



## **De repente dá certo – Um cabeleireiro, um gueto e o youtube: as minorias como públicos produtores<sup>1</sup>**

Fernando Moreira Falcão Neto<sup>2</sup>  
Lardyane Pimentel Guimarães<sup>3</sup>  
José Marcos Mendes de Sousa<sup>4</sup>  
José Riverson Araújo Cysne Rios<sup>5</sup>  
Universidade Federal do Ceará – UFC

### **Resumo**

O presente artigo reflete sobre uma suposta criação de comunidades virtuais de minorias sociais. Pensamos aqui, a partir das ideias de nicho, comunidade e gueto, a formação de grupos virtuais que compartilham determinado produto cultural, partindo de identificações subjetivas e individuais, gerando um determinado nicho de consumo. Como objeto de análise trabalhamos com um vídeo intitulado *De repente dá certo*, disponibilizado na plataforma Youtube. Tratamos, através do objeto, da homossexualidade tida como gueto e da transformação deste gueto em nicho de consumo, como também, do uso que este grupo faz das plataformas tecnológicas para produzir sua própria obra, passando a ser também público produtor.

**Palavras-chave:** gueto, nicho, homossexualidade, público produtor

### **Introdução**

No final do século XIX, Gabriel Tarde se debruça sobre as ideias de público e multidões. Na era moderna, as conversações deixavam de acontecer apenas mediante contato físico e passavam a acontecer através do compartilhamento de ideias de forma virtual, Tarde (1992) coloca que, o público se caracterizava assim pela coletividade puramente espiritual. A noção de público perde a ideia de grande aglomerado de pessoas reunidas em um mesmo espaço e passa a designar a ideia de compartilhamento individualizado.

Coisa estranha, os homens que assim se empolgam, que se sugestionam mutuamente, ou melhor, que transmitem uns aos outros a sugestão vinda de cima, esses homens não se tocam, não se vêem nem

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

<sup>2</sup>Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Ceará. Email: fmoreirafalcao@gmail.com

<sup>3</sup>Estudante de Graduação do 8º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Ceará. Email: anne\_pimentel20@hotmail.com

<sup>4</sup>Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Ceará. Email: markosousa@gmail.com

<sup>5</sup>Orientador do trabalho, professor e tutor do PET do Curso de Comunicação Social da UFC, email: riverson@ufc.br



se ouvem: estão sentados, cada um em sua casa, lendo o mesmo jornal e dispersos num vasto território. (TARDE, 1992, p. 31)

Inquieto com as modificações geradas pelo advento da imprensa, no modo como os sujeitos interpretam o mundo e interferem neste, Tarde (1992) questiona que tipo de vínculo existe entre esses homens que constituem a chamada opinião pública.

Esse vínculo é, justamente com a simultaneidade de sua convicção ou de sua paixão, a consciência que cada um deles possui de que essa ideia ou essa vontade é partilhada no mesmo momento por um grande número de outros homens. (idem, p.31)

Aqui, Tarde dá a ideia de público massivo. Utilizamos este pensamento para nos referir à desconstrução do público massivo e ao advento de um público consumidor variado, constituído por nichos. Pensamos não na uniformidade das massas, mas na identificação dos diferentes.

Para Robins e Webster (1999, p 11), se as forças do capital corporativista e os interesses políticos forem bem-sucedidos na introdução sistemática dessas novas tecnologias – da robótica aos bancos de dados, da internet aos jogos de realidade virtual, então a vida social será transformada em quase todos os seus aspectos. O desenvolvimento estratégico das tecnologias da informática e comunicação terá, então, reverberações por toda a estrutura social das sociedades capitalistas avançadas. (SANTAELLA, 2003, p. 23)

As tecnologias se atualizam constantemente, refletindo a estrutura social, na qual estão inseridas, como também, fornecendo elementos embrionários para a transformação desta. Santaella (2003) alerta do perigo de enxergar as transformações culturais apenas como fruto do advento das novas tecnologias, sendo que os responsáveis pelas modificações da nossa compreensão de mundo são as mensagens que circulam nesses meios, responsáveis “não só por moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos, mas também por propiciar o surgimento de novos ambientes socioculturais.” As novas tecnologias aparecem assim, não apenas como palco para manifestações dominantes do status quo, mas também, como espaço que faz emergir novos elementos de caráter possibilitador de transformações.

