

A folkcomunicação na web-reality "Corrida das Blogueiras": A comunicação Queer para o público youtuber. Marcelo Pires de Oliveira.

## **A folkcomunicação na web-reality "Corrida das Blogueiras": A comunicação Queer para o público youtuber**

***La folkcomunicación en la web-reality "Carrera de Bloggeras": La comunicación Queer para la audiencia de youtube***

*Folkcommunication on web-reality "Blogger Race": Queer communication for Youtuber audience*

Marcelo Pires de Oliveira <sup>54</sup>

Beatriz Corrêa Pires Dornelles <sup>55</sup>

Resumen: La plataforma digital YouTube© ocupa el segundo lugar en número de usuarios en todo el mundo. Uno de los canales de YouTube© que ha conquistado a la audiencia brasileña es el canal Diva Depresión™ que tiene como atracción el programa "Carrera de Blogueiras©". El programa se clasifica como un programa de telerrealidad basado en la web, por lo tanto, un Web-Reality, donde los participantes deben completar tareas y pruebas en las que sus habilidades de "Blogger" pueden ser juzgadas por un cuerpo de jueces permanentes e invitados que seleccionan a los miembros. Los ganadores de la prueba que continúan en el programa de participantes que serán eliminados, como muchos programas en el género. La folkcomunicación es la teoría básica para analizar el contenido y el discurso de este programa porque considera que los grupos no hegemónicos y marginados de la sociedad pueden encontrar canales de expresión alternativos. Al programa a analizar participaran mujeres heterosexuales, hombres homosexuales y Drag Queens. Este programa va más allá de la categoría de comunicación de nicho y llama la atención de las grandes corporaciones según lo expresan los patrocinadores del programa que demuestran la percepción de la penetración de la audiencia del programa.

Palabras Clave: Youtube, Web-Reality, Folkcomunicacion.

---

<sup>54</sup> Marcelo Pires de Oliveira. Universidade Estadual de Santa Cruz, Doutor em Multimeios, Brasil, mpoliveira@uesc.br

<sup>55</sup> Beatriz Corrêa Pires Dornelles. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Doutora em Comunicação. Brasil. biacpd@puers.br

Abstract: The YouTube© digital streaming video platform ranks second in worldwide user numbers. Diva Depressao™ is one of the YouTube© channels that have been conquering the Brazilian audience. One of its attractions is the program “Bloggers Race”. The program is categorized as a web-based reality show, thus a Web-Reality, where participants must complete assignments and tests in which their “Blogger” skills can be judged by a body of permanent judges and guests who select the test winners who continue and the participant that will be eliminated, like many programs in the genre of competitive reality. Folkcommunication is the theory that helps to analyze the content and discourse of this program for its view that non-hegemonic and marginalized groups in society can find alternative channels of expression. The program analyzed was attended by heterosexual women, male homosexuals, and Drag Queens. This program goes beyond the category of niche communication and catches the eye of big corporations as expressed by program sponsors who demonstrate the perceived audience penetration of the program.

Key words: Youtube, Web-Reality, Folkcommunication.

### **Introdução**

A plataforma de videos digitais por streaming<sup>56</sup> Youtube© ocupa o segundo lugar em números de usuários mundiais, com a marca de 1 bilhão e 500 milhões de assinantes em 2018 (Kemp, 2018: 59). O Youtube© foi criado em 2005 (Kleina, 2017) e seu sistema está baseado na disponibilização de material audiovisual produzido por

qualquer pessoa, seja alguém com conhecimentos sobre a área ou sejam leigos. A vantagem desse sistema está na facilidade que o usuário tem para postar seus audiovisuais e para pesquisar e assistir o material produzido por qualquer pessoa.

Desde 2007 o Youtube© mantém um sistema de monetização<sup>57</sup> em que os produtores de conteúdo conseguem obter

---

<sup>56</sup> Streaming é o conceito em inglês para o fluxo de dados de áudio e vídeo pela rede mundial de computadores. Está apoiada em uma tecnologia que viabiliza a transmissão de programas de áudio e audiovisuais pela internet. O Youtube é uma das plataformas de divulgação de audiovisuais mais conhecidas e utilizadas atualmente.

