

O Fenômeno da Espetacularização no Youtube Um estudo de caso do youtuber Whindersson Nunes¹

Juliana CHACON²

Alberto Ricardo PESSOA³

Universidade Federal da Paraíba, Paraíba, PB

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo realizar uma introdução aos principais conceitos de espetáculo, e como eles são aplicados na rede social de compartilhamento de conteúdo digital audiovisual Youtube, utilizando como objeto de estudo de caso e análise o youtuber Whindersson Nunes, um dos formadores de opinião de mais sucesso dentro da plataforma brasileira, estudando as estratégias usadas para a produção e distribuição do conteúdo do canal, e como a teoria de Guy Debord se aplica na construção do conteúdo dessa mídia. O seguinte projeto é relevante para a área de desenvolvimento de pesquisas em comunicação, pois faz uma análise crítica fundamental sobre a utilização de uma das maiores ferramentas de compartilhamento de conteúdo, e para o repensar a forma de consumo atual de conteúdo no meio digital.

PALAVRAS-CHAVE: sociedade do espetáculo; comunicação digital; conteúdo digital; youtube; whindersson nunes.

INTRODUÇÃO

Um jovem falando em frente a uma câmera sobre assuntos diversos do cotidiano seria algo normalmente banalizado, contudo a circunstância em questão é diferente, pois não é mais apenas um rapaz falando para uma câmera e sim um youtuber conversando com mais de 30 milhões de pessoas, que são as seguidoras de seu canal na plataforma do Youtube. Esse fato ocorre com o jovem Whindersson Nunes, sendo atualmente uma estrela e influenciador digital dessa nova era tecnológica.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Comunicação em Mídias Digitais pela UFPB. E-mail: juhchacon95@gmail.com

³ Orientador do Trabalho. Professor pós-doutor do curso de Comunicação em Mídias Digitais DEMID/UFPB. E-mail: albertoricardopessoa@gmail.com.

A teoria da sociedade do espetáculo criada por Guy Debord no ano de 1967, em formato de livro que foi originalmente intitulado *La Société du spectacle*, tendo como tradução “A sociedade do espetáculo”. Em 1988 ele publicou um livro o qual ele acrescenta comentários sobre a sua primeira obra, e esse segundo livro em questão, sendo ele mais completo e amplo, que será utilizado nesse estudo.

A espetacularização retratada por Debord traz em si o princípio da mídia como um todo conseguiu espectadores através de produções com conteúdo espetacular, onde faz de tudo para chamar a atenção de seu público, e isso vem desde o começo dos tempos, podendo já ser encontrado nas pinturas extravagantes de grandes animais nas paredes das cavernas. Debord publicou a sua teoria focado nas tecnologias de sua época, que eram analógicas, sendo estas mídias o jornal, o rádio e a televisão, comunicações que possuíam e ainda possuem muitas vezes o foco na grande massa da população, tentando abranger a todos com suas manchetes chamativas, histórias elaboradas e programas espalhafatosos.

Com o passar do tempo os conceitos teóricos evoluem, passando a possuir um aspecto atemporal, se adequando aos novos cenários da sociedade. Durante o progresso dessa evolução nós temos os meios de comunicação que convergem do analógico para o digital, a utilização de serviços como redes sociais, internet móvel, computadores pessoais e ferramentas profissionais de produção de conteúdo mais acessíveis no mercado.

Ao aplicar os conceitos de espetacularização de Debord, o presente artigo tem como seu objetivo aplicar e demonstrar sua existência e elementos encontrados na rede social Youtube, especificamente no conteúdo produzido por Whindersson Nunes para o seu canal. A análise crítica da produção de conteúdo se faz ser necessária para se obter uma visão mais ampla sobre os meios de distribuição e consumo de conteúdos de entretenimento audiovisual digital na sociedade, o papel de responsabilidade dos profissionais que trazem esse conteúdo para o seu público é ampliado por se tornarem formadores de opinião de milhões de brasileiros.