Formam-se públicos diversificados nas ondas da web, públicos que se estabelecem pelas afinidades pessoais. Raquel Recuero (2009) coloca que cada ser social possui amigos e conhecidos em vários lugares do mundo, que, por sua vez, tem outros amigos e conhecidos. Em larga escala, essas conexões mostram a existência de poucos graus de separação entre as pessoas no planeta. Além disso, eles mostraram que



bastavam poucos links entre vários *clusters* para formar um mundo pequeno numa grande rede, transformando a própria rede num grande *cluster*.

No entanto, entendemos que essas ligações se estabelecem a partir do compartilhamento de interesses em comum. Os variados interesses de uma mesma pessoa a ligariam a diferentes grupos, interligando indiretamente esses segmentos. Porém, compreendemos que a ligação entre esses diferentes nichos não estabelece uma unidade, mas sim a criação de guetos em rede, podendo um mesmo indivíduo fazer parte de diferentes grupos que não interagem entrem si.

Objetivamos, neste trabalho, compreender as possibilidades de visibilidade que as novas ferramentas midiáticas oferecem para diferentes grupos, utilizando o vídeo *De repente dá certo* disponibilizado na plataforma Youtube. Estabelecemos uma breve análise da narrativa do vídeo, relacionando com uma análise de conteúdo sobre os comentários postados pelos internautas.

## **1. Os nichos**

A ampliação da possibilidade de expressar nossas individualidades. Podemos tomar tal afirmativa como uma forma de classificação do cenário tecnológico que vivenciamos. De fato, o avançar tecnológico possibilitou uma otimização das formas de expressão e de consumo. No entanto, não podemos ignorar a complexidade dos fenômenos originários e descendentes da composição desse cenário atual.

Chris Anderson (2006) apresenta o que chama de fenômeno da Cauda Longa, que seria a superação da limitação do espaço físico e a ampliação do mercado consumidor. O autor apresenta o espaço virtual como uma superação das limitações físicas para oferta de produtos, deixando para trás a necessidade de encontrar um público, reunido em um mesmo local físico, que gere demanda suficiente para pagar os custos de estocagem de determinado produto. A virtualização possibilitou a expansão da cauda da oferta de produtos, podendo, assim, o mercado do entretenimento atender a um público cada vez mais diversificado e localizado em diferentes partes do mundo, superando a ideia da localidade para o compartilhamento físico de determinada experiência (aqui, experiência de consumo).

A distribuição de produtos não muito populares, antes impossibilitada por não gerar lucros, se torna lucrativa, como expõe Anderson (*idem*), devido a grande



quantidade desses produtos e do considerável número de consumidores, espalhados pelo globo, dessa fatia de mercado, antes não atendida devido a uma limitação de oferta.

[...] esses milhões de vendas marginais são um negócio eficiente e eficaz em relação ao custo. Sem precisar pagar espaço de prateleira – e, no caso de serviços puramente digitais, como a iTunes, nenhum custo de fabricação e quase nenhum custo de distribuição – a venda de um produto de nicho, é apenas mais uma venda, com margens iguais ou melhores do que dos hits. Pela primeira vez na história, os hits e os nichos estão em igualdade de condições econômicas, ambos não passam de arquivos em bancos de dados, ambos com iguais custos de carregamento e a mesma rentabilidade. De repente, a popularidade não mais detém o monopólio da lucratividade . ( ANDERSON, 2006, p.14)

A citação reforça a ideia de otimização dos lucros. A ampliação de ofertas é feita com a ideia de alargamento da rentabilidade, os nichos acabam por ser a representação de um aperfeiçoamento do mercado para atender a um maior número de segmentos consumidores de forma consideravelmente lucrativa e pouco custosa. Como o próprio Anderson classifica, o fenômeno da Cauda Longa representa a criação de um mercado sem fim.

