

“BLOGUEIRINHA  
RICA NÃO ENTENDE  
DE BRASIL”:  
COBRANÇA PELO  
POSICIONAMENTO  
POLÍTICO E  
MANIFESTAÇÕES DE  
INFLUENCIADORES  
NA INTERNET



**IV SICCAL**

[ GT 2 - COMUNICAÇÃO, CULTURA E DIVERSIDADE ]

**Maicon José de Faria Milanezi**

*Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”*

**Marina Paula Darcie**

*Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”*

[ RESUMO ABSTRACT RESUMEN ]

Os arranjos comunicacionais apresentados por nossa sociedade em midiatização promovem a modificação das dinâmicas institucionais, que serão influenciadas pela presença de novos dispositivos de comunicação. Estar presente nas redes sociais digitais é uma das formas que o indivíduo encontra para consumir e participar da significação de mensagens, incluindo as de cunho político. Frisamos também a crescente ênfase biográfica nos discursos, o que provoca transformações que afetam a subjetividade contemporânea e reconfiguram campos como público x privado. Em ocasião das Eleições 2018 e do movimento #EleNão em repúdio ao candidato Jair Bolsonaro, muitos fãs cobraram um posicionamento político de seus ídolos virtuais sobre serem favoráveis ou contrários à campanha. Utilizando a pesquisa qualitativa, objetivamos observar a publicação da influenciadora virtual Bruna Vieira, em seu Instagram, para compreender a recepção do seu posicionamento pelos fãs.

**Palavras-chave:** Comunicação. Influenciadores Digitais. Público. Privado. Política.

The new communication arrangements presented by our society promotes the modification of institutional dynamics, which will be influenced by the presence of new communication devices. Being present in digital social networks is one of the ways that the individual finds to consume and propagate information, including those of a political nature. We emphasize the growing biographical emphasis in the discourses, which provokes transformations that affect the contemporary subjectivity and reconfigure public/private concepts. In 2018 Brazilian elections and the #EleNão movement in repudiation of candidate Jair Bolsonaro, a lot of fans have garnered a political positioning of their virtual idols over whether they favor or oppose the campaign. With this qualitative research, we aim to observe the publication of the virtual influencer Bruna Vieira, in her Instagram profile, to understand the reception of her position by the fans.

**Keywords:** Communication. Digital Influencers. Public. Private. Politics.

Los nuevos arreglos comunicacionales presentados por nuestra sociedad promueven la modificación de las dinámicas institucionales, que serán influenciadas por la presencia de nuevos dispositivos de comunicación. Estar presente en las redes sociales digitales es una de las formas que el individuo encuentra para propagar información, incluyendo las de cuño político en tiempos de elección. Destacamos el creciente énfasis biográfico en los discursos, lo que provoca transformaciones que afectan a la subjetividad contemporánea y reconfiguran campos como público x privado. En ocasión de las elecciones 2018 y del movimiento #EleNão en rechazo al candidato Jair Bolsonaro, muchos fans cobraron un posicionamiento político de sus ídolos virtuales sobre ser favorables o contrarios a la campaña. Con la investigación cualitativa, objetivamos observar la publicación de la influenciadora virtual Bruna Vieira, en su Instagram, para comprender la recepción de su posicionamiento por los fans.

**Palabras clave:** Comunicación. Influencers Digitales. Pública. Privada. La política.

## Introdução

---

A comunicação tem sofrido grandes mudanças desde a chegada e popularização da internet nos lares dos mais variados segmentos da população brasileira. Estar presente na rede conectada, ter um perfil simulacro da vida e expor seus próprios pontos de vista acerca das experiências cotidianas se tornou imperativo na vida do indivíduo atual que vê, nesse ambiente, uma extensão com limiares já bastante esmaecidos entre suas escolhas particulares e coletivas. É notado, entre os autores listados nesse trabalho (Sibilia, 2003, 2010; Lemos, 2002), que a internet – e os usos que se faz dela – está tão intrincadamente relacionada ao dia-a-dia contemporâneo que as opções privadas e públicas que o sujeito elege para sua vida são sistematicamente compartilhadas na rede virtual: seja em forma de fotos, vídeos, relatos em seus perfis *online*, entre outros formatos e linguagens que evoluem constantemente. Destaca-se também, dentre as diversas possibilidades comunicativas atuais, a grande teia de interações viabilizadas pela rede – centradas nas novas formas de produzir, transmitir e acessar diversos conteúdos (Carreira, 2015) – e o advento de novos personagens no sistema comunicativo (Weschenfelder, 2014) que detêm, de forma tão semelhante quanto nos veículos de comunicação tradicionais, o poder de influenciar e modificar a opinião do seu público seguidor. Esses novos comunicadores da internet possuem seus próprios canais e mobilizam considerável número de pessoas com sua fala: são novos “ídolos” sociais, celebridades virtuais que atuam em diversificadas plataformas *online* criadas com base no seu próprio discurso autocentrado (Primo, 2009). São aqui definidos como um personagem que usa o espaço comunicativo virtual

para dialogar direta e indiretamente com seu público seguidor e expor sua opinião sobre o seu consumo material ou não. Possuem um discurso guiado nas experiências pessoais, mediado por um repertório único e resultado de impressões particulares e, então, firmados em uma “narrativa do eu” (Sibilia, 2010), acabam por criar em torno de sua personalidade uma forma de comunidade de conhecimento e compartilhamento de informação e de afeto.

