Açaí viral: quando a vendedora é transformada em produto digital

Luciana Aparecida Carlos Ribeiro [1]

Introdução

Vanessa Cabral dos Santos é moradora de Senador Camará, Zona Oeste do Rio de Janeiro, e vendedora ambulante nas areias da praia de Ipanema, na Zona Sul, há 10 anos. Começou vendendo comida árabe, mas, posteriormente, aderiu à venda de açaí criando a marca "Açaí Esplendoroso". Junto com o produto, nasceu também a personagem "Vanessa Esplendorosa", conforme relato da própria em sua página no Facebook:

> Além, de Esplendorosa, ter vindo do Açaí Esplendoroso, essa palavra foi necessária, para que realmente, eu me sentisse alguma coisa! Uma forma de silenciar, os julgamentos esteriótipos, mentais e meus próprios problemas! Me sentia uma madeira oca, vazia e sem sentido! Remédios faziam parte do meu dia dia, e assim a vida passava, escura e solitária! A porta fechada, sempre me fez companhia, e estar com pessoas já não fazia mais sentido! Vanessa Esplendorosa, foi uma construção e ainda não está terminada! Faltam tijolos, que talvez, eu

> nem consiga colocar no lugar. Tudo foi construção, o sorriso, o cantar, o andar, o estar junto![2]

Com o intuito de ampliar as vendas e fidelizar clientes, Vanessa criou uma série de bordões e um estilo ímpar para atender os frequentadores da praia de Ipanema. Apostando no bom humor e em seu carisma passou a entoar pelas areias frases como "Lindas e lindos de Miami" e "Brilha que você é a estrela". Para divulgar seu açaí desenvolveu paródias para *funks* de sucesso. Por exemplo: a música "Vai, Malandra" da cantora Anitta[3], foi transformada em "Vai, Banana".

Tabela 1: Letra original e paródia

Vai, Malandra!	**Vai, Banana!**
Vai, malandra Ê, 'tá louca, tu brincando com o bumbum Vai, malandra Ê, 'tá louca, tu brincando com o bumbum 'Tá pedindo Se prepara, vou dançar, presta atenção 'Cê aguenta Se eu te olhar Descer, quicar até o chão Desce, rebola gostoso Empina me olhando Te pego de jeito Se eu começar embrazando contigo É taca, taca, taca, taca Desço, rebolo gostoso Empino te olhando Te pego de jeito Se começar embrazando contigo, é Não vou mais parar 'Cê vai aguentar Não vou mais parar	Vai, banana Eu vou botar aqui pra tu Tem banana Eu vou botar aqui pra tu Meu amigo Te prepara tem leitinho de montão Quem que aguenta Com a paçoca Eu mexo com teu coração Pega o açaí bem cremoso E desce gostoso E te deixa perfeito E adiciono o morango e a paçoca Taca, taca, taca Pega o açaí bem cremoso E desce gostoso E te deixa perfeito E adiciono o morango e a paçoca Assim vou gamar Por dentro gelar Assim vou gamar

'Cê vai aguentar Já 'tá louca, bebendo Tão solta, envolvendo, eu 'tô vendo Não para, não Vai, malandra	Por dentro gelar Tô aqui pra vender açaí pra você Tô vendendo, Não para não Vai, banana

Fonte: Transcrição da autora.

A atuação da vendedora chamou a atenção dos banhistas que passaram a filmar suas performances e publicar nas redes sociais online. Paralelo a essa divulgação espontânea, Vanessa Esplendorosa atualiza com frequência sua página pessoal no Facebook e, atualmente, conta com 15.961 seguidores[4]. A presença constante nas redes sociais online aliada ao desempenho da vendedora e ao compartilhamento de um dos vídeos gravados na praia de Ipanema, transformaram Vanessa em um dos destaques midiáticos do verão de 2018.

