

SIMPÓSIO AT146

ALTERIDADE E CONCEPÇÃO CÔMICA DE MUNDO A PARTIR DA PERSONAGEM “BLOGUEIRINHA”

FLOR JUNIOR, Edmilson dos Santos
Acadêmico do curso de Letras – Língua Portuguesa da UFRN – Natal/RN
edmilsonsfj@gmail.com

CASADO ALVES, Maria da Penha
Professora Doutora da UFRN – Natal/RN
penhalves@msn.com

Resumo: A partir do arcabouço teórico da Carnavalização, desenvolvido por Bakhtin (1987), e da Alteridade (BAKHTIN, 2011), o presente trabalho tem por objetivo compreender como a personagem cômica *Blogueirinha* refrata, por meio dos recursos da paródia e da ironia, o discurso das influenciadoras digitais convencionais, as quais protagonizam uma ascensão social na internet. No mundo pós-moderno, mais especificamente, no ambiente digital, as pessoas reconhecidas como *digital influencers* vêm ganhando cada vez mais espaço. Autoridades em assuntos como moda e beleza, esses sujeitos movimentam diversas comunidades na rede, de modo a atingir milhões de usuários interessados em seus conteúdos. Nesse sentido, tais celebridades são tomadas como parâmetros de comportamento, o que implica dizer que seus seguidores, pessoas que as acompanham na internet, imersos em uma indústria da beleza, assumem a necessidade de agir como elas. Posto isso, partimos de uma pesquisa qualitativa, situada no campo da Linguística Aplicada, como meio necessário para analisar a personagem supracitada. Neste estudo, o *corpus* foi constituído por vídeos retirados do Youtube, uma vez que essa plataforma se configura enquanto um dos principais meios de divulgação de conteúdo na rede. A análise do corpus se orienta pela interpretação qualitativa e pelo paradigma indiciário de Ginzburg. Com isso, percebemos que a Blogueirinha, ao rebaixar o discurso oficial das influenciadoras, promove uma concepção risível de mundo, promovendo um discurso dialógico em embate à indústria ditadora da beleza, o que a faz ganhar destaque na web.

Palavras-chave: Influenciadoras digitais; Carnavalização; Paródia; Vídeo; Moda.

Abstract: From the theoretical framework of Carnavalization, developed by Bakhtin (1987) and Alterity (BAKHTIN, 2011), the present work aims to understand how the comic character *Blogueirinha* refracts, through the resources of parody and irony, the discourse of the conventional digital influencers, who carry out a social rise in the internet. In the postmodern world, more specifically, in the digital environment, people recognized as digital influencers have been gaining more and more space. Authorities in matters such as fashion and beauty, these people move several communities in the network, in order to reach millions of users interested in their content. In this context, such celebrities are taken as parameters of behavior, which means that their followers, in a beauty industry, assume the need to act like them. Having said this, we start with a

qualitative research, located in the field of Applied Linguistics, as a necessary means to analyze this character. In this study, the corpus consisted of videos taken from Youtube, because this platform is one of the main means of disseminating content on the network. The analysis of the corpus is guided by the qualitative interpretation and by the Ginzburg's indicative paradigm. With this, we realize that Blogueirinha, by lowering the official discourse of the influencers, promotes a laughable conception of the world, promoting a dialogic discourse in conflict with the industry dictating beauty, which makes the character gain prominence in the web.

Keywords: Digital influencers; Carnavalization; Parody; Video; Fashion.

Introdução

A pesquisa, ora apresentada, insere-se no estudo do enunciado a partir de uma concepção dialógica da linguagem, desenvolvida por Bakhtin (1987; 2011), com ênfase nos postulados da Carnavalização e da Alteridade, além dos estudos culturais que têm como foco as mídias digitais e seus impactos na (re)construção da identidade dos sujeitos da pós-modernidade.

Sendo assim, voltamo-nos para a análise do vídeo “Segui o tutorial da Bruna Marquezine!”, oriundo da rede social *Youtube*, produzido pela influenciadora digital “Bruna Martins”, com temática voltada à beleza. Esse enunciado foi dialogicamente comparado com vídeo “Tutorial de make da Bruna Marquezine pra Vogue - Verão da Blogueirinha”, de mesmo tema, postado pela personagem Blogueirinha. Tal comparação se faz necessária para atingirmos o objetivo de compreender como essa figura da internet refrata, via recursos da paródia, da ironia e do humor, o discurso de Bruna Martins, que reproduz discurso voltado, sobretudo, para o mercado consumidor.