Devido a essas características expostas, os seguidores de uma celebridade virtual podem se sentir, em algumas situações, confusos com os limites acerca de quanta vida particular seu ídolo deve compartilhar, em quais momentos ele deve expor suas escolhas privadas e quanta “sinceridade” deve imprimir em seu trabalho<sup>1</sup> e conteúdo produzido, considerando que o discurso acolhido pelos fãs é o da total honestidade e transparência. Esse panorama foi observado nas últimas eleições, em outubro de 2018, quando o país se viu dividido entre supostos “petistas” e “anti-petistas” e a campanha #EleNão, contra o candidato de extrema-direita Jair Bolsonaro, ganhou as redes sociais. Foi notado, nesse período, que muitas comunidades de fãs cobraram um posicionamento político aberto de seus ídolos nas redes sociais e canais que usam para se comunicar, ilustrando a problemática do esmaecimento que a internet provoca entre as esferas pública e privada na vida dos indivíduos inseridos nesse ambiente.

Isso é observado tendo-se em mente, sobretudo, dois fenômenos proporcionados pelas redes sociais digitais quando se trata da ação política. O primeiro, de caráter

---

1 Considerando que a celebridade virtual monetiza seu poder de influenciar seu público seguidor.

fundamental, é que a internet possibilita, segundo Lemos (2003), que as maneiras de engajamento político se expandam, sejam elas baseadas em problemas globais ou locais. Isso proporcionaria a grupos sociais a participação em causas políticas e sociais que de outra forma não poderiam. O segundo fenômeno, por sua vez, tem como base o uso de funcionalidades presentes nos sites de redes sociais, como as *hashtags* que promovem mobilização – como a da campanha #EleNão –, podendo transformarem-se em memes políticos, uma forma de visibilidade estética da política capaz de instigar a ação de pessoas que à primeira vista não são interessadas nesse assunto (Freire, 2014).

Com vista no panorama exposto, objetiva-se nesse trabalho observar a publicação da influenciadora virtual Bruna Vieira, em seu Instagram, para compreender a recepção do seu posicionamento pelos fãs e as consequências geradas pela exposição da sua escolha privada. Foi feita uma análise de conteúdo na perspectiva de Bardin (2009), restrita à análise dos dez primeiros comentários – e derivados em resposta a eles, que totalizaram 247 comentários, até o fechamento desse trabalho. A seleção é justificada devido à observação de grande redundância nos dados e busca-se, aqui, mais a diversidade que a proporção. Destarte, a análise não teve como finalidade catalogar todos os comentários encontrados, mas sim, a partir da seleção coletada, refletir acerca da exposição das decisões pessoais da influenciadora em seus perfis digitais, a recepção de seu público frente ao seu posicionamento político e a articulação e desmoronamento de barreiras entre aspectos públicos e privados de sua vida. Sem intenção de generalizar os dados obtidos acredita-se, no entanto, que a articulação

destes com as teorias trazidas possui potencial explicativo. Esse trabalho pode, então, ser definido como uma reflexão teórica que se ampara em alguns dados de pesquisa.

## Comunicação política na rede

---

Casos como os observados neste trabalho são característicos da sociedade em vias de midiaticização, na qual se veem sobrepostas as formas de vivência social tanto *online* quanto *offline*, tendo esta, pela constante imbricação dos processos midiáticos, se tornado mais cheia de nuances, uma vez que os indivíduos utilizam-se dos dispositivos comunicacionais de forma a alterar a maneira de realizarem até mesmo as atividades não intermediadas pela mídia. Os estudos sobre a midiaticização vão observar como as instituições sociais como a igreja e, sobretudo, a política, alteram seus processos (Hjarvard, 2012, 2014a, 2014b) provocando, também, uma nova disposição dos campos sociais que não se instituem apenas em afastamento, mas por meio de constante circulação de sentidos e influências mútuas (Braga, 2006, 2012).

Neste cenário, os atores não se veem mais apenas circunscritos a determinados lugares e assuntos, e isso impacta na maneira de atuarem através de novas práticas que, em relação ao fluxo comunicacional em si, possibilitam arranjos que subvertem a oposição produção x recepção. O que é observado, por exemplo, pela forma que

[...] a internet altera a prática da comunicação política porque inclui no ambiente político – tradicionalmente comandado

pelos media e pelos políticos – os cidadãos de uma forma até então não vista; estendendo a possibilidade de participar (em seu sentido mais amplo) da política de forma mais próxima, frequente e atuante através dos instrumentos de comunicação que oferece. (ROSSETO, 2014, p. 39)

As mudanças estruturais também proporcionam mudanças simbólicas na forma de os indivíduos construírem sentidos, o que é notado pela maneira em que produtos do entretenimento e figuras inseridas nesse campo se relacionam com os processos políticos. Os acontecimentos se desencadeiam feito narrativas ficcionais, os agentes da política se dividem entre vilões e mocinhos e o humor e a ironia dos memes – os quais assumem diversas formas, seja através de imagens, frases de efeitos, desafios etc. – “[...] demonstram uma nova forma de consumir mídia, além de um comportamento mais participativo, que não é linear, nem previsível” (FREIRE, 2016, p. 14).

As *hashtags* como a da campanha #EleNÃO, além de serem memes que servem como termômetros de afetos e opiniões, promovem ondas noticiosas que extrapolam o espaço das redes sociais digitais ocupando espaço na imprensa tradicional e nas ruas e “[...] assumem diversas funções comunicativas em contextos políticos, como mobilização, motivação, localização, direcionamento da audiência, reforço, reinvidicação e interpretação” (SANTOS JÚNIOR, 2016, p. 146). Ou seja, elas incorporam e definem disputas simbólicas tanto por enunciarem uma posição quanto por agregarem dentro dos sites de redes sociais conteúdos que igualmente as utilizam.