Virou viral

"Quem me chamou? Eu 'tô' ouvindo vozes ou é esquizofrenia?" assim começa o vídeo[5] que em cinco dias alcançou mais de 4 milhões de visualizações. Postado em 16 de janeiro de 2018, o vídeo contabilizava em 03 de fevereiro mais de 49.600 compartilhamentos e 21.500 curtidas. Vanessa Esplendorosa protagoniza o clipe gravado no seu local de trabalho: a praia de Ipanema. E anuncia seu produto – Açaí Esplendoroso – cantando paródias do *funk* carioca. Consideramos o número de visualizações - 4 milhões em cinco dias - expressivo por se tratar de um compartilhamento espontâneo, sem *posts* patrocinados ou utilização de robôs para gerar *likes*. Tal desempenho se mostra relevante quando comparado, por exemplo, ao clipe "Vai, malandra!" que em 24h obteve 13 milhões de acessos. Vale lembrar que o clipe da cantora Anitta[6] já era aguardado pelos fãs e críticos meses antes de ser veiculado, pois fazia parte do projeto "Check Mate"[7] com alto inves-

timento financeiro e amplo planejamento de divulgação nacional e internacional incluindo um outdoor na Time Square, em Nova York, durante o lançamento da música "Downtown"[8].

Vanessa Esplendorosa encontrou nas redes sociais online um espaço para divulgar seu trabalho e sua imagem. Sua atividade no Facebook é diária, sendo comum a realização de transmissões ao vivo e publicação de fotos com clientes, alguns famosos (Figuras 1 e 2). A periodicidade de interação entre Vanessa e seus seguidores é similar há de outras celebridades digitais que contam com assessorias para a produção de conteúdo. Mesmo em dias de folga, transmite ao vivo de casa justificando sua ausência na praia e, por vezes, durante essas transmissões, realiza sorteio de camisas entre os internautas[9].



Figura 1: Patrícia Poeta, jornalista, e Vanessa Esplendorosa[10].



Figura 2: Vanessa e Fred, jogador de futebol[11].

Esse "show do eu" (SIBILIA, 2008) que constitui o indivíduo como autor, narrador e personagem destaca a efemeridade das representações construídas no ambiente online da sociedade de consumo, na qual a segurança da "subjetividade" (BAUMAN, 2008, p.20) precisa ser realimentada constantemente.

> O eu que fala e se mostra incansavelmente na web costuma ser um ser tríplice: é ao mesmo tempo autor, narrador e personagem. Além disso, porém, não deixa de ser uma ficção; pois, apesar de sua contundente autoevidência, é sempre frágil o estatuto do eu. Embora se apresente como "o mais insubstituível dos seres" e "a mais real, em aparência, das realidades", o eu de cada um de nós é uma entidade complexa e vacilante. Uma unidade ilusória construída na linguagem, a partir do fluxo caótico e múltiplo de cada experiência individual (SIBILIA, 2008, p.31).

Assim, podemos compreender que a partir dessa dinâmica a sociedade de consumo exigirá cada vez um "show" mais atrativo para manter o "eu" no topo. Cabe ressaltar que a divulgação do trabalho de ambulantes cariocas nas redes sociais é prática comum entre os trabalhadores que atuam, por exemplo, nos trens da Supervia. Dos que comercializam eletrônicos aos músicos que promovem seu trabalho nas composições da concessionária, muitos são os que anunciam endereços virtuais próprios. O que, aparentemente, diferencia a atuação de Vanessa Esplendorosa é a forma como ela utiliza suas redes, nutrindo o interesse de seus seguidores com interações regulares. A recente abrangência conquistada por seu desempenho nos fornece a perspectiva de que a vendedora atingiu a condição de produto, como nos explica Bauman:

> Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável (BAUMAN, 2008, p.20).

Neste caso, a necessidade de "se tornar sujeito" como salienta Bauman abarca outro imperativo da sociedade de consumo: sair da invisibilidade. Vanessa representa várias vozes subalternizadas: é ambulante[12], mulher, negra, lésbica e periférica. O reconhecimento do trabalho de Vanessa Esplendorosa a partir de um viral concede a sensação de pertencimento, algo que é atingido não pela venda de sua mercadoria, mas pela imagem do produto que ela mesma se tornou. É curioso notar que tal relação restringe e favorece, simultaneamente, o discurso de "meritocracia" tão presente na sociedade de consumo. Por um lado, Vanessa ultrapassa os limites impostos pela sociedade hegemônica a partir de seu esforço, por "mérito próprio", torna-se visível por suas paródias. Em contrapartida, o destaque alcançado não é fruto de seu trabalho direto – a venda de açaí -, mas de uma série de "táticas" elaboradas para ampliar suas vendas e garantir sua subexistência. Conforme define Certeau, tática é:

> A ação calculada que é determinada pela ausência do próprio. Então nenhuma delimitação de fora lhe fornece a condição de autonomia. A tática não tem por lugar senão o do outro. E por isso deve jogar com o terreno que lhe é imposto tal como a organiza a lei de uma força estranha (CERTEAU, 1998, p.100).

