



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

DISCURSO DE ÓDIO ÀS DIVAS POP: A HATERIZAÇÃO DO ANORMAL POR INFLUENCIADORES DIGITAIS

MARÍLIA ABIGAIL MENESES BATISTA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

ANDRÉ LUIZ MARANHÃO DE SOUZA-LEÃO

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.

DISCURSO DE ÓDIO ÀS DIVAS POP: A HATERIZAÇÃO DO ANORMAL POR INFLUENCIADORES DIGITAIS

Introdução

O discurso de ódio destinado às divas pop se configura como uma materialização da fiscalização disciplinar, que tenta anular características das divas que são consideradas anormais dentro das determinações sociais. Esses ataques são disseminados pela rede e muitas vezes exposto pelas próprias divas e pelos influenciadores digitais que ao se apropriarem das divas passam a executar uma paratextualização.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Influência digital é um fenômeno cada vez mais presente na sociedade. Os influenciadores digitais se apropriam de divas pop e as paratextualizam evidenciando a normalização que é imposta a elas. Argumentamos então que a normalização aplicada às divas é realizada por meio de um processo de haterização. Exposto isto, buscamos analisar como influenciadores digitais brasileiros paratextualizam a normalização de divas pop.

Fundamentação Teórica

Os ataques destinados às divas pop percorrem uma linha ofensiva que vai desde racismo (DUVALL, HECKEMEYER, 2018; SHOME, 2000) a homofobia (HIMBERG, 2018) e esse mix de ataques tem se tornado cada vez mais comum, já que vivemos em uma sociedade regida por normas que dizem como cada pessoa deve se comportar socialmente. Diante disto, nos baseamos em Foucault (2001) que diz que vivemos em uma sociedade disciplinar, na qual sofremos uma fiscalização constante para que seja garantido que nós sigamos os padrões comportamentais institucionalizados como normais.

Metodologia

Para isto, analisamos o discurso de influenciadores digitais através da Análise de Discurso Foucaultiana. Nosso arquivo de pesquisa foi construído a partir de blogs de fofocas de celebridades que publicaram notícias sobre divas pop.

Análise dos Resultados

Quanto aos resultados, chegamos a duas formações discursivas: a primeira se refere a proteção e apoio as divas e a segunda aos lados negativos de ser uma diva pop. Por fim, o resultado encontrado evidencia que os influenciadores digitais paratextualizam a normalização de divas pop apresentando a resistência das divas a aceitarem os padrões impostos.

Conclusão

A pressão que as divas recebem sobre seus corpos fazem parte de uma materialização discursiva que impõe, corroborando com os interesses hegemônicos da sociedade, o padrão para se considerar o corpo útil, belo, feminino e digno de uma diva. Porém o que nossos achados nos mostram é que toda essa regulação e limitação dos corpos não são aceitas pelas divas que agem de maneira a contrariar o que lhes é cobrado, isso fica claro quando vemos divas se abstendo de usar programas de edição sobre suas fotos e evidenciando suas formas e “imperfeições” corporais.

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. BUTLER, Judith. Problemas de gênero:



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

feminismo e subversão da identidade. Editora José Olympio, 2018 FOUCAULT, Michel. Os anormais: curso no Collège de France (1974-1975). Martins Fontes, 2001. GRAY, J. Show sold separately: promos, spoilers and other media paratexts. New York: New York University Press, 2010.