Os impactos dessas transformações sociotécnicas são diversos, dentre os quais

está a ascensão de figuras públicas que despontam nesses ambientes ao construir visibilidade e influência. Estas pessoas podem se ver inseridas em conflitos nos quais os âmbitos público e o privado de suas vidas se veem perpassados, sobretudo em episódios políticos-eleitorais.

### **Público versus privado e o trabalho das celebridades virtuais**

---

As esferas pública e privada nem sempre foram notadas de forma desconjuntada pelas pessoas. A percepção da distinção entre os aspectos particular e compartilhado da vida foi uma construção social que obedeceu aos interesses políticos e econômicos do capitalismo industrial, como mostra em seu texto Sibilia (2003). De acordo com a autora, *a priori*, a vida era compartilhada com a comunidade e a criação da necessidade e respectiva

[...] valorização de um certo espaço “íntimo” foram surgindo e se constituindo ao longo dos últimos três séculos da história ocidental. Foi, precisamente, com a paulatina aparição de um “mundo interno” do indivíduo, do eu e da família, que as pessoas começaram a considerar o lar como um contexto adequado para acolher essa vida interior que começava a desabrochar. (SIBILIA, 2003, p. 2)

É dessa forma que Sibilia vê, na fundamentação da Modernidade, a configuração de dois campos delimitados: “[...] o espaço público e o espaço privado, cada um com suas funções e seus códigos próprios” (2003, p.2). Entretanto, esse panorama

parece estar sendo modificado pela forma como as pessoas se apropriam da comunicação na internet e começam a ressignificar comportamentos sociais e a valorizar posturas distintas do que pregava a condição moderna. Nessa toada, pode ser observada uma crescente ênfase que a sociedade ocidental tem dado aos relatos biográficos, superestimando discursos confessionais e todo tipo de história que remeta a vidas e experiências reais, juntamente com um processo de declínio da interioridade psicológica característica da subjetividade moderna. Acerca desses fenômenos combinados, a autora afirma a vida em comunidade na atualidade como algo "[...] na fronteira entre o extremamente íntimo e o absolutamente público" (SIBILIA, 2003, p. 6).

Nesse contexto, os muros que costumavam proteger a privacidade individual sofrem sérios abalos; cada vez mais, essas paredes outrora sólidas são infiltradas por olhares tecnicamente mediados que flexibilizam e alargam os limites do dizível e do mostrável. Como entender tais processos? Podemos dizer, simplesmente, que hoje o privado se torna público? A resposta intui-se mais complexa, sugerindo uma imbricação e interpenetração de ambos os espaços (capaz de reconfigurá-los até tornar obsoleta a distinção) [...]. (SIBILIA, 2003, p. 7)

Com a configuração atual da comunicação, considerando as possibilidades trazidas pela internet, as informações que deveriam, em outra época, ser inseridas na esfera privada da vida do indivíduo são agora compartilhadas com seu círculo social e enaltecidas pelo compartilhamento. Assim observou-se a valorização da intimidade compartilhada, vista por André Lemos (2002) como uma maneira de subverter a

comunicação dos meios de massa e trazer à tona aos ouvidos e bocas populares os discursos pessoais inibidos até então. A internet, assim como vê o autor, traz a possibilidade de "[...] reeditar práticas antigas como os diários pessoais" (LEMOS, 2002, p.4). Para ele, "no ciberespaço, o público e privado se confundem como nunca [...]" (LEMOS, 2002, p. 7).

A necessidade da aprovação do círculo social e do reconhecimento da mediocridade da vida do outro em contraposição à vida do sujeito estão no seio das novas práticas:

A vida privada, revelada pelas webcams e diários pessoais, é transformada em um espetáculo para olhos curiosos, e este espetáculo é a vida vivida na sua banalidade radical. A máxima é: "minha vida é como a sua, logo tranquilize-se, estamos todos na banalidade do cotidiano". (LEMOS, 2002, p. 12)

Enquanto os laços dessa nova sociedade também se reestruturam se posicionando na fronteira já quase inexistente entre o mundo *online* e *offline*: "participar, a partir desta visão espetacular, da vida banal de uma outra pessoa, me faz sentir re-ligado, próximo" (LEMOS, 2002, p. 13). É aceito que as relações travadas na internet estão cada vez mais ligadas à vida real do indivíduo, são importantes para seu reconhecimento na sociedade e os vínculos afetivos ali criados são parte de sua identificação. A criação de comunidades *online* é algo tão comum presentemente que os laços gerados são monetizados e medidos, mesmo que de maneira não-absoluta, como forma de influência. Essa relação, ainda incipiente, mas muito visualizada no panorama em que se configura a internet atualmente, é uma das chaves para análise da postagem a que se destina esse trabalho.