Para isso, situamo-nos no campo da Linguística Aplicada, uma vez que essa área nos permite refletir sobre a linguagem por meio de um viés interdisciplinar, ou seja, a partir da relação entre diversas disciplinas das ciências humanas que se agregam no estudo de diversos temas. Em nossa pesquisa, a hibridização de áreas do conhecimento nos é cara, tendo em vista que pensamos os enunciados concretos, não a partir de uma noção imanente da língua, mas mediante relações espaciais e temporais bem delimitadas, posto que os sujeitos que os produzem são sócio-historicamente situados.

1. As influenciadoras digitais em meio à sociedade da exposição

A proliferação das novas tecnologias da informação e da comunicação na sociedade pós-moderna tem propiciado o acesso dinâmico a diversos conteúdos, de modo a compor uma rede de conexões que diminui cada vez mais as fronteiras físicas entre os sujeitos. Os impactos oriundos de mudanças sociais dessa ordem propiciaram uma cultura da convergência (JENKINS, 2009), marcada por sucessivas transformações de cunho tecnológico, social, cultural e artístico que confrontam diretamente os consumidores a partir de inúmeras plataformas digitais.

O caráter dinâmico do século XXI traz à tona, portanto, uma sociedade marcada pelo desempenho (HAN, 2015) e, nela, faz-se necessário ampliar a produção e divulgar cada vez mais o sucesso obtido a partir do cumprimento de metas no trabalho, de uma vida “fitness” ou de um perfil bem sucedido. Por esse motivo, é de causar cada vez menos estranheza o fato de que hoje as pessoas utilizam a auto-exposição como forma de ganhar prestígio na mídia e, por consequência, lucrar com sua própria imagem.

É, pois, nessa mesma sociedade, marcada não apenas pelo desempenho mas também pela exposição, que “cada sujeito é seu próprio objeto-propaganda; tudo se mensura em seu poder expositivo” (HAN, 2017, p. 31-32). Assim, passou a ser legítima a profissão de influenciadores digitais (*digital influencers*), reconhecidos como sujeitos que possuem grande influência na internet a partir da promoção de conteúdos ligados à moda, a jogos eletrônicos, à saúde, à beleza, entre outros. Essas pessoas, ao adquirirem grande relevância na web, passaram a ser capazes de manipular o comportamento dos seus seguidores e, em função disso, atraíram os olhares das grandes marcas que circulam no mercado, o que as fez se constituírem enquanto produtos em um processo de monetização de conteúdo.

Interpelados por esse sistema de influências, é de se esperar que os sujeitos da pós-modernidade assumam identidades inacabadas, uma vez que diariamente se confrontam com influenciadores digitais que os induz a adquirirem diferentes perfis, promovendo um acabamento provisório do “eu”.

Entretanto, nessa cronotopia do consumo, o inacabamento desses sujeitos é regido, sobretudo, pelo mercado, o que nos permite entender que, por mais que as identidades sejam fluidas, elas são seduzidas por forças centrípetas que as monologizam e, dessa forma, os consumidores passam a adotar discursos padrões amplamente aceitos pela sociedade, com ideais de beleza e de qualidade de vida a serem seguidos.

2. A blogueirinha e o destronamento do discurso oficial

No limiar da concepção dialógica da linguagem, o riso é um fenômeno múltiplo: dependendo das relações em que está envolvido, ele pode ser fruto do prazer, do deboche, da exaltação e de inúmeros outros atos praticados no cotidiano. Na cultura popular da Idade Média, assumiu papel fundamental enquanto elemento de resistência frente à cultura considerada “oficial” (BAKHTIN, 1987), marcada pelo amplo poder de influência dos senhores feudais e da igreja. Imerso nos festejos do carnaval, o riso, com seu papel regenerador, promovia, dessa forma, a subversão dos valores sociais: durante o período de celebração, havia a inversão de papéis a partir do surgimento de “um segundo mundo e uma segunda vida aos quais os homens da Idade Média pertenciam em maior ou menor proporção, e nos quais eles viviam em ocasiões determinadas” (BAKHTIN, 1987, p.5).