Este artigo tem sua base na pesquisa bibliográfica. A abordagem metodológica utilizada é o método dedutivo, partindo de um estudo de caso e estabelecendo um diálogo entre a teoria de Guy Derbord e a observação dos vídeos de Whindersson Nunes e suas marcas de discurso que sinalizam a espetacularização. O procedimento metodológico que será adotado é o comparativo, o qual tem como foco descobrir as relações empíricas entre as variáveis, bem como a explicação de fenômeno e processos específicos do

conhecimento e da existência de vínculo entre os distintos fatores relevantes que configuram o fenômeno.

Uma análise comparativa tem como principal objetivo estabelecer vínculos gerais entre os distintos fenômenos a partir de uma análise dos casos de maior importância para a investigação, a partir dos argumentos teóricos mais sólidos e coerentes com os casos analisados. No caso desta pesquisa em questão, a proposta é mostrar que houve uma evolução no conceito de espetáculo digital, comparando os conceitos de espetáculo com as mídias digitais.

COMUNICAÇÃO: DOS PRIMÓRDIOS AO YOUTUBE

Sendo a comunicação o processo básico que levou o homo sapiens a sua evolução, pois a transmissão de informações é indispensável para qualquer pessoa poder fazer parte de uma sociedade. Segundo Juan E. Díaz Bordenave “A comunicação é uma necessidade básica da pessoa humana, do homem social.” (2013, p. 19), e tal como ser social se relacionar com os outros para transmitir suas mensagens com vários significados, trazendo consigo significados e sentimentos.

As histórias sempre foi parte da vida do ser humano, sendo ela a responsável por promover sensações, e é dessas sensações que vive o espetáculo, desde os primórdios da humanidade existiam as lendas, histórias e contos de heróis lendários e mitológicos. Com o passar do tempo a comunicação foi evoluindo e se tornando cada vez mais eficientes, passando por meios de comunicações analógicos e chegando aos digitais, onde são usados recursos que fazem o processo comunicacional de forma rápida, utilizando serviços como a internet móvel, computadores pessoais, celulares e redes sociais.

Antigamente, um dos pontos das mídias massivas era o seu conteúdo com baixa interatividade, onde o usuário só recebia os conteúdos que lhe era passado em uma posição passiva na comunicação, diferentemente se comparado a existente atualmente dentro do contexto das redes sociais. Com esse ponto a favor as mídias digitais se tornaram rapidamente populares e indispensáveis na vida de todas as pessoas, durante o boom nos anos 90 e 2000. É raro encontrar pessoas que não possuam uma representação social em alguma rede, os mais jovens principalmente parecem estar sempre conectados de alguma forma as mídias digitais.

Essas novas tecnologias midiáticas estão tão impregnadas em nosso dia-a-dia, que ao fazer uma comparação de nossas vidas há dez anos atrás para elas nos dias de hoje, veremos a grande mudança ocorrida, mas que, porém, não é mais sentida. Para Luís Mauro Sá Martino, “É quase um exercício de imaginação pensar o cotidiano sem a presença das mídias digitais” (2015, p. 9). As mídias digitais são pelo ponto de vista de muitos o novo sucesso de comunicação do mundo atual, através da criação de todos os novos aparatos tecnológicos, e como relata Martino (2015, p. 13)

A partir de 1995, de maneira cada vez mais rápida, as mídias digitais e a internet passaram a fazer parte do cotidiano, espalhando-se não apenas no uso de computadores, mas também, em um segundo momento, em celulares, smartphones e outros equipamentos.

O processo em que essas mídias surgiram, evoluíram e se instalaram nas vidas das pessoas em um período tão curto de tempo, é um progresso notório. Com isso a espetacularização sempre presente se aderiu às novas mídias, e tais mudanças são importantes e devem ser investigadas, o conceito do espetáculo é o mesmo, o que mudou foi a plataforma a qual o aplicamos, estamos na era de domínio das mídias digitais e das redes sociais.

A rede social é bastante contemporâneo e já está intrinsecamente ligado ao dia-dia das pessoas do século 21, onde basicamente boa parte da população sabe/tem acesso a alguma e a utiliza para se comunicar com os outros através de algum dispositivo eletrônico com acesso a internet e segundo Filho (2014, p.399) “O que diferencia uma rede social é justamente o laço social (como amizade ou parceria em negócios) criado e mantido entre seus participantes (indivíduos, grupos, organizações).” A rede social é o lugar onde todos se aproximam, pessoas com algo em comum se conectam, seja por meio de já se conhecerem no mundo real, seja por descobrir algum gosto semelhante no virtual e conversarem, é possível ter amigos do outro lado do mundo com a internet.