As ferramentas criadas na internet, como os blogs, o Twitter, o YouTube e o Instagram, por exemplo, colocaram um número incontável de produtores de conteúdo independentes de uma mídia hegemônica em um patamar de visibilidade como nunca antes. A celebridade virtual se criou, assim como defende Primo (2009), amparada nas ferramentas da rede e em um discurso com entonação bastante pessoal, centrada no que Sibilia (2010) conceituou como “narrativa do eu”. Primo (2009, p. 109) problematiza a prática das “*do it yourself celebrity*”<sup>2</sup>, ou aquelas celebridades que, devido ao avanço da tecnologia e o crescimento da sociedade em rede, conseguem se produzir virtualmente, criar a si mesmas e ganhar, a cada dia, maior visibilidade e público aumentando sua comunidade e crescendo seu nível de influência sobre ela. O autor coloca que essas pessoas utilizam as novas tecnologias da informação e da comunicação para interagir com seu público de uma forma muito mais direta e próxima do que a mídia tradicional jamais conseguiu. Esses comunicadores buscam criar uma percepção de autenticidade e intimidade com seus seguidores, de forma que a relação entre a celebridade virtual e sua comunidade de fãs é baseada na comunicação que prioriza o processo de intimidade socializada, trazendo à margem também a racionalização de afetos, que mistura esfera pública e privada. Dessa maneira, a narrativa criada tem como foco a valorização da personalidade individual da celebridade (Campanella; Nantes; Fernandes, 2018).

Pensando nessa relação comercial que se estabelece através de vínculos

---

<sup>2</sup> Celebridades criadas por elas mesmas. (Tradução nossa)

associativos simbólicos e afetivos, é importante destacar a improbabilidade de desassociar temas em pauta na vida íntima da celebridade virtual daquilo que é agendado em suas redes sociais. Por consequência, quanto mais agendada e exposta a vida privada do influenciador, maior será a curiosidade da população por ela (Primo, 2009). Essa relação tem fundamento também quando consideradas as ferramentas que a celebridade virtual emprega, já que possibilitam o contato mais próximo<sup>3</sup> com seus fãs e isso gera um relacionamento diferente daquele observado em outras mídias: na internet, o limiar entre produtor e consumidor de informação é mínimo, e os seguidores de uma celebridade virtual também produzem conteúdo e informação na rede, podendo manter um relacionamento de moderação com seu ídolo de forma quase instantânea.

[...] a habilidade de pessoas famosas em ler e responder aos fãs deu início a uma nova série de práticas e interações. Celebridades precisam aproveitar dessa habilidade para manter afiliações constantes e conexões com seus fãs, ao invés de parecerem indiferentes ou indisponíveis. (Marwick; Boyd, 2011, p. 157)

Observa-se o importante papel que os fãs desempenham nessa cadeia produtiva porque eles são os maiores propagadores de conteúdo disponibilizado na rede e reforçam o *status* dos produtores independentes.

---

<sup>3</sup> As plataformas da rede em que atuam a celebridade virtual, como blogs, canais no Youtube, perfis no Instagram possuem ferramentas que possibilitam a troca de comentários e botões de “like” e “dislike” – que determinam o grau de satisfação dos espectadores.

[...] a celebridade desenvolve um tipo de intimidade com seus seguidores que os motiva a participar de verdadeiras cruzadas nas mídias sociais com o objetivo de produzir maior atenção midiática para seu ídolo. Celebridade e seguidor estão, desse modo, dentro de um processo que se retroalimenta, caracterizado pela mútua produção de visibilidade com diferentes implicações para ambos. (CAMPANELLA, NANTES, FERNANDES, 2018, p.162)

A popularidade, então, “[...] é mantida através do constante gerenciamento de fãs e a autoapresentação é cuidadosamente construída para ser consumida por outros” (MARWICK; BOYD, 2011, p.140).

É natural, assumindo a regularidade desse cenário, observar a atuação dos fãs na cobrança por esclarecimento de algo que os deixaram insatisfeitos e até mesmo pelo posicionamento do seu ídolo acerca de um cenário social, econômico ou político em voga. Esse panorama foi observado nas eleições de 2019 no país, quando o público de celebridades midiáticas e virtuais pediu para que as escolhas individuais daqueles fossem divulgadas como forma de engrossar a campanha #EleNão, contra o atual presidente da república.

Constata-se que, como as celebridades virtuais estão presentes com maior naturalidade nas redes sociais *online* e sujeitas a maior exposição de suas vidas privadas e, ainda que algumas delas tenham optado pela omissão quanto ao cenário político no período, pareceu um movimento natural para outras se posicionar politicamente, apesar de não estarem livres das sanções derivadas dessa postura – como veremos no tópico seguinte a perda de seguidores, de

patrocinadores, e a desmoralização e violência verbal em seus canais de comunicação.

## Análise da postagem

---

Nos meses de setembro, outubro e, para além do período eleitoral, passando por novembro e meados de dezembro de 2018 a internet – e as ruas – foi tomada pela disputa simbólica entre eleitores pró e contra o candidato à presidência da república Jair Bolsonaro. Uma das *hashtags* mais subidas nas variadas redes sociais, como o Twitter, o Instagram e o Facebook foi a #EleNão, criada e usada em massa por aquelas pessoas que se opunham à sua candidatura e à aceitar vê-lo como futuro presidente, tendo sido, mais tarde, apropriada e subvertida por indivíduos a favor do candidato, que passaram a usar essa mesma *hashtag* ou a #EleSim.