A cultura carnavalesca na Idade Média destruía as imposições sociais regidas pela cultura da ordem e por esse motivo os ritos cômicos tinham poder regenerativo. Desse modo, o riso direcionado à superioridade é considerado por Bakhtin (1987) como um ato festivo, patrimônio do povo, universal e ambivalente, uma vez que atingia a todos e a todas e tinha o poder de prender e libertar os indivíduos ao mesmo tempo.

Na fronteira entre a vida e a arte, a carnavalização é, pois, a influência do carnaval nos textos. Por meio de uma visão cômica de mundo, alguns enunciados são capazes de promover uma cosmovisão carnavalesca que entra em embate com discursos oficiais vigentes nas mais diversas esferas da comunicação. Por esse motivo, tendo em mente que vivenciamos uma

sociedade da exposição, na qual somos interpelados por discursos que, sob efeito de forças centrípetas, ditam como devemos nos portar, elegemos a personagem Blogueirinha como meio para analisarmos como se dá o rebaixamento de discursos construídos por influenciadoras digitais, consideradas, neste estudo, como sujeitos pertencentes à cultura da ordem.

Imersa na cultura digital, a personagem Blogueirinha passou a ter prestígio na internet a partir do ano de 2017, quando se apresentou à comunidade virtual enquanto paródia de influenciadoras digitais que promovem conteúdos voltados, sobretudo, à moda, à beleza e aos estilos de vida. Por meio da divulgação, em sites como *Youtube* e *Facebook*, de vídeos humorísticos, passou a dominar comunidades de internautas interessados, cada vez mais, no seu estilo jocoso, crítico e ambivalente.

Para compreender como a Blogueirinha, alicerçada nos recursos da paródia e da ironia, constrói canais de diálogo com as demais influenciadoras, elegemos dois vídeos como *corpus* para a análise aqui realizada. O primeiro foi retirado do canal do *Youtube* chamado NiinaSecrets, da *youtuber* Bruna Martins, com o título “Segui o tutorial da Bruna Marqueline!” e o segundo pertence ao canal Blogueirinha, postado no mesmo site pela personagem que leva seu nome, nomeado “Tutorial de make da Bruna Marqueline pra Vogue - Verão da Blogueirinha”. Os dois enunciados foram criados a partir da mesma pauta, que consiste na reprodução da maquiagem realizada pela atriz Bruna Marqueline para o canal da Vogue em janeiro de 2019. Ambas as publicações foram, em um primeiro momento, sistematicamente comparadas a partir da descrição de como os vídeos são organizados, o que nos fez observar que eles se constroem da seguinte forma: (1) contextualização do vídeo: momento em que é feita a apresentação do que será reproduzido; (2) reprodução da maquiagem: momento em que as *youtubers* assistem ao vídeo da Bruna Marqueline e, ao mesmo tempo reproduzem a maquiagem; e (3) avaliação: momento em que as *youtubers* tecem seus comentários sobre a experiência.

A semelhança entre as etapas descritas se faz importante porque desse modo os internautas conseguem recuperar as cadeias dialógicas existentes

entre a Bruna Martins e a Blogueirinha, reforçando, assim, o caráter parodiador da personagem. No entanto, embora haja tal aproximação, o modo como o conteúdo chega aos consumidores se dá de formas diferentes.

Ao analisarmos o vídeo do canal NiinaSecrets, observamos que a youtuber tenta reproduzir, fielmente, o tutorial de maquiagem da Bruna Marquezine e, para isso, utiliza produtos de marcas consagradas na indústria cosmética. A partir dessa prática de divulgação, os seguidores da Bruna Martins e da Bruna Marquezine podem ou não optar pela compra desses bens de consumo, tendo em vista que, por serem “autoridades” em assuntos que envolvem a estética, as influenciadoras detêm grande poder de persuasão sobre aqueles que as assistem.

Desse modo, é perceptível que, embora não haja uma divulgação explícita das grandes marcas no vídeo da Bruna Martins, esse tipo de publicação é um terreno fértil para se plantar o discurso capitalista adotado pela indústria da beleza. Sendo assim, os indivíduos, ao se depararem com reproduções midiáticas desse porte, são induzidos, cada vez mais, a se produzirem como as Brunas, convergindo para uma cultura oficial que normatiza o modo como devemos nos portar no mundo.