E jogando nesse "terreno que lhe é imposto", Vanessa Esplendorosa foi pauta nos sites de notícias G1[13] e R7[14]; no jornal Extra[15]; na rádio BandNews[16]; e nos programas de TV Eliana[17] (SBT) e TVZ Verão[18] (Multishow), entre outros veículos. A representação de si mesma - construída inicialmente com o objetivo de vender o seu produto -, tornou-se a sua mais conhecida mercadoria. A vendedora de açaí se transformou em produto digital.

Produto digital

As redes sociais online são espaços que permitem "a construção

de uma *persona* através de um perfil ou página pessoal" (RECUERO, 2011, p.102) possibilitando interação e exposição pública. Consideramos que esse ambiente virtual não deve ser dissociado do chamado "mundo real", mas sim visto como parte da sociedade contemporânea, pois toda interação e exposição de ideias se dá a partir de práticas sociais experimentadas no cotidiano. É neste contexto, que entendemos o ambiente online como espaço de disputa, no qual vozes subalternizadas encontram possibilidade de resignificar sua existência no cotidiano. Conforme nos mostram Berger & Luckmann, "a realidade da vida diária, porém, não se esgota nessas presenças imediatas, mas abraça fenômenos que não estão presentes 'aqui e agora'" (BERGER & LUCKMANN, 2014, p.39). Sendo assim, podemos compreender Vanessa Esplendorosa como uma *persona* que aliou suas "táticas" de sobrevivência empregadas cotidianamente na "realidade da vida diária" ao "show do eu", resignificando sua existência em múltiplas realidades e conquistando a visibilidade que é negada diariamente aos que ela representa.

Com o intuito de entender melhor como o produto Vanessa Esplendorosa se relaciona com a sociedade de consumo após o sucesso inicial do vídeo viral, selecionamos os *posts* mais curtidos no perfil da vendedora de açaí nos primeiros três meses de 2018, para tanto, utilizamos intervalos de, aproximadamente, dez dias.

Tabela 2: *Posts* mais curtidos[19]

Data	Tema	Curtir	Compartilhar	Comentar	Visualizar[20]
05/01/18[21]	Compartilhamento: Vanessa vendendo açaí	539	2	80	1.017.270
17/01/18[22]	Foto: Vanessa Patrícia Poeta	2.703	7	47	X
28/01/18	Foto: Vanessa e seu açaí	1.020	0	32	X
04/02/18[23]	Foto: vendendo comida árabe	383	2	15	X
04/02/18[24]	Vídeo: cantando no bloco "Empolga às 9"	369	18		3.900

06/02/18[25]	Foto: com clientes/amigos	303	0	8	X
13/02/18[26]	Foto: Criança ritmista	82	0	2	X
16/02/18[27]	Foto: s*elfie*	212	0	12	X
18/02/18[28]	Foto: *selfie*	135	0	6	X
22/02/18[29]	Vídeo: transmissão ao vivo cantando o *funk* do açaí.	254	6	277	1.300
28/02/18[30]	Foto: *selfie*	185	0	5	X
28/02/18[31]	Foto: *selfie*	189	1	11	X
04/03/18[32]	Foto: *selfie*	247	0	11	X
06/03/18[33]	Vídeo: paródia Enrolamento (Envolvimento MC Loma)	346	73	18	8.500
07/03/18[34]	Texto: Bom dia!	117	0	14	X
12/03/18[35]	Foto: Paisagem praia de Ipanema	212	1	6	X
15/03/18[36]	Compartilhamento: MC Loma é dispensada de programa de tv	230	60	26	X
20/03/18[37]	Compartilhamento: Criança corta o cabelo brincando	131	268	28	X
26/03/18[38]	Vídeo: repost do viral	200	11	23	4.962.434
28/03/18[39]	Foto: s*elfie*	179	0	11	X
30/03/18[40]	Vídeo: transmissão ao vivo encerrando o dia de trabalho	174	0	215	892