Foram observados, nesse período, muitos influenciadores digitais se posicionando frente ao cenário político e contra o candidato de extrema-direita, dentre alguns deles estão Felipe Neto, Kéfera Buchmann, PC Siqueira, Karol Pinheiro, Maqui Nóbrega, Carol Burgo, Dani Nocce, Paulo Cuenca, Whindersson Nunes, Luísa Sonza e Lu Ferreira. A análise deste trabalho centra-se na repercussão (positiva e negativa) a uma publicação desse tipo feita por Bruna Vieira. Optou-se por essa publicação, mostrada abaixo (Figura 1), porque a celebridade virtual a manteve no ar mesmo após o resultado das eleições, o que colaborou para a coleta dos dados e otimizou o trabalho da pesquisadora e pesquisador.

[ Figura 1 ]  
Postagem da influenciadora em seu Instagram pessoal



Fonte: retirado do perfil @brunavieira no Instagram, 2018.

A postagem foi compartilhada em seu perfil do Instagram no dia 26 de outubro e a repercussão foi imediata, apesar de receber continuamente, até o fechamento do trabalho, mais comentários e reações – favoráveis ou não ao posicionamento da influenciadora. Até o fechamento desse artigo, a publicação havia totalizado 58039 curtidas e 1880 comentários.

As reações observadas nos comentários coletados foram avaliadas e agrupadas por tipos quanto à aprovação *versus* desaprovação em relação ao posicionamento da influenciadora e quanto à empatia *versus* antipatia frente à personalidade de Bruna. As variações observadas estão listadas abaixo:

### Aprovação e Empatia

Muitas das reações que se enquadram nesse recorte afirmaram orgulho por ela ter se posicionado e/ou agradecem a ela por ter aderido ao movimento e usar sua influência para algo que os seguidores consideram bom.

O caráter pessoal e emocional no conteúdo desses comentários a favor tanto do posicionamento quanto da personalidade da influenciadora chama atenção: muitas afirmam que já esperavam essa postura de alguém como Bruna – teor que demonstra a fidelidade no consumo do conteúdo postado pela *influencer* e o conhecimento de

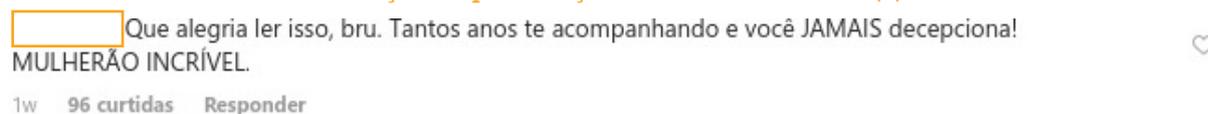
sua trajetória pessoal e profissional. Esses comentários reforçam o pensamento de seus seguidores que acreditavam no potencial que Bruna tinha para colaborar com a luta política representada pela campanha.

Esse tipo de comentário também afirma o orgulho que parte dos seguidores sentem pelo desenvolvimento crítico da celebridade, que entendem seu posicionamento refletir uma postura não alienada e a favor do que consideram o "lado certo" da polarização que se fortaleceu no país, especialmente no cenário do segundo turno das eleições 2018.

Um fator interessante para ser mencionado é a necessidade de expor há quanto tempo e com qual rigidez seguem o trabalho de Bruna, como forma de externar o carinho que sentem por ela – muitos desses comentários, na intenção de provar o amor de fã pela influenciadora, buscam lembrar há quantos anos a seguem nas redes, fato que faria com que se sentissem muito próximas a elas, como amigas ou parte de sua família o que facilitaria a compreensão da posição externada por ela, vista como afim à imagem percebida por eles. Um exemplo que ilustra esse cenário está contido na Figura 2 abaixo:

[ Figura 2 ]

Reações à publicação da influenciadora (1)



Fonte: retirado do perfil @brunavieira no Instagram, 2018.

O trabalho que Baym (2013) desenvolveu acerca do relacionamento que cantores e bandas mantêm com seus fãs nas redes sociais colabora para o entendimento dessa relação desenvolvida entre os seguidores de Bruna e a influenciadora. Quando avalia o encontro virtual em contraposição ao encontro físico entre artistas da indústria da música e seus fãs a autora afirma que

[...] as mídias sociais suplementam os meios tradicionais de criar novos relacionamentos do que tocar ao vivo vem oferecendo aos artistas, permitindo aos músicos encontrarem novas pessoas que enriquecem suas vidas. Para alguns, isso sabota o conceito de que as pessoas com quem interagem online deveriam ser considerados fãs. Outros [...] estão comprometidos a manter a

divisão fã/amigo, por razões de privacidade ou para manter o apelo da música, tornando mais complicado o engajamento das audiências online. O equilíbrio de poder não é predeterminado por categorias sociais como músico e audiência, eles são negociados. (BAYM, 2013, p. 24)

Utilizando a fala da autora para compreender os laços simbólicos construídos pelos fãs quanto à influenciadora e vice-versa, pode-se entender que muitas vezes o relacionamento criado pelo trabalho da celebridade extrapola o compromisso estéril e culmina na fim da divisão entre fãs e amigos, ou seja, assim como os seguidores de Bruna afirmam se sentirem próximos dela, a influenciadora também compreende sua comunidade como um braço de sua família. Algo com

que contar. Os comentários de fãs que citam que escolheram a blogueira certa para amar e acompanhar são exemplos desse cenário.