Assim, esse fenômeno é apresentado pelo autor como a capacidade alcançada pelo mercado, através dos avanços tecnológicos, de reduzir de modo considerável os custos de interligar oferta e demanda, mudando não apenas a quantidade dos produtos ofertados mais também o conteúdo deles. Grupos antes não alcançados pelo mercado passam a constituir um lucrativo ramo comercial. Anderson (2006) aponta essa transformação qualitativa como a capacidade de abranger também os produtos, até então, não comerciais, por não serem de características massivas.

O autor apresenta ainda como uma primeira força deste fenômeno, o que chama de democratização das ferramentas de produção, colocando o consumidor não apenas como receptor de algo já produzido e finalizado, podendo agora, também, interferir na construção do produtor.

[...] A consequência de tudo isso é que estamos deixando de ser apenas consumidores passivos para passar a atuar como produtores ativos. E o estamos fazendo por puro amor pela coisa (a palavra “amador” vem do latim *amator*, “amante”, de amor). O fenômeno se manifesta por toda a parte – a extensão em que os blogs amadores estão disputando a atenção do público com a grande mídia, em que as pequenas bandas estão lançando músicas sem selo de gravadora e em que os colegas consumidores dominam as avaliações online de produtos e serviços é como se a configuração básica da produção



tivesse mudado de “Conquiste o direito de fazê-lo” para “O que o está impedido de fazer?” (idem, p. 41)

A abordagem do autor acaba por descartar alguns fenômenos sociais que comprometem a estrutura social. Quando coloca as ferramentas de produção midiática desta forma, as considera suficientes em si para a constituição de uma ampla democratização no que diz respeito à produção e à distribuição de produtos. Partimos, neste trabalho, da ideia de nichos como demanda de mercado para pensar a inclusão de grupos marginalizados e guetificados na esfera do mercado, refletindo não sob a ótica do consumo de bens materiais, mas sim o consumo e a produção de elementos simbólicos. Focamos na discussão estabelecida neste trabalho: os nichos formados por e para segmentos guetificados.

Para tal, utilizaremos a plataforma Youtube, que vem deixando de ser palco somente de exibição e criação de produtos para determinados nichos, pautando também a mídia massiva. É frequente nos depararmos com celebridades lançadas pela plataforma, que acabam repercutindo e atingindo a mídia tradicional, de característica massiva.

Como objeto para discussão, escolhemos o vídeo de um anônimo que tem gerado comoção entre quem o assiste. Na verdade, trata-se de uma série de vídeos, nos quais um personagem principal, o Baia, conta a história de sua vida. Como conceitos para abordar o vídeo, escolhemos as ideias de identidade x comunidade e de guetos. Discussões encontrada em Zygmunt Bauman (2003).

## 2. “*De repente Dá Certo*”

Um cabeleireiro do interior paraibano, Abraão Sousa Lima, ou Baia, ou melhor, *a* Baia, como se refere a si mesmo. Em meio a uma proliferação de vídeos despreziosos que viraram hits, dando vida às celebridades do Youtube, surge *Baia- A personalidade fria*. As narrativas, com aspecto de epopeias, contadas de forma natural e debochada fizeram desse homem, homossexual e de origem simples, a nova estrela do Youtube. Escolhemos como *corpus* para nossa breve análise um vídeo da série intitulado *Baia – De repente dá certo*. Até o dia 01 de maio de 2012, contava com 10157 visualizações e 74 comentários de aspectos elogiosos na sua generalidade. Os comentários referem-se ao personagem como também ao produtor da obra, Ary Régis Lima.



Voltando as ideias de Anderson (2006), citadas na seção anterior, enxergamos a plataforma usada como palco para a exibição dos vídeos do nosso personagem, como de tantos outros, como uma potencial ferramenta dos chamados nichos. Há uma variedade incontável de produtos ofertados nas páginas virtuais do site com notável interferência na pauta cotidiana das pessoas. No entanto, diferentemente dos meios de mídia massiva, nessa plataforma, nichos diferenciados possuem seus desejos de consumo atendidos, bastando apenas procurar o que é do seu gosto.