De acordo com Vicente (2014 p.20) “Assim são as redes sociais na Internet: uma explosão e um fervilhar de informações, construindo e reconstruindo e se fazendo à medida que todos participam.” essas redes são altamente colaborativas, sempre tem algum novo conteúdo e os mesmos conteúdos são reinventados, e as informações estão sempre sendo transmitidas de maneira muito rápida, o que é sucesso hoje, pode nem ser lembrado amanhã, porém continuará sempre armazenado na web.

Uma das redes sociais mais famosas do momento é o Youtube, plataforma de compartilhamento de vídeos que surgiu no dia 14 de fevereiro 2005 e foi desenvolvido por três ex-funcionários do PayPal, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, os quais desejavam compartilhar vídeos longos na internet, pois as opções mais viáveis era hospedando em sites, o que demorava para carregar todo o conteúdo, ou enviando através de correios eletrônicos, os quais só disponibiliza um quantidade bem limitada de espaço, o que fazia a qualidade do vídeo ser baixa e o tempo ser curto.

A ideia dos fundadores da rede era simples, possuir um catálogo online de distribuição de conteúdo em vídeo de forma organizada, contando com a facilidade de encontrar. Conforme o serviço foi melhorando, funções como avaliação de conteúdo, vídeos em destaque e assinatura de canais foram sendo inseridas. Quando a rede começou a receber patrocínios e investimentos, acabou atraindo a atenção de gigantes como a Google, que a adquiriu logo depois.

Como relata Parry (2012, p.343) “O YouTube foi comprado pela Google por mais de £ 1 bilhão. Não demorou a chamar a atenção do mundo comercial como um meio ideal de disponibilizar clipes de vídeos ao grande público”. No Youtube caso um vídeo possua bastante visualizações de usuários, assim como curtidas, que são formas de os usuários mostrarem apreço pelo conteúdo disponibilizado pelo canal do youtuber em questão, que é uma espécie de agregador de conteúdo produzido e categorizado em segmentos, passa a ganhar relevância dentro da rede, aumentando conseqüentemente sua popularidade logo em seguida.

Vicente (2014 p.87), define o YouTube “É usado como um canal de publicidade, de forma a promover marcas, empresas, profissionais, sites, criar campanhas a favor ou contra uma ideia, além claro, do propósito de entretenimento.” Dito isso, a relevância do produtor, leva-o a oportunidade de lucrar financeiramente com sua popularidade, seja por peças publicitárias, ou pela monetização oferecida pelo Youtube, a popularidade do artista torna-o um chamariz para que empresas diversas (empresas do ramo de alimentação, cosméticos ou até mesmo produtoras de filmes, por exemplo) utilizem sua opinião de forma a influenciar o consumo de seus seguidores. A nova cultura dos youtubers abre espaço para dilemas que serão analisadas de forma mais profunda a seguir.

GUY DEBORD E A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO NO YOUTUBE

O dicionário define Espetáculo como algo que é o objeto da nossa atenção ao ver, não tendo somente esse significado pode ser também: contemplação, cena ridícula ou censurável, representação teatral, divertimento público em circos. Os significados têm em comum o espectador como ponto chave de tudo, o fator mais importante a qual todo o fenômeno se relaciona diretamente.

Nos dias de hoje, tudo virou um espetáculo, e o Youtube é uma representação factual de uma rede social onde se obtém um dos melhores exemplos de acumulação de conteúdo midiático de espetáculos, onde o indivíduo comum toma papel ativo na construção de conexões sociais das quais ele gerencia sua produção de conteúdo diante de uma câmera. O espetáculo é representado de diversas formas, nas quais muitas pessoas compartilham o que fazem através da plataforma de vídeo, passando de consumidores a produtores de conteúdo.