<sup>57</sup> Monetizar é o termo utilizado para se referir à capacidade de um canal do Youtube© gerar dividendos para os produtores de conteúdo. Essa capacidade de gerar recursos financeiros está associada a exibição de anúncios publicitários inseridos no programa do canal e em propagandas presentes na página do canal.

recursos financeiros pela divulgação de anúncios publicitários em seus canais em um sistema muito parecido com o sistema já conhecido das emissoras de televisão de sinal aberto e por assinatura (Kleina, 2017). Com esse sistema de monetização muitos produtores de conteúdo estão passando por um processo de profissionalização com geração de renda sobre a audiência e ampliando o campo de produção audiovisual com o surgimento de uma nova linguagem audiovisual mais apropriada para esse meio de comunicação.

Em todo o mundo o Youtube© é bastante assistido, no Brasil os usuários destinam pouco mais de 11 minutos diários para ver os conteúdos de seus canais preferidos (Alexa, 2019). Um dos canais de Youtube que vem conquistando a audiência brasileira é o canal *Diva Depressão*<sup>TM</sup> (2019) que possui mais de 2 milhões de inscritos. A inscrição é uma estratégia criada pelo Youtube© para conferir a capacidade de cada canal gerar audiência. Essa inscrição é gratuita e tem como objetivo propiciar ao usuário o conhecimento da existência de novos programas, obter informações sobre os canais de sua preferência e, também, servem para que os produtores de conteúdo possam provar o número de sua audiência, garantindo

assim melhores condições nas negociações de repartição das verbas publicitárias arrecadas pelo sistema.

Um dos conteúdos do canal *Diva Depressão*<sup>TM</sup> que atingiu a marca de um milhão de visualizações foi o Web-Reality: "Corrida das Blogueiras©". O canal, assim como o programa, é comandado por um casal homossexual masculino, Eduardo Camargo e Filipe Oliveira. Sua audiência extrapola as fronteiras de gênero e apresenta um olhar Queer (Low, 2016) do universo das celebridades da mídia tradicional, assim como das novas Ciber-celebridades.

O programa é categorizado como um reality show difundido pela Web, portanto um Web-Reality. As participantes têm que cumprir tarefas e provas em que suas habilidades de "blogueiras" possam ser avaliadas por um corpo de jurados fixos e de convidados que selecionam as ganhadoras da prova, que continuam no programa, da participante que será eliminada, conforme muitos programas do gênero de realitys de competição, como por exemplo "Project Runaway<sup>TM</sup>" (Holzman, 2009).

Esse artigo tem por objetivo realizar a análise do conteúdo do programa "Corrida das Blogueiras©" objetivando identificar como as ferramentas digitais de comunicação estão

servindo para a expressão de ideias de um grupo ainda marginalizado (Beltrão, 2014), que está conquistando seu espaço de expressão. A Folkcomunicação (Beltrão, 1980) é a teoria de base para analisar o conteúdo do programa no *Youtube@*, partindo do princípio de que os grupos não hegemônicos e marginalizados pela sociedade normatizadora (Green & Polito, 2004) são capazes de encontrar canais de expressão alternativos em que suas ideias e discursos são propagadas tanto para sua audiência específica, como para uma audiência maior e mais dispersa. Esse é o caso do programa em análise que, ao atingir marcas expressivas de audiência dentro do *Youtube@* brasileiro, atende um público heterogêneo que não se restringe ao LGBTQ<sup>58</sup>, conforme verificado na análise do corpus de pesquisa.

A visita ao site do canal e leitura dos comentários escritos demonstram muitas postagens feitas por mulheres e homens. Há no Web-Reality a participação de mulheres que se assumem heterossexuais e falam de seus companheiros nos depoimentos durante o programa. As declarações dessas participantes sobre o quanto gostam e

assistem ao canal permite deduzir que muitas mulheres heterossexuais o assistem e são atingidas pelo discurso do programa (Ramalho & Resende, 2011).