Contudo, é ingênuo pensar a ferramenta Youtube, assim como Baia e seu vídeo, sem levar em consideração aspectos que interferem nos diferentes estilos de vida adotados. Bauman (2003) coloca que vivenciamos o que chama de *modernidade diluída*, a qual teria um aspecto superficial, com escolhas voláteis e de laços afetivos transitórios. Estaríamos, segundo o autor, na era da identidade, das escolhas individuais e descompromissadas, a concepção de vida com base na ideia de comunidade, como era em tempos pré-modernos, não caberiam mais na estruturação das nossas relações sociais e afetivas.

Como observou recentemente Eric Hobsbawm, “a palavra ‘comunidade’ nunca foi utilizada de modo mais indiscriminado e vazio do que nas décadas em que as comunidades no sentido sociológico passaram a ser difíceis de encontrar na vida real”; e comentou que ‘homens e mulheres procuram por grupos a que poderiam pertencer, com certeza e para sempre, num mundo em que tudo se move e se desloca, em que nada é certo’. (idem, p.20)

O autor utiliza Hobsbawm para dizer que, com o declínio da sociedade comunitária, “a identidade foi inventada”, para nos colocar em um cenário onde não encontramos referenciais sólidos e acabamos por nos constituir através do que nomeia como “comunidade estética”. Seria o advento dos ídolos estéticos, como forma de substituir a ausência de segurança, própria a uma comunidade desenraizada, as celebridades desempenhariam o papel de sugerirem “que a não permanência e a instabilidade não são desastres completos”.

Unir-se em prol de um objetivo em comum não seria algo importante, estabelecer e solidificar laços humanos seria algo trabalhoso, que toma tempo, logo, não seria interessante na contemporaneidade. As uniões atuais, segundo Bauman (2003), possuem a tendência de serem de curto prazo e sem perspectivas.

Um gueto, como define Loic Wacquant, combina o confinamento espacial com o fechamento social: podemos dizer que o fenômeno do



gueto consegue ser ao mesmo tempo territorial e social, misturando a proximidade/distância física com a proximidade/distância moral[...]. Tanto o “confinamento” quanto o fechamento teriam pouca sustância se não fossem complementados por um terceiro elemento: a *homogeneidade* dos de dentro, em contraste com a *heterogeneidade* dos de fora. (idem, p. 105, grifo do autor)

Os indivíduos não constituiriam mais comunidades, mas guetos determinados por estigmas sociais ou por um auto isolamento, no caso dos guetos voluntários. Bauman (2003) coloca que guetos reais seriam lugares de onde não se pode sair; os guetos voluntários seriam onde o indivíduo se isolaria com os seus iguais, por vontade própria, como no caso de condomínios fechados. No primeiro caso temos indivíduos que são guetificados por traços que os colocam como diferentes, já no segundo, são indivíduos que preferem não enfrentar as diferenças.

Esses guetos são estabelecidos de acordo com estigmas baseados em aspectos físicos visíveis, como questões étnicas e raciais ou são atribuídos por características não visíveis; levando a criação de dois grupos, que Goffman (1988) classifica como desacreditados e desacreditáveis.

Aqui, trabalhamos com um grupo específico: homossexuais. No vídeo *De repente dá certo*, Baia relata parte de sua história, mencionando entre acontecimentos engraçados a ideia constante de (des)pertencimento gerado por sua orientação sexual, que desde a infância o tipificou como pertencente a um gueto.

Na concepção de gueto, não existe a ideia de ideal em comum, mas apenas a ideia de compartilhamento de uma diferença, de um estigma. Marginalizados e contidos em ambientes reservados para *gays*, como saunas, boates e afins, durante considerável período histórico, os homossexuais foram escamoteados na sociedade. Após histórica reivindicação do movimento LGBT, os limites dos guetos foram se expandindo e hoje vivemos em um contexto de maior visibilidade da diversidade sexual.

No entanto, no que diz respeito à mídia massiva convencional, para Trevisan (2011) essa visibilidade ainda se dá de forma estereotipada e estigmatizadora. Dedicamos nossa atenção neste artigo à construção de nichos voltados a segmentos estigmatizados, como o movimento LGBT.