A sociedade que se baseia na indústria moderna não é formada ou superficialmente espetacular, ela é fundamentalmente espetaculoísta. No espetáculo, imagem da economia reinante, o fim não é nada, o desenrolar é tudo. O espetáculo não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo. (Debord, 1997, p. 17)

Na indústria cultural contemporânea, o que importa são os famosos minutos de fama, a atenção presente no processo é o que conta. O final será o encerramento de toda a espetacularização, e como se diz, o show tem que continuar. A sociedade se encontra em uma alienação tão grande por causa dos novos aparatos tecnológicos que toda forma de entretenimento é mais um espetáculo.

A maioria do conteúdo apresentado atualmente no Youtube é em sua grande parte de produção autoral. E assim como cada rede social, websites e canais de conteúdo, tomaram forma dentro do domínio do YouTube profissionais do assunto, os chamados Youtubers, os quais compartilham com a sua audiência suas ideologias, comportamento, dicas de vestuário, debates de temas relevantes, entre diversos outros assuntos presentes na plataforma de disseminação de conteúdo audiovisual.

Segundo Debord, “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (1997, p. 14). A “imagem” citada transformase, atualmente, em vídeo que quanto mais visualizações e repercussão obtiver, torna melhor o espetáculo. Desta forma, os Youtubers, passam a possuir dentro da rede uma responsabilidade social para com os demais, visto que a popularidade de vários

canais de produção de conteúdo chega até aos milhões de inscritos, e a opinião do artista é de grande valia para seus seguidores, tornando da figura pública um formador de opinião.

WHINDERSSON NUNES E O ESPETÁCULO NAS REDES

O Youtuber mais prestigiado e famoso do momento no Brasil, Whindersson Nunes, também conhecido como Whindersson Nunes Batista, nasceu no dia 5 de janeiro de 1995 em Palmeira Piauí sendo de origem pobre e família pacata. O seu primeiro sucesso dentro do seu canal foi a paródia “Alô vó, tô reprovado”, que alcançou aproximadamente 6 milhões de visualizações na época, a partir daí, ele percebeu que poderia ganhar dinheiro com o Youtube e isso foi o que motivou Whindersson a produzir conteúdo, a autonomia e a liberdade de produzir conteúdo no tempo e no formato definido por ele, tirando o dinheiro suficiente para viver sua vida e realizar sua independência.

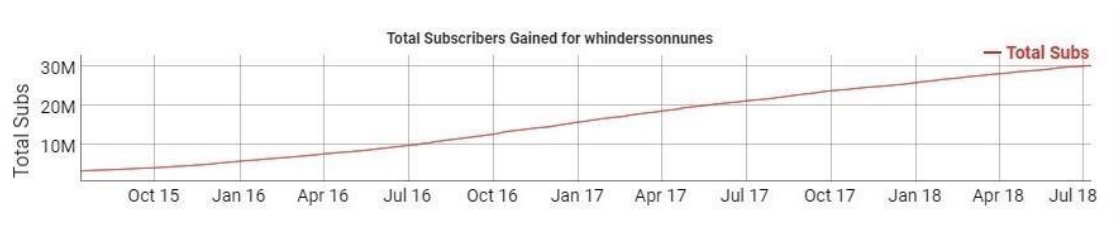
Contudo um ponto importante a comentar é o fato de que ele é preso ao seu personagem, ele passa a imagem do seu passado pobre, contudo a muito ele deixou de ser pobre, ele é muito rico, e essa nova faceta ele não mostra, pois o seu personagem é pobre, é com a faceta de pobre que ele conquistou a todos, e por isso ele não muda a receita. Nesse ponto é interessante ver a ligação de Debord quando diz “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (1997, p. 13).

Whindersson pode não ostentar em frente às câmeras no YouTube, porém no seu perfil da rede social Instagram é possível encontrar fotos onde ele mostra que já não é o mesmo cidadão simplório de antigamente, pois alguém simples não teria uma mercedes ou iria possuir um jatinho particular. Em seu canal no Youtube ele segue um padrão de produção de conteúdo, mesmo que os temas sejam diferentes, a abordagem continua a mesma. Ele se atém na construção de paródias de músicas famosas, discursos sobre a sua vida antes e depois da fama, piadas repetidas, todas as danças realizadas no início dos vídeos, tudo isso faz parte de uma pauta que ele segue à risca.