Ao selecionar os *posts* mais curtidos a cada dez dias, observamos que, de janeiro a março de 2018, as publicações de maior engajamento se concentram em janeiro, mês em que foi postado o vídeo que se tornou viral. Vale ressaltar que este vídeo foi postado na página de um cliente-amigo de Vanessa e, portanto, não consta nesta análise que é baseada no perfil pessoal da vendedora no mês de sua postagem, mas como *repost* em março. Temos, então, em 17 de janeiro 2.703 curtidas na foto de Vanessa com a jornalista Patrícia Poeta. A postagem de fotos acompanhada de clientes (famosos ou não) é prática co-

mum no perfil da ambulante. No dia 28 do mesmo mês, a foto de Vanessa com o seu açaí recebeu 1.020 curtidas e o terceiro *post* mais curtido do período data de 5 de janeiro, antes do viral, com 539 interações. Esta publicação é um compartilhamento de um vídeo de Vanessa atendendo uma cliente e foi postado na página "100%Black"[41] atingindo 1.017.270 visualizações. Também é possível observar, a partir desta breve análise, que as postagens com maior número de comentários são as transmissões ao vivo, outra dinâmica bastante usada por Vanessa Esplendorosa, e entre as publicações que promovem maior envolvimento com o público estão as *selfies*.

A partir da apreciação destas publicações percebemos que quanto maior o distanciamento temporal da postagem do vídeo viral, menor o engajamento dos internautas. Em contrapartida, o produto Vanessa Esplendorosa continua em destaque concedendo entrevistas e participando de shows. A transformação da vendedora de açaí em produto digital pode ser observada nas seguintes mudanças: substituição da camisa com a marca "Açaí Esplendoroso" pela camisa com a caricatura de Vanessa; criação de página no Facebook para a artista e criação por terceiros de uma página fã-clube[42]; participação nos blocos de carnaval "Parei de beber, não de mentir" e "Empolga às 9"; lançamento da carreira de cantora com gravação de música própria, o "*Funk* do açaí"; realização de shows na "Festa Eclética"[43] e no evento "CEP RAP MINI SLAM"[44].

Considerações finais

A trajetória de Vanessa Esplendorosa no ambiente online ressalta a possibilidade do uso deste lugar como cenário para a expressão de vozes socialmente subalternizadas. Embora, em princípio, não seja percebido nenhum tipo de militância social no discurso da personagem é importante reconhecer a representatividade inerente à ocupação de espaços midiáticos por uma mulher negra, lésbica, periférica e am-

bulante, que se expressa pelo *funk*.

Consideramos que a transformação da vendedora de açaí em seu próprio produto – Vanessa Esplendorosa – é um acontecimento diretamente ligado aos anseios da sociedade de consumo, que congrega um público ávido por novidades e indivíduos em busca de pertencimento.

A capacidade de estabelecer "táticas" para usufruir dessa trégua perante a invisibilidade cotidiana é o que poderá tornar o pertencimento algo duradouro. Como vimos a partir da análise do perfil do Facebook de Vanessa Esplendorosa, quanto maior o tempo decorrido entre a publicação do vídeo viral e as novas postagens, menor o engajamento do público. Esse aparente sinal de desinteresse, ressalta o ambiente online como lugar de constante mudança e busca por novidades. Como qualquer dinâmica que envolve vícios, a relação entre o internauta e os produtos digitais oriundos das redes sociais expõe o indivíduo a necessidade de doses cada vez maiores, mais fortes, para atingir a sensação de prazer. E, de certa forma, essa busca incansável por mais é uma das características impactantes da atual sociedade de consumo que privilegia o descarte de objetos e relações.

Percebemos na dinâmica que transformou a vendedora em produto digital um ciclo que surge com a necessidade de sair da invisibilidade. Objetivo que pode ser atingido pelo "show do eu". Se durante essa superexposição uma postagem se torna viral, esse indivíduo que é autor, narrador e personagem resignifica sua existência midiática, tornando-se um produto da sociedade de consumo.



Gráfico 1: Ciclo do produto digital

Vanessa Esplendorosa também exemplifica, com maior visibilidade, a atual relação entre mercado de trabalho e sociedade de consumo, onde o indivíduo precisa se colocar na condição de mercadoria que busca, pelo constante aprimoramento e ampliação das redes de contato, a ascensão profissional. No caso de Vanessa Esplendorosa a invisibilidade é vencida pela noção de pertencimento ao meio artístico, conforme a própria declarou em entrevista: "Tenho sido muito bem tratada na praia. As pessoas já me enxergam como artista.[45]".