### **3. Baia e o Gueto**

Ao nos depararmos com os comentários postados a partir da narrativa estabelecida por Baia, no vídeo “De Repente dá Certo”, destacamos sete postagens dos



comentários no Youtube que se diferenciavam no total das opiniões publicadas devido ao aspecto de certa comoção nos comentários. Optamos por transcrever de forma ilustrativa e na ordem de postagem os comentários usados para construção desta análise. Também, preferimos não fazer alterações na linguagem e na grafia utilizadas, mantendo os eventuais erros ortográficos e gramaticais. Seguem os comentários:

Sério, chorei muito quando ele, lembrando da estátua de sal da Bíblia, disse que já olhou muito para trás. O final ao som de David Bowie é sensacional. A vida do Baia é o testemunho de quem paga muito caro por ter optado pela vida. E parabéns ao Régys pelo filme, ficou excelente!!

**Postado por: TheLigia31- Outubro de 2011**

Nossa que lindo amei este episódio, enredo interessante, além de ter momentos ilários como sempre este foi o primeiro que me emocionou, pois mostrou uma baia sensível que mostrou que sempre olhou pra trás, e que mostra que um novo ciclo sempre se inicia parabéns ao roteiro divino!

**Postado por: Horizontino – Outubro de 2011**

A primeira vez que experimento uma experiência como essa, assistir um vídeo e ficar entre o riso e as lágrimas. Me emocionei muito com esse depoimento tão honesto, lúcido e verdadeiro. Obrigado por nos proporcionar isso. Parabéns ao Baia e o Ary Regis.

**Postado por: Gasparzitoify - Outubro de 2011 - 5 pessoas curtiram**

Olá Ary... você é um cineasta do caralho viu? São tantas as nuances nos vídeos de Baia que eu fico louca... tô rindo, tô refletindo, tô quase chorando... Seu trabalho é muito, muito bom! Seguindo essa tendência d cinema feito p net, vc conseguiu produzir uma serie de documentarios muito melhor do que muita coisa que já vi recebendo patrocinios gordos por aí. Parabéns e muito sucesso pra você.

E um beijo para Baia. Adoraria tomar uma cervo e fazer um carão num bar com ela um dia... :)

**Postado por: TheLauraFling – Outubro de 2011 - 6 pessoas curtiram**

POOOOOTA QUE PARÉÉÉÉÉÉEU!!tudo!! que filme lindo!! adorei conhecer a bahia mais de perto... saber um pouco de sua vida.gata, a sra nunca vai se sentir sozinha. é so vir pra ca que a gente aquece seu coraçozinho. bjao enorme! um ótimo final de semana.

**Postado por: dvd85 – Outubro de 2011 - 2 pessoas curtiram**

Não pude resistir sem deixar um comentário... Vejo os vídeos de Baia desde a primeira postagem, como todos, fico sempre aguardando o próximo! Parabéns pelo trabalho e pela autenticidade de Baia. De todos os vídeos, esse foi o mais tocante. Abraços.

**Postado por: Aacayipsinjr – Setembro de 2011**

Que lindo, Baia e Ary Regis! Lindíssimo vídeo! Mas fiquei com medo de também me sentir uma estatua de sal :(

**Postado por: MsRafa24 – Setembro de 2011<sup>6</sup>**

Como já citado, os comentários se dirigem tanto a Baia, como a Ary Régis, representando uma forma de estabelecer contato direto com o criador e a criatura que

<sup>6</sup>Comentários sobre o vídeo, De repente dá certo, postados na Plataforma Youtube.



narra a própria história. Entre os comentários selecionados, destacamos o último de “MsRafa24”, que menciona uma parte da narrativa estabelecida por Baia, na qual, faz menção a um filme bíblico. Baia relata a história bíblica da mulher que se torna estátua de sal por desobedecer a uma ordem divina. Deus havia permitido que a família da mulher saísse de Sodoma antes que ele destruísse a cidade, por conto dos pecados do povo. A família teria que partir sem olhar para trás, porém, quando seguia junto com o marido e os filhos, a esposa de Ló vira-se e vê a cidade em chamas. Ela se transforma imediatamente em uma estátua de sal, por ter desobedecido às ordens de Deus. O personagem começa o vídeo contando essa história e termina confessando que talvez tenha feito o mesmo que a mulher da história bíblica, olhado muito para trás. O internauta comenta expondo o medo que tem de também se perceber como Baia, uma estátua de sal.