O YouTube oferece um portal de comunicação direto entre o produtor de conteúdo e seus espectadores, na hora em que eles querem assistir, oferecendo um feedback instantâneo por meio de comentários, curtidas e compartilhamentos nas diversas outras

redes, utilizando médias móveis e alcançando um maior grau de interatividade. E Whindersson acabou encontrando sucesso dentro da comunidade de reprodução de vídeos, o gráfico dos inscritos comprova o ascendente de Whindersson, no qual o canal é visto em um crescimento incrível, uma ascendente sem queda.

Figura 01. Total de inscritos no canal de Whindersson Nunes

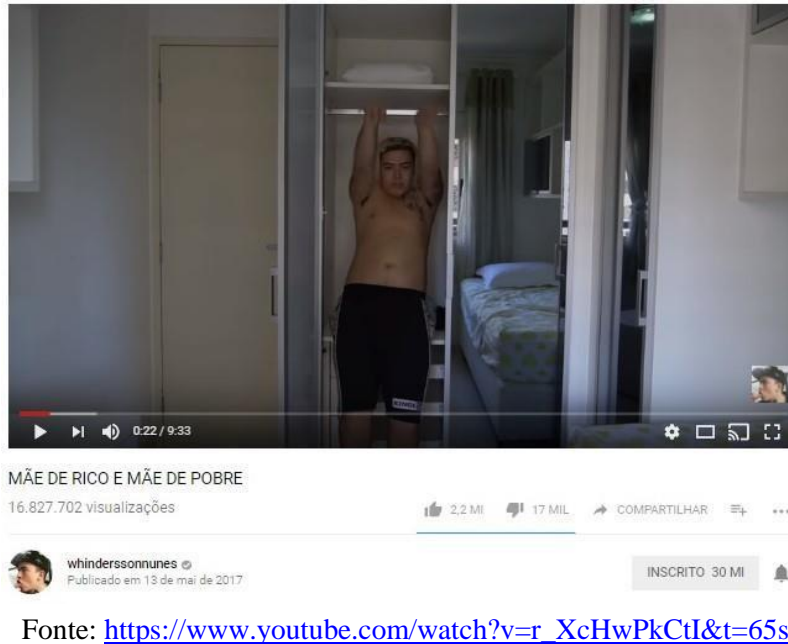


Fonte: <https://socialblade.com/youtube/user/whinderssonnunes/monthly>

“Mãe de rico e mãe de pobre”

O primeiro vídeo que será analisado é o de comemoração ao dia das mães retrata as experiências mais identificativas que o Whindersson retrata sobre a convivência com mães, utilizando o estereótipo da mãe rica e mãe pobre dentro do construído pela sociedade, nos quais a mãe rica que cria o filho cheio de mimos e carinho, e a mãe pobre que o educa na dureza e ignorância. Pela convivência com suas mães, cada um vê uma identificação de um momento da sua vida com o descrito pelo youtuber, de forma humorística, brasileira.

Figura 02. Print Screen do vídeo “MÃE DE RICO E MÃO DE POBRE”



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=r_XcHwPkCtI&t=65s

Whindersson continua a seguir a linha dos seus vídeos tradicionais, ele capta todo o conteúdo em um quarto, falando diretamente para uma câmera, sem a necessidade de equipamento de iluminação adequado, e cortes simples, sem muita edição na composição. A curta dança no início do vídeo é característico do ator, podendo ser até considerado uma marca registrada, é a sua entrada triunfal onde a partir daí ele já chama toda a atenção do público para si.

Um ponto interessante a se trazer sobre a relação do youtuber humorista com a temática de Debord é o fato de que as suas piadas são retiradas seja de situações factuais do cotidiano com sua mãe, ou com base em experiências de outras pessoas dentro da sociedade, utilizando estereótipos e senso comum. Com a apresentação de casos comportamentais envolvendo o relacionamento materno, não é fácil distinguir qual é o conteúdo factual presente em sua vida, e quais são esses elementos de bagagem do artista utilizando referências de casos com amigos e o senso comum, ou seja, a distinção do real é deturpada pelo espetáculo da história, tendo esse processo narrativo manipulado a fim de gerar mudança de estado emocional, o humor, por meio do exagero.