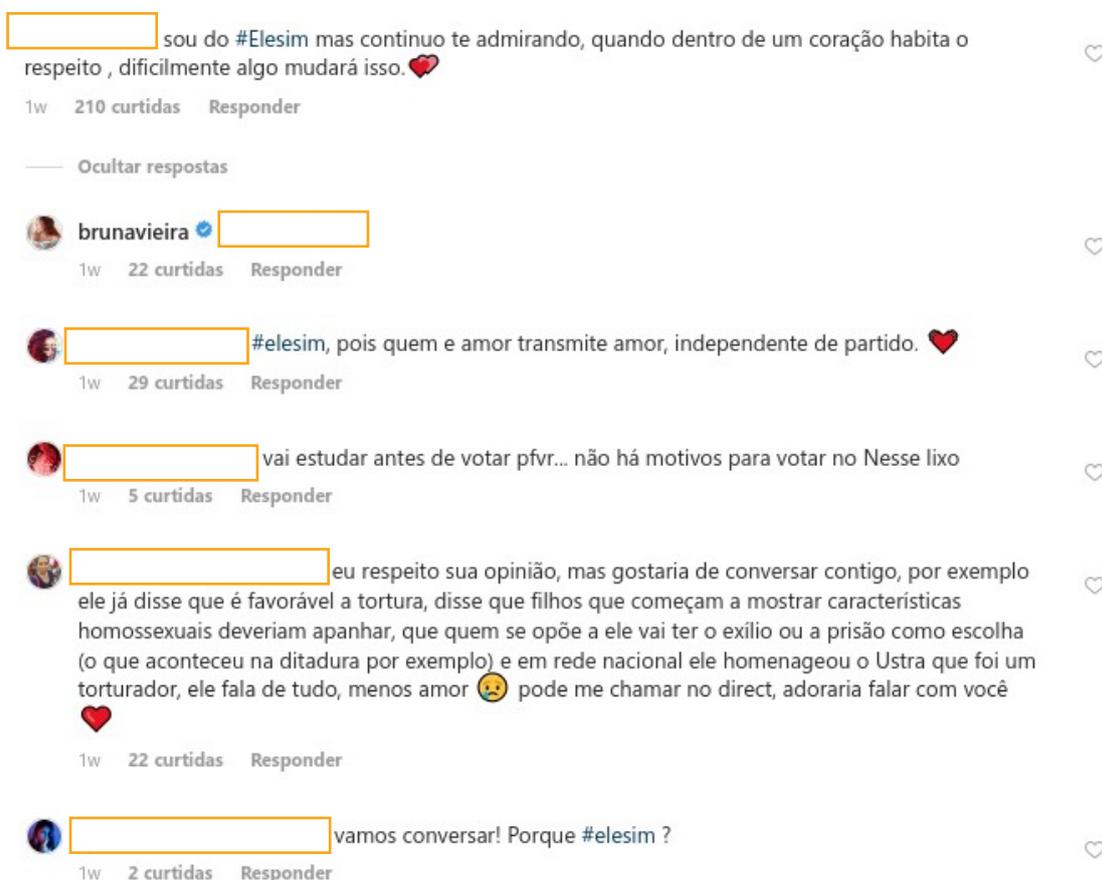
Outra vertente observada, ainda sob o prisma da aprovação e da empatia, é a que circunda expressões de agradecimento pela “coragem” que Bruna precisou ter para se posicionar publicamente. Esse tipo de manifestação leva a crer que as sanções pelo posicionamento contra o candidato eram reconhecidas naquele meio e o fato de Bruna ter transgredido o estado considerado adequado para sua profissão – manter-se neutra frente ao

cenário político – agradou a muitos de seus seguidores, que reconhecem as possíveis penalidades que receberia seu ídolo.

### Desaprovação e empatia

O segundo tipo de comentários coletados são caracterizados pela desaprovação quanto ao posicionamento de Bruna, ainda que empáticos quanto à sua personalidade, intelecto e capacidade de discernimento. Nesse tipo de fala, salvo poucas exceções, o apreço pelo respeito da parte da influenciadora e a maioria dos comentaristas nas discussões ficou evidente, como mostra a Figura 3 abaixo:

[ Figura 3 ]  
Reações à publicação da influenciadora (2)



Fonte: retirado do perfil @brunavieira no Instagram, 2018.

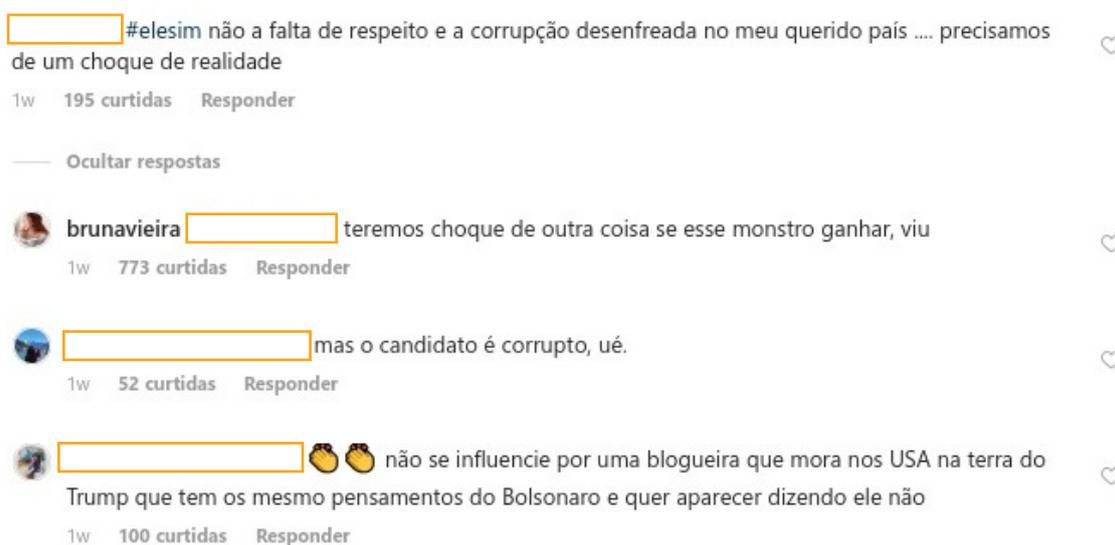
Alguns deles, a exemplo da imagem acima, pretendem abrir uma caixa de diálogo acerca das propostas dos candidatos, outros afirmam compreender a postura de Bruna, apesar de não serem convergentes com ela. Nessa seara, houve comentários que discordam do posicionamento da influenciadora, mas ainda assim refletem a admiração e o carinho por ela.