Entendemos a identificação com o personagem punido por fazer o proibido, diretamente relacionada com a quebra do padrão social estabelecido pela orientação sexual do narrador (Baia).

Já dizia o poeta italiano Pier Paolo Pasolini que o tabu da homossexualidade é um dos mais sólidos ferrolhos morais das sociedades pós-industriais, com base em novos e velhos argumentos. Além de ser inútil para a reprodução da espécie, a prática homossexual solaparia a família (em cujo seio se geram os novos consumidores) e seus padrões ideológicos (cuja ordem é consumir). Se hoje talvez pareça impensável o extermínio maciço de homossexuais, como ocorreu no passado em nome de certa pureza de costumes, o que temos em lugar do triângulo rosa nazista é uma generalizada desqualificação moral, de modo que “o homossexual continua vivendo num universo concentracionário, sob o rígido controle da moral dominante”, nas palavras de Pasolini. E eu acrescentaria: sob controle também da mentalidade empresarial, em época de globalização de mercado. (TREVISAN, 2011, p. 19)

Usando Pasolini, Trevisan coloca a questão do estigma social da homossexualidade. No vídeo em análise, Baia coloca que precisou sair de sua cidade e buscar na impessoalidade da cidade grande o lugar no qual poderia viver plenamente sua sexualidade. A menção à personagem bíblica que se transforma em estátua, por ter um comportamento impróprio, guia toda a narrativa que Baia estabelece nesse vídeo, nos contando desde cenas de discriminação na infância por ter trejeitos femininos, como também momentos mais lúdicos da narrativa, como a cena onde a amiga Júlia, uma travesti, usa uma saia e o nosso personagem comenta: “Olha de saia... Isso não é um



problema para a humanidade? Agora tu imagina uma criança vendo uma pessoa dessa no meio da rua... 'mamãe o que é isso?'". Na história bíblica a mulher, que virara estatua, saía da cidade pecaminosa com sua família que se salvara da luxúria que condenara os conterrâneos. Na história de Baía, e de outros desterrados pelo peso do estigma, a cidade natal deve ficar para trás para poder viver a sexualidade tida como imprópria. O comentário de Baía sobre a vestimenta de Júlia é um dos momentos cômicos da edição da narração, o que não esconde a ironia de característica denunciante da condição social, a qual é designado quem quebra as barreiras dos universos simbólicos do feminino e do masculino.

O vídeo parte de um grupo guetificado transformando este grupo em um nicho, no qual, os estigmatizados assumem a função não só de consumidores, mas também de elaboradores de obras que podem contribuir para o rompimento das barreiras impostas pelo gueto. Trevisan (idem) cita pesquisa realizada nacionalmente, pelo instituto DataFolha, em 1998, na qual 54% dos entrevistados eram contra a legalização da união homossexual e 62% contra a adoção de crianças por casais homossexuais. Na mesma pesquisa, 14% dos homens e 5% das mulheres afirmavam já ter vivido experiências homoeróticas, sendo que 70% dos entrevistados afirmaram não sentir atração pelo mesmo sexo. Tais dados revelam a dita cultura das aparências em que vivemos, o que importa não é ser, é aparentar o que não é.