A identificação é elemento fundamental na construção da figura pública, mas a maneira a ser retratada a realidade lida com base na realidade fantasiosa e humorista. De acordo com Debord “O espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva.” (1997,

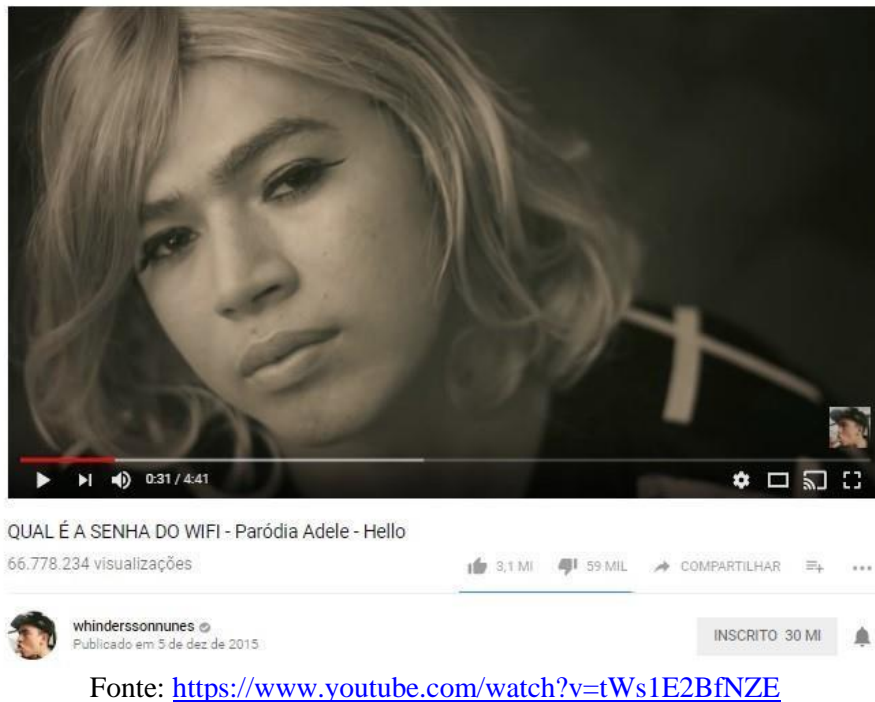
pg. 15). O vídeo possui atualmente mais de 2 milhões de curtidas e mais de 16 milhões de visualizações dos usuários da plataforma.

O humor é bastante presente no conteúdo de Whindersson, pois faz parte de sua veia artística, é algo natural dele, e ele expressa o tema da complexa relação dos filhos com suas mães, nas diversas facetas da sua personalidade. A mãe rica, que é tida como o estereótipo da super protetora, cuidadosa e carinhosa, e a mãe pobre, que é tida como a figura mais dura da casa, a que precisa ser forte e além disso, demonstrar força pelas atitudes. A identificação lida mais com a imagem da mãe na cultura brasileira e a relação que o povo possui culturalmente com essa figura que é emocionalmente conectada fortemente com cada um de nós.

Esse padrão de construção de conteúdo de um estereótipo do comportamento e infraestrutura nas camadas sociais é um viés de desenvolvimento de humor do próprio Youtuber, considerando o fato que ele veio de origem humilde e hoje compartilha do luxo e conforto que a popularidade e o capital oferecem, dando a ele experiência para utilizar essa realidade como tema de seus vídeos, de forma bastante humorada, o que sempre foi sua abordagem. O Whindersson adolescente, de origem humilde e brincalhão, e o Whindersson abastado, pós sucesso no YouTube e realizado financeiramente, são duas figuras montadas de uma mesma pessoa, dentro da internet.

“Qual é a senha do Wifi?”

Figura 03. Print Screen do vídeo “QUAL É A SENHA DO WIFI”



A música, baseada em uma obra criada por uma artista internacionalmente conhecida como Adele, que estava em alta nas canções mais populares da época de lançamento, aliado a um tema comumente ligado ao cotidiano das pessoas na sociedade conectada a redes móveis, leva a identificação e aceitação do público com o vídeo, além da dose de humor ao qual Whindersson lida com o tema.