.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo*: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade*: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2014.

CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano*. Editora Vozes, Petrópolis: 1998.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SIBILIA, Paula. *Show do eu*: a vitrine da própria personalidade. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

---

[1] Mestranda em Mídia e Cotidiano (UFF). E-mail: lacrelowe@gmail.com.

[2] Post de Vanessa Esplendorosa em sua página no Facebook em 22 de abril de 2018. Disponível em: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1711028105652455&id=100002358460727. Acesso em: 28/04/2018.

[3] Larissa de Macedo Machado, a Anitta, é uma cantora brasileira nascida em 30 de março de 1993, no Rio de Janeiro. Com carreira internacional, acumula prêmios como "Artista do Ano" pelo Itunes Brasil (2013); "Revelação do Ano" pela Associação Paulista de Críticos de Arte (2013); "Best Brazilian Act" e "Worldwide Act: Artista América Latina" pela MTV - Europe Music Awards (2015); "Melhor Artista Brasileiro" pelo EMA (2016); "Mulher do Ano" pela revista masculina *GQ* - prêmio Men of the Year (2017); "Social Star" pelo iHeartMedia (2018).

[4] Disponível em: https://www.facebook.com/profile.php?id=100002358460727. Acesso: 28/04/2018.

[5] Disponível em: https://www.facebook.com/leobecky.nevesbatista/videos/868800346614542/?pnref=friends.search. Acesso em 03/02/18. Em 28 de abril de 2018, o vídeo contabilizava 50.604 compartilhamentos e 21.851 curtidas.

[6] Optamos pela comparação com a cantora Anitta por esta ser a artista de maior sucesso entre as que tiveram suas músicas parodiadas por Vanessa Esplendorosa.

[7] O projeto *Check Mate* inclui as músicas: *Will I see you*, parceria com o compositor americano Poo Bear - no estilo bossa nova; *Is that for me*, com o DJ sueco Alesso - música eletrônica; *Downtown*, com o colombiano J Balvin - *reggaeton*; e *Vai, Malandra* com os brasileiros MC Zaac, DJ Yuri Martins, Tropkillaz e o rapper norte-americano Maejor - *funk*.

[8] Disponível em: https://extra.globo.com/famosos/anitta-j-balvin-estampam-outdoor-na-time-square-em-ny-22109462.html. Acesso em 28/04/2018.

[9] A estampa da camiseta é uma caricatura de Vanessa Esplendorosa e a arte foi desenhada por uma fã-cliente. A camisa também é comercializada por Vanessa. Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1624721650949768&set=t.100002358460727&type=3&theater. Acesso em: 28/04/18.

[10] Disponível em https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1613726385382628&set=t.100002358460727&type=3&theater. Acesso em 28/04/18.

[11] Disponível em https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1597249727030294&set=t.100002358460727&type=3&theater. Acesso em 28/04/18.

[12] Segundo a Prefeitura do Rio de Janeiro: "O comércio ambulante, assim entendido como o exercício de atividades econômicas em área pública (vias de circulação, calçadas, praças, parques, praias), é autorizado a título precário, o que significa que pode ser revogado a qualquer tempo, havendo motivo que justifique o ato". Disponível em: http://www.rio.rj.gov.br/web/smf/comercio-ambulante. Acesso em 28/04/2018.

[13] Disponível em: https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/vendedora-de-acai-que-faz-parodias-de-funk-na-praia-de-ipanema-vira-sucesso-na-internet.ghtml. Acesso em 03/02/2018.

[14] Disponível em: https://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/balanco-geral-rj/videos/acai-do-funk-carioca-faz-sucesso-com-parodias-na-areia-da-praia-08122017. Acesso em 03/02/2018.

[15] Disponível em: https://extra.globo.com/noticias/rio/vai-um-acaiambulante-faz-parodias-de-funks-viraliza-com-videos-nas-redes-sociais-22336086.html. Acesso em 01/02/2018.

[16] Disponível em: http://bandnewsfmrio.band.uol.com.br/editorias-detalhes/vendedora-de-acai-usa-o-bom-humor-para-fazer Acesso em 01/02/2018.

[17] Disponível em: http://www.sbt.com.br/eliana/quadros/?id=29545. Acesso 03/02/2018.

