

O PROCESSO DE FABRICAÇÃO VIRTUAL DE SI A PARTIR DA INFLUENCIADORA DIGITAL GABRIELA PRIOLI

Jamylle de Sousa Meira, Deborah Christina Antunes

A relevância obtida pelas Mídias Sociais alcançou quantitativo significativo em uma década, segundo o relatório We Are Social 3,484 bilhões de pessoas a utilizam ativamente, correspondendo a 45% da população mundial. E é nesse cenário de expansão que nasce os influenciadores digitais, celebridades da web que conseguem movimentar uma comunidade de pessoas que se interessam pelos conteúdos elaborados e compartilhados por eles na internet. Nesse ensejo surge Gabriela Prioli Della Vedova, advogada criminalista, ex-professora universitária e apresentadora do canal CNN, que foi adquirindo visibilidade e notoriedade no que tange à produção de conteúdo digital no campo político e econômico. Em abril de 2020, o Estadão noticiou a assinatura de contrato de Gabriela com a empresa Play9, formalizando e profissionalizando sua entrada no universo das redes e plataformas sociais. Dado este cenário, se propõe com o presente trabalho, analisar o processo de fabricação virtual da imagem de Gabriela Prioli como influenciadora digital. A execução desta pesquisa embasou-se na netnografia, com coleta de dados realizada a partir dos vídeos postados pela influenciadora em seu canal na plataforma do YouTube. O conteúdo foi apreciado a partir da Teoria Crítica da Sociedade, além das perspectivas teóricas de Norval Baitello e Paula Sibilia. Espera-se como resultado do presente estudo, compreender como o processo de construção de si através da imagem no âmbito digital de Gabriela Prioli ocorreu, considerando que nas mídias, o instrumento mais poderoso é sem dúvidas a imagem. É ela que oferece o lançamento de si, onde um Eu é formado a partir de especificidades escolhidas e delimitadas, integrando assim um Eu passível de ser representado.

Palavras-chave: Influência. Mídias Sociais. Imagem. Teoria Crítica.