Em contraponto a esse cenário, a Blogueirinha se alicerça em um conteúdo dialógico que quebra, em um primeiro momento, com as amarras sociais refratadas no vídeo do canal NiinaSecrets. Em seu conteúdo, a personagem carnavalizada também apresenta alguns produtos que estão em trânsito no mercado dos cosméticos, o que reforça, em um primeiro momento, o discurso do consumo. No entanto, de forma irônica, ela afirma que eles podem ser substituídos por produtos da indústria alimentícia, como o óleo de cozinha, e, com isso, promove um evento risível. Esse fato elucidava, então, a característica ambivalente do riso, tendo em vista que, ao mesmo tempo em que a personagem afirma um discurso da ordem, também o destrona.

Nesse enunciado, a Blogueirinha constrói, ainda, uma personagem ligada à cultura americana e, por esse motivo, enxerga-se como superior. Isso fica claro no minuto 1:52, quando ela começa a proferir palavras aleatórias que

não remetem a nenhuma palavra do inglês e, dessa forma, ridiculariza a supremacia da cultura internacional, que costuma ser adotada por influenciadoras digitais convencionais. Para a ocorrência do enunciado em análise, a carnavalização atua, nas concepções bakhtinianas da linguagem, como uma força centrífuga no momento em que rebaixa um discurso oficial que é difundido em diversas esferas sociais, constituindo-se, pois, como agente dissipador da ideologia dominante.

No vídeo da Blogueirinha, assim como no carnaval da Idade Média, o riso se faz enquanto base para signos que invertem os papéis sociais. Com a ridicularização da figura das influenciadoras digitais convencionais, a personagem carnavalizada cria uma segunda via do mundo, questionando, portanto, aquilo que está no plano oficial. Para sustentar essa segunda via, diferentemente da Bruna Martins, a Blogueirinha faz remissão ao grotesco a partir do uso de palavras de baixo calão e pelo tom de voz elevado, o que marca uma imagem grosseira e histérica. Nesse ponto, a personagem em análise diverge do tom de voz adotado pela youtuber do NiinaSecrets, que constrói uma imagem serena como artifício para se aproximar de seu público.

Na esteira dessa reflexão, percebe-se que Bruna Martins e a Blogueirinha, a partir do princípio da alteridade, contribuem para a formação identitária de seus seguidores. De acordo com Bakhtin (2011), é na interação com o outro, sempre por meio do diálogo, que os sujeitos constroem suas concepções de mundo. Desse modo, a forma como essas *youtubers* tecem seus discursos opera diretamente no acabamento provisório de um “eu” que ora caminha para a arena do consumo, ora caminha para a arena que rebaixa o mercado.

A partir da cosmovisão carnavalesca, a Blogueirinha quebra, portanto, com as expectativas que os consumidores esperam das influenciadoras digitais convencionais e ressignifica, assim, as barreiras sociais e ideológicas presentes nos discursos dominantes, numa espécie de clamor de alteridade dos marginalizados pela sociedade.

Considerações finais

A partir da análise realizada, é possível perceber que as influenciadoras digitais possuem grande capacidade de manipulação sobre seus seguidores e, por esse motivo, movimentam o mercado da beleza, reproduzindo um discurso oficial que legitima as questões de mercado. Sob forma de resistência, a Blogueirinha aponta, em partes, para o âmbito da desordem social, por meio da constituição de uma visão cômica de mundo provocada pelo riso, materializando, assim, uma segunda via de acesso ao mundo real.

Nesse estudo, os elementos da cosmovisão carnavalesca mais encontrados foram o rebaixamento do discurso da cultura da ordem, defendido sobretudo pela influenciadora Bruna Martins, bem como a remissão ao grotesco, marcado pelo uso de palavras de baixo calão durante o vídeo da personagem Blogueirinha.

Referências

BAKHTIN, M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. São Paulo: HUCITEC; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1987.

_____. **Estética da criação verbal**. São Paulo: , 2011.

HAN, B. **Sociedade do cansaço**. Rio de Janeiro: Vozes, 2015.

_____. **Sociedade da transparência**. Rio de Janeiro: Vozes, 2017.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.