[18] Disponível em: https://www.facebook.com/multishow/videos/1702231433148976/?hc_ref=ARSVq7RV3mUhoD1a6tGYNPa_Yb04nIzp6C4I0Yr__DegMHK9aTQyf7_Ik0knANr4Eo&pnref=story. Acesso em 01/02/2018.

[19] Foram selecionados os três posts mais curtidos nos três primeiros meses de 2018, em intervalos de, aproximadamente, 10 dias.

[20] Esta categoria se aplica apenas aos vídeos.

[21] Disponível em: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1602216639866936&id=100002358460727. Acesso em 28/04/18.

[22] Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1613726385382628&set=a.505584089530202.1073741825.100002358460727&type=3&theater. Acesso em 28/04/18.

[23] Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1631067786981821&set=a.505584089530202.1073741825.100002358460727&type=3&theater. Acesso em 28/04/2018.

[24] Disponível em: https://www.facebook.com/100002358460727/videos/1631581293597137. Acesso em 28/04/18.

[25] Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1633374090084524&set=pb.100002358460727.-2207520000.1524975899.&type=3&theater. Acesso em 28/04/18.

[26] Disponível em: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1639696489452284&id=100002358460727. Acesso em 28/04/18.

[27] Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1642521435836456&set=a.505584089530202.1073741825.100002358460727&type=3&theater. Acesso em 28/04/18.

[28] Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1645065868915346&set=a.102732193148729.7230.100002358460727&type=3&theater. Acesso em 28/04/18.

[29] Disponível em: https://www.facebook.com/100002358460727/videos/1648883115200288. Acesso em 28/04/18.

[30] Disponível em: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1655396901215576&id=100002358460727. Acesso em 28/04/18.

[31] Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1655214854567114&set=a.505584089530202.1073741825.100002358460727&type=3&theater. Acesso em 28/04/18.

[32] Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1659562820798984&set=a.102732193148729.7230.100002358460727&type=3&theater. Acesso em 28/04/2018.

[33] Disponível em: https://www.facebook.com/100002358460727/videos/1661298343958765. Acesso em 28/04/18.

[34] Disponível em: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1662147977207135&id=100002358460727. Acesso em 28/04/18.

[35] Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1667863483302251&set=a.505584089530202.1073741825.100002358460727&type=3&theater. Acesso em 28/04/18.

[36] Disponível em: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1670993252989274&id=100002358460727. Acesso em 28/04/18.

[37] Disponível em: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1676442729110993&id=100002358460727. Acesso em 28/04/18.

[38] Disponível em: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1682974018457864&id=100002358460727. Acesso em 28/03/18.

[39] Disponível em: https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1684939784927954&set=a.102732193148729.7230.100002358460727&type=3&theater. Acesso em 28/04/18.

[40] Disponível em: https://www.facebook.com/100002358460727/videos/1687465318008734. Acesso em 28/04/18.

[41] Disponível em: https://www.facebook.com/VoltaBlackMusic. Acesso em 29/04/18.

[42] Conta com 283 seguidores. Disponível em: https://www.facebook.com/F%C3%A3-Club-VanessaEsplendorosa-165300007440399/?ref=br_rs. Acesso em 29/04/18.

[43] Disponível em: https://www.facebook.com/festaecletica. Acesso em 29/04/18.

[44] Disponível em: https://www.facebook.com/events/953509658151522. Acesso em 29/04/18.

[45] Disponível em https://extra.globo.com/tv-e-lazer/treta-show/vendedora-de-acai-que-ganhou-as-redes-com-parodias-vira-cantora-de-funk-22436890.html?utm_source=Facebook&utm_medium=Social&utm_campaign=compartilhar. Acesso em 04/02/18.

Resumo

Neste artigo, apresentaremos a trajetória de Vanessa Esplendorosa, vendedora ambulante de açaí na praia de Ipanema (RJ), que após um vídeo viral se tornou notícia. A partir de uma revisão bibliográfica e da análise da interação online entre Vanessa e seus seguidores no ambiente Facebook, ponderaremos sobre a construção da imagem da vendedora como produto e as táticas utilizadas para seu pertencimento à sociedade de consumo. Utilizaremos como base teórica Certeau, Bauman e Recuero, entre outros autores.

Palavras-chave

Facebook; consumo; redes sociais.