
MEU C* ME DECEPCIONA https://www.youtube.com/watch?v=iZxrm_daqNo	18/08/15	3.367.998	327.818	5.949	Sinceridade
BRIGA EM REDE SOCIAL! https://www.youtube.com/watch?v=wMy9EEhSGVU	25/08/15	7.211.913	407.130	7.019	Sinceridade; Respeito
MEU PRIMEIRO LIVRO! https://www.youtube.com/watch?v=ECNaDqY6ScY	01/09/15	1.808.892	187.644	2.215	Incentivo a Leitura
CRATERAS NA BUNDA! https://www.youtube.com/watch?v=Ner_Zq4BFY0	08/09/15	2.802.843	292.617	3.805	Feminilidade; Sinceridade; Aceitação do corpo
O ÚLTIMO CAPÍTULO DE UMA NOVELA! https://www.youtube.com/watch?v=ejTIDSU-yVc	29/09/15	2.567.805	238.159	2.701	Sinceridade
CRIANÇAS ENDIABRADAS https://www.youtube.com/watch?v=3Mb9YOV2R5I	06/10/15	3.724.909	285.407	5.045	Sinceridade
FOFOCA QUENTE! https://www.youtube.com/watch?v=pT9Mu3uNajQ	13/10/15	3.215.580	293.163	3.619	Sinceridade

EU ODEIO FAZER CONTA! https://www.youtube.com/ watch?v=gS-yKbHR7ig	20/10/15	3.313.593	412.095	5.395	Sinceridade; Incentivo às artes nas escolas
EU AMO A MADRUGADA! https://www.youtube.com/ watch?v=J7SNftsBd6I	27/10/15	2.789.792	281.520	2.385	Sinceridade
VISUALIZOU E NÃO RESPONDEU! https://www.youtube.com/ watch?v=6HeUAQSyMUE	03/11/15	3.804.579	338.309	4.473	Sinceridade
TIPOS DE OI NA INTERNET https://www.youtube.com/ watch?v=pYth4TL7d6Y	11/11/15	3.797.709	310.517	9.711	Seja consciente ao iniciar uma conversar na internet
VESTIBULAR https://www.youtube.com/ watch?v=5Zo1P-aNN5o	23/11/15	2.152.923	234.508	4.206	Respeito à escolha de curso do outro
TIPOS DE PERSONALIDADES NA INTERNET! https://www.youtube.com/ watch?v=wfqIQHoD5jc	01/12/15	2.834.632	298.813	6.695	Sinceridade; Não crie polêmicas nas redes sociais; Não se ache o “dono da verdade”
O ANO EM QUE EU ACABEI COM O NATAL! https://www.youtube.com/ watch?v=f2WXdnx0ssg	08/12/15	3.645.539	401.898	15.241	Sinceridade
LIKE NO INSTA https://www.youtube.com/ watch?v=b9eAmKf_grY	15/12/15	2.351.592	269.991	8.890	Sinceridade
AS VANTAGENS DE SER MULHER!! https://www.youtube.com/ watch?v=9z0bPdqtSZ8	21/12/15	2.120.506	184.317	6.870	Sinceridade; Feminilidade

FÉRIAS? QUERO! https://www.youtube.com/ watch?v=bm5l-o33FO4	29/12/15	2.026.719	247.962	7.266	Sinceridade
--	----------	-----------	---------	-------	-------------

Tabela 1 – Conjunto de amostra dos vídeos selecionados e analisados. Dados de 30/09/16.