Tais constatações estão longe da crença, veiculada pela mídia pressurosa em detectar novas tendências, de que o consumismo resgatou *de um modo definitivo* os homossexuais para a sociedade capitalista. Já se passou a aceitar o bom-mocismo de pessoas com HIV positivas que confessam publicamente essa nova “qualidade” do seu caráter, ou o exotismo da *lesbian chic* com a “presença maciça na moda, no cinema e na música”, conforme hiperbólica constatação de um jornalista. No entanto, esse costuma ser um resgate tácito, um ato de condescendência que tolera apenas sob rigorosas circunstâncias, aceitando uma homossexualidade *clean*, da qual esteja depurado todo e qualquer resquício de rebeldia. (TREVISAN, 2011, p. 22, grifo do autor)

Trevisan questiona aqui a visibilidade tida na mídia massiva, colocando tal visibilidade como relativa. O autor expõe que a abordagem da temática homossexual ganha espaço com caráter sensacionalista; é a pauta da “questão proibida”, a história do “terá ou não o beijo”, que caracteriza o interesse da mídia convencional ao pautar este

grupo estigmatizado. Abordagens que não buscam modificar estereótipos sobre a questão, mas que apenas atuam para a cristalização cultural destes.

No vídeo *De repente dá certo*, Baia compartilha sua história, gerando uma cadeia de identificações com o sentimento de solidão estabelecido na narração. Os internautas demonstram solidariedade, comungam da história contada, porém protegidos pelos codinomes da web, do anonimato possibilitado pela rede. Percebemos uma identificação que gera uma interação distante, na qual sequer o nome é revelado.

Desterrados, fragmentados e isolados, vivemos em um mundo cada vez mais frenético e impessoal, onde questões como alteridade e respeito para como outro, sempre ficam no campo da superficialidade. No entanto, mesmo continuando guetificados, reduzidos a nichos e à lógica do consumo mercadológico, ainda é possível deparar-se com personagens, como Baia que, a descaso da lógica de organização vigente, quebra as barreiras impostas pelo estigma e chega até a nós.

## **Conclusões**

Partimos no início da reflexão, estabelecida neste trabalho, da noção de nicho proposta por Anderson (2006), como sendo alargadora de um mercado potencial inerte, até então, por falta de mecanismos tecnológicos que possibilitassem a exploração dos consumidores dos não-hits. Questionando sobre a configuração desses nichos, chegamos à ampla problemática dos guetos, percebendo estes como lugar potencial para a formação dos nichos. Saímos da ideia de consumo ligado diretamente a uma questão comercial, mas não descartando esse aspecto, para pensarmos o uso que indivíduos estigmatizados e limitados a guetos fazem de plataformas como o Youtube, colocando-se tanto como produtores como consumidores. Passamos a enxergar, assim, o nicho formado pelo gueto como a construção de um público constituído por minorias.

Neste trabalho, escolhemos o vídeo *De repente dá certo* como representante de uma produção feita e voltada ao público LGBT, não apenas como construtora de um nicho potencial, mas de um público que passa a utilizar a web como importante palco para o compartilhamento espiritual de experiências e anseios. No entanto, não compreendemos as possibilidades do mundo virtual como eliminadoras da ideia de guetificação, mas sim como potencializadoras de ampliação dos limites do gueto, tanto por otimizar a ideia de visibilidade destes grupos, como também a ideia de falar de si para si, contidas nessas iniciativas.



Terminamos este artigo, porém, não encerramos a reflexão sobre a temática, apenas iniciamos o levantamento de uma série de questões, que despretensiosamente não se apresentam como respondidas ao término deste exercício teórico. Concluímos com a plena sensação de que terminamos um trabalho, mas que a reflexão sobre a temática está longe de ser concluída. Sentimos necessidade de uma análise de conteúdo aprofundada sobre o conteúdo dos comentários feitos pelos internautas, só assim teríamos uma ideia mais aproximada da relação entre a narrativa estabelecida no vídeo e as impressões de espectadores. Compreendemos, portanto, este trabalho como apenas uma introdução a uma ampla reflexão a ser feita sobre a temática em trabalhos futuros.

## Referências

ANDERSON, Chris. **A Cauda longa**. São Paulo: Campus, 2006.

BAUMAN, Zigmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.

GOFFMAN, Erving. **Estigmas: notas sobre manipulação da identidade deteriorada**. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1988.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. Da Cultura das mídias à cibercultura: o advento pós-moderno. **Revista Fameco**, Porto Alegre, n. 22, dez. 2003. Disponível em: <<http://ww.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewArticle/229>>.

TARDE, Gabriel. **A Opinião e as Massas**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade**. Rio de Janeiro: Record, 2011.