## Desaprovação e antipatia

Por fim, outro aspecto observado nos comentários se encaixam nos critérios de desaprovação de sua postura e antipatia quanto à sua personalidade e história. Nesse sentido, houve comentários que tentaram desclassificar a opinião da celebridade através de reprimendas, acusações e sarcasmo. É o que mostra a Figura 4:

[ Figura 4 ]

### Reações à publicação da influenciadora (3)



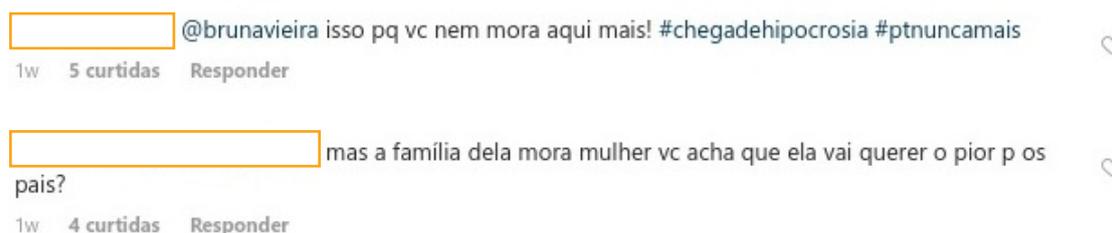
Fonte: retirado do perfil @brunavieira no Instagram, 2018.

Aqui, notou-se grande multiplicidade de comentários desmerecendo a opinião de Bruna por ela estar morando

momentaneamente nos Estados Unidos, país governado por um presidente de direita.

[ Figura 5 ]

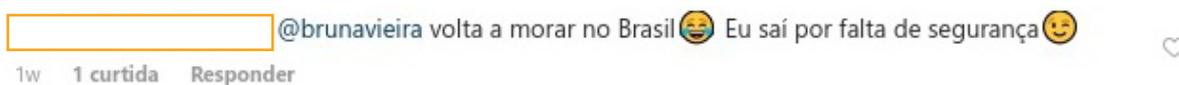
### Reações à publicação da influenciadora (4)



Fonte: retirado do perfil @brunavieira no Instagram, 2018.

[ Figura 6 ]

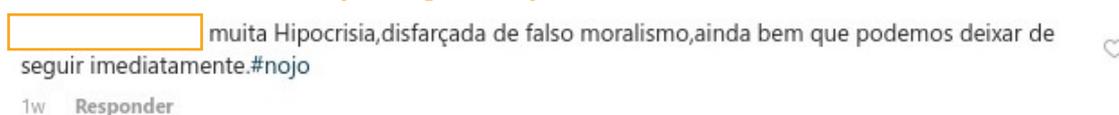
Reações à publicação da influenciadora (5)



Fonte: retirado do perfil @brunavieira no Instagram, 2018

[ Figura 7 ]

Reações à publicação da influenciadora (6)



Fonte: retirado do perfil @brunavieira no Instagram, 2018

Esses comentários intentam reprimir e deslegitimar seu posicionamento acusando-a de não conhecer a realidade dos brasileiros que a seguem, de viver de forma alienada aos problemas do Brasil e de não pertencer mais a esse território. Tendo de se eximir, por essa razão, de qualquer opinião ou posicionamento.

Buscando arcabouço no estudo de Baym (2013) compreende-se que existem fãs que agem de forma considerada não apropriada pela celebridade, atuando de forma emocional desmedida. Foi o que notou a autora em seu estudo:

Contrário às percepções de que todos os fãs são demasiadamente emocionais, a maioria dos músicos descobre que uma grande parte deles agem de maneira apropriada. Entretanto, quase todos encontram membros da audiência que são inapropriadamente emocionais. Em alguns casos, fãs se sentem conectados demais a eles. Em outros, alguns podem ficar muito bravos com eles. O fluxo contínuo de interações sociais mediadas expõe músicos a demonstrações emocionais regulares que são

desconfortáveis, assustadoras ou ofensivas. (BAYM, 2013, p.34)

Parece, através da subjetividade impressa nesse tipo de comentário avaliado, que os seguidores admiravam Bruna e se sentiram traídos ou enganados no momento em que ela postou algo que contradisse a postura que esperavam e previram com base na pré-análise e pré-conceitos que formaram em torno da vida compartilhada da influenciadora. Causando, pois, uma dissociação inaceitável entre o que enxergavam como projetado pela imagem pública dela e aquilo que compreendiam e gostavam nela.