O uso de uma temática, que apesar de curiosa e estar sempre no dia a dia, de forma silenciosa e banal, como o uso do WiFi, de forma humorística, rendeu a Whindersson mais de 3 milhões de curtidas em seu vídeo, junto a mais de 66 milhões de visualizações durante a presente análise, sendo considerado o vídeo mais assistido de seu canal atualmente.

Um ponto interessante a lidar sobre paródias, ela são a perpetuação da representação da obra original, criada com intuito de gerar a mudança de estado emocional por meio da ligação com o conteúdo, na grande maioria dos casos, de forma humorística. De acordo com Debord “Estabelece-se um predomínio da imagem sobre a coisa, da cópia sobre o original, da representação sobre a realidade, da aparência sobre o ser.” (1997, pg. 91), e também declara “Sempre que haja representação independente, o espetáculo se reconstitui” (1997, pg. 18). A repetição é uma forma de adquirir o valor da obra original

por referência, e inserir o conteúdo associado que é a intenção do re-produtor da mídia original, inserindo o tom humorístico, no caso de Whindersson.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O humor do Whindersson é o espetáculo, unido à figura que a população monta do personagem e também pessoa, sua história, sua origem, o que ele representa para a plataforma, o garoto que cresceu junto com o YouTube e publica seu conteúdo há mais de 7 anos, todos esses valores juntos a seu ponto de vista sobre os temas da vida cotidiana e também o mundo.

A escolha de produção do conteúdo de qualidade ao invés do realizado apenas para adquirir curtidas e visualizações é louvável, isso é um ponto que leva as pessoas a gostarem dele não pelo que ele faz, mas pelo que ele é, e o que ele faz se torna um complemento, passando a figura tomar mais importância, mesmo se o conteúdo do vídeo não é a piada em si.

Porém a figura do Whindersson é uma mera representação de sua atuação, ele não é mais um jovem desprovido de capital e de família humilde, mas sim um ator de comédia bem sucedido devido a suas atuações e performances artísticas nos meios de comunicação, e toda sua conquista foi realizada com base na espetacularização da vida em que levava, e utilizando essas características como ferramenta de identificação com uma geração que há cada dia é mais conectada, com seus dilemas sociais diários, situações inusitadas do cotidiano e personalidade amistosa ao público.

O humor o promoveu a outro patamar acima de outros jovens youtubers pela qualidade da atuação e da espetacularização com que conta suas histórias e lida com seus dilemas. Mas o que se leva é a impressão que é a mesma pessoa, mas o fato é que isso compõe o personagem dele, não representando sua qualificação como pessoa, mas a própria caricatura do personagem por meio de sua representação ideológica, postura e expressão.

A teoria discutida por Debord é considerada de bastante importância no sentido em que nos leva a ter uma análise crítica sobre as diversas produções socioculturais dentro do nosso universo midiático. Com a potencialização da comunicação em diversos canais de conteúdo, com cada um segmentado em seu formato de distribuição, as formas de

espetacularização de conteúdo se segmentam também em suas mais diversas facetas dentro das redes sociais.

A forma de fazer conteúdo mudou, o poder de escolha está nas mãos do espectador, mais que nunca, e o que mais define sua escolha são seus perfis, seus gostos, o que o identifica, o que o satisfaz. E é nesse cenário que o Whindersson entra. Cabe ao profissional crítico da sociedade analisar o conteúdo ao qual está consumido, e identificar as segmentações de disseminação da espetacularização, em cada caso especial, e em cada ação realizada por profissionais de Youtube, movidos por inscritos e curtidas.

REFERÊNCIAS

DEBORD, Guy. **A Sociedade do espetáculo: Comentários sobre a sociedade do espetáculo**, Contraponto, 1997.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**, editora brasiliense 2013.

MARTINO, Luís. **Teorias das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**, VOZES, 2015.

FILHO, Ciro. **Dicionário da comunicação**, Paulus, 2014.

PARRY, Roger. **A ascensão da mídia -A história dos meios de comunicação de Gilgamesh ao Google**, Campus, 2012.

VICENTE, Eliane. **Redes Sociais - Ciberespaço: novas formas de interpretação das redes sociais**, Viena, 2014.