

POLITICAMENTE CORRETAS: PARATEXTUALIZAÇÃO DE DIVAS POP POR INFLUENCIADORES DIGITAIS

MARÍLIA ABIGAIL MENESES BATISTA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

Agradecimento à órgão de fomento:

Ao CNPq, pelo apoio e contribuição dadas ao desenvolvimento da Dissertação de Mestrado que teve este artigo como um de seus resultados. A Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) por possibilitar a realização deste trabalho.

POLITICAMENTE CORRETAS: PARATEXTUALIZAÇÃO DE DIVAS POP POR INFLUENCIADORES DIGITAIS

Introdução

Influenciadores digitais que disseminam informações sobre divas pop abordam a construção de suas imagens públicas, paratextualizando seus acontecimentos diários. Logo, a construção de suas imagens está imbricada na vontade das divas de se tornarem figuras relevantes socialmente.

Problema de Pesquisa e Objetivo

O presente trabalho buscou entender como influenciadores digitais brasileiros paratextualizam a construção da imagem pública das divas pop.

Fundamentação Teórica

A imagem da diva é construída em meio a um sistema governamental neoliberal, que resulta numa governamentalidade (FOUCAULT, 2008) capaz de definir certas modelagens, de maneira sutil (BECKETT, 2012), de orientação dos seus comportamentos (FOUCAULT; 2014). Embasamo-nos em Foucault aqui para corroborar com a ideia de que os comportamentos políticos e ações sociais das divas, embora genuínos não escapam desta estrutura governamental. Pois a governamentalidade define quais ações são aceitas, valores e crenças sociais (A LTHUSSER; 2006).

Metodologia

O arquivo de pesquisa foi construído por 677 notícias de blogs de fofocas sobre as divas Anitta; Demi Lovato; Lady Gaga; Ludmilla; Pabllo Vittar e Rihanna. A análise foi realizada por meio da Análise de Discurso Foucaultiana.

Análise dos Resultados

Os resultados revelaram duas formações discursivas: a primeira corresponde ao cuidado oferecido pelos fãs que protegem a imagem das divas. E a segunda se refere à criação da imagem midiática da diva, pelos influenciadores digitais em conjunto com elas mesmas. Concluímos que os influenciadores paratextualizam a construção da imagem pública das divas pop por meio do endossamento de sua mobilização política.

Conclusão

As divas pop, por estarem sob um sistema de governamentalidade neoliberal, se veem naturalmente como sujeitos constituídos de cultura e economia se caracterizando como homo economicus, que trabalha buscando atender seus próprios interesses e consequentemente acaba convergindo com os interesses dos outros (Foucault, 2008). O que significa dizer que a camada social e ativista incorporada a suas imagens está diretamente ligada a interesses econômicos e de crescimento profissional. E isto é naturalmente almejado e aceito socialmente, pois condiz com as normas e verdades dessa governamentalidade.

Referências Bibliográficas

ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of consumer research*, v. 31, n. 4, p. 868-882, 2005. FOUCAULT, M. Vigiar e punir. Petrópolis: Vozes, 2015. FOUCAULT, Michel. Nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979). Martins Fontes, 2008. GRAY, J. Show sold separately: promos, spoilers and other media paratexts. New York: New York University Press, 2010.



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866