Finalmente, acerca das reprimendas sofridas, o primeiro tipo de sansão notado através dos comentários coletados é a perda de seguidores que não concordam com o posicionamento de Bruna:

Esse modo de punir a celebridade por ter se manifestado acerca de algo que não devia, ou por ter se colocado contrária a parte de seus seguidores foi o mais visível ao longo do processo de análise. Há outra maneira de punição que não pôde ser contabilizada, mas que Bruna

chegou a comentar em suas redes sociais: a perda ou afastamento de potenciais patrocinadores. Esse "castigo" foi imposto e comentado também por outros influenciadores digitais que se manifestaram contra Jair Bolsonaro, a exemplo de Dani Nocce e Luísa Sonza. O que representa que o alcance das sanções ultrapassou os limites circunscritos à imagem pública da influenciadora junto a seus fãs.

ainda, aqueles que expressam sua contrariedade de maneira incisiva, declarando que isto abalou o vínculo construído entre eles.

Com isso, é possível notar como a intensa circulação de afetos, para além de restrições a campos delimitados de assuntos, mobiliza todos os espaços e processos de interação. A fácil sobreposição de público e privado traz para a arena de trocas *online* uma multiplicação de polêmicas quando se diz respeito, sobretudo, ao posicionamento político e a defesa de posições. ■

## Considerações

---

É notado que a exposição não traz apenas coisas ruins: muitos laços afetivos são criados entre a influenciadora e os leitores. Em momentos de solidão, Bruna não se sente sozinha e o apoio é constante e imediato. Porém, há intensa cobrança para que ela, como personalidade, compartilhe todos os meandros da sua vida para manter saciada a curiosidade e a demanda de seus fãs. Isto mantém aceso o contato e os processos de troca, fazendo, contudo, que surjam conflitos caso entre o conteúdo compartilhado estejam assuntos que contrariem alguns desses fãs.

Um processo dicotômico como este viu-se representado durante o processo eleitoral, uma vez que a polarização política também encontrou lugar em meio aos influenciadores como Bruna. Ao tornar público seu apoio à campanha #EleNão, seus fãs dividiram-se em apoiadores de sua atitude – estes enxergaram isso como afim à imagem pública projetada por sua ídolo –, detratores, que mesmo em discordância respeitam a posição da influenciadora e,

### [ MAICON JOSÉ DE FARIA MILANEZI ]

Radialista e mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – Unesp.  
E-mail: eumaiconmilanezi@gmail.com

### [ MARINA PAULA DARCIE ]

Radialista, mestra em Comunicação Midiática e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – UNESP, campus Bauru – SP, Brasil. Integrante do grupo de Pesquisa PCLA - Pensamento Comunicacional Latino-Americano.  
E-mail: marinapdarcie@gmail.com

## Referências

---

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.

BAYM, Nancy K. **Fãs ou amigos?** Enxergando a mídia social como fazem os músicos. Matrizes n°1, São Paulo, 2013.

BRAGA, José Luiz. **Circuitos versos campos sociais**. In: MATOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda Aparecida. Mediação e Mdiatização: Livro Compós 2012. Salvador/Brasília: UFBA/COMPÓS, 2012. p. 31-52.

BRAGA, José Luiz. **Midiatização como processo interacional de referência**. In: E-COMPÓS, 16., 2006. Anais. Bauru, Unesp, 2006.

CAMPANELLA, Bruno; NANTES, Joana d'Arc; FERNANDES, Paula. **Criando intimidade, recebendo visibilidade**: novas práticas de persuasão na economia da fama. Comunicação, Mídia e Consumo, Vol. 15, 2018.

CARREIRA, K. **Youtuber e conteúdo audiovisual propagável**, 2015. Disponível em: <http://www.labcomdata.com.br/wp-content/uploads/2015/12/CarreiraKCPaperVersa%CC%83oFinal.pdf> Acesso em 12 de janeiro de 2016.

FREIRE, Fernanda. Eleições da Zueira: **Memes, humor e política nas eleições presidenciais de 2014**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil, 2016.

HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 5, n. 2, 2012.

HJARVARD, Stig. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Matrizes**, v. 8, n. 1, 2014a.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2014b.

LEMOS, André. **A arte da vida**: diários pessoais e webcams na Internet. XI COMPÓS. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2002.

LEMOS, André. **Ciberativismo**. 2003. Disponível em: < <https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/ciberativismo.pdf>>. Acessado em: 12 out. 2018.

LEMOS, A. **Cibercultura**. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2010.

MARWICK, Alice; BOYD, Danah. **To see and be seen:** celebrity practice on Twitter. *Convergence*. 1.7, 2011.

ROSSETTO, Graça Penha Nascimento. **Fazendo política no TWITTER:** como os efeitos estimados das mensagens influenciam as ações e os usos da plataforma. 2014. Tese (doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação.

PRIMO, A. Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs. In: **XVIII Encontro Anual da Compós**, 2009, Belo Horizonte. Anais. Belo Horizonte: Puc Minas, 2009.

SIBILIA, Paula. **A intimidade escancarada na rede:** blogs e webcams subvertem a oposição público/privado. *Intercom 2003 – XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Anais XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, 2003.

SIBILIA, Paula. Celebridade para todos: um antídoto contra a solidão? In: **Ciência e Cultura**, volume 62, n.2. São Paulo, 2010.

WESCHENFELDER, A. Transformações da expert em celebridade: O caso Camila Coelho. In: **III Colóquio Semiótica das Mídias - Pentálogo V Dicotomia Público/Privado: Estamos no caminho certo?** Japaratinga. Anais do Colóquio Semiótica das Mídias. Japaratinga: CISECO, 2014.