O web-reality analisado faz parte do canal *Diva Depressão*. Em 2019, “*Corrida das Blogueiras@*” teve sua segunda edição com grande audiência e participação bastante eclética, com mulheres heterossexuais, homossexuais masculinos e *Drag Queens* entre os inscritos. Essa representação do programa é a base do discurso *Queer*. Os apresentadores tentam expressar em seu conteúdo o universo da moda e da performance *Queer*, tentando vencer as barreiras do preconceito e dos estereótipos. No Brasil, assim como em grande parte da América Latina, a cultura midiática do Rádio, TV e Cinema imperam na sociedade e esses veículos hegemônicos continuam a propagar o discurso heteronormativo. Porém, as mídias digitais com um crescimento expressivo (Newman, Fletcher, Kalageropoulos, Levy, & Nielsen, 2018) são hoje um espaço de luta e resistência contra a opressão dos grupos midiáticos hegemônicos.

---

<sup>58</sup> Outras nomenclaturas também são utilizadas como *LGBTT* ou *LGBTQI*, que possuem referências aos *Queer* e os *Intersexuais*, *Lesbicas*, *Gays*, *Bissexuais*, *Transexuais* e *Travestis*. Neste trabalho vamos nos ater ao uso do termo *LGBTQ* por incluir a terminologia *Queer*, foco do trabalho aqui apresentado..

### ***A emergência das minorias de gênero.***

*Nos anos recentes, a temática LGBTQ tem obtido visibilidade midiática nas mídias digitais que são o espaço de maior propagação de suas mensagens por propor maior diversidade de gênero, cultura e combate aos estereótipos tradicionais. Após anos de luta pelo feminismo e contra o racismo, que foram importantes lutas de direitos sociais na história recente da humanidade, muitos autores entendem que as próximas grandes batalhas sejam contra a gordofobia, a homofobia e a transfobia. Essas lutas, já possuem um bom contingente de militantes e que estão se valendo das mídias digitais enquanto canais de divulgação de práticas sociais de valorização, visibilidade e tolerância.*

*O primeiro passo para tornar essas temáticas relevantes é abandonar a invisibilidade existente nas grandes mídias tradicionais ao mesmo tempo em que se combate a intolerância e a violência com relação a esses grupos sociais. O grupo que está dentre os mais combativos tem sido o LGBTQ, e que também sofre todo o tipo de discriminação e violência. O Brasil é um dos países com altos índices de crimes de morte contra LGBTQ's. Dentre estes crimes os que*

*envolvem travestis e transexuais são os mais brutais (Grupo Gay da Bahia, 2012). O relatório do Grupo Gay da Bahia (2012) sobre a violência contra os LGBTQ's aponta que em 2012, no Brasil, foram 338 assassinatos, sendo que os homossexuais masculinos, denominados gays, foram a maioria com 188 mortes, seguidos por assassinatos de travestis, 128 mortos. Setenta por cento desses crimes permanecem sem solução e sem a punição dos culpados.*

*Toda essa violência, segundo o relatório, decorrente da homofobia está associada a questões culturais em que a heteronormatividade determina o estranhamento com relação aos LGBTQ's e sua discriminação e muitas vezes a necessidade de sua expulsão do convívio social. Por conta disso é muito importante haver diferentes meios de combate a essa intolerância. Uma forma que os grupos LGBTQ's encontraram de tornar mais visível e atuante sua participação na sociedade é o conceito "Queer", que em inglês surgiu como um xingamento, muito parecido com a alcunha brasileira "viado", e que foi ressignificado pela comunidade gay e se transformou em uma bandeira que nos últimos anos tem sido o fundamento de uma nova teoria da psicologia social que recebe o*

*nome de Teoria Queer, que segundo Louro (2013) Queer...*

"[...] é estranho, raro, esquisito. Queer é, também, o sujeito da sexualidade desviante – homossexuais, bissexuais, transsexuais, travestis, drags. É o excêntrico que não deseja ser 'integrado' e muito menos 'tolerado'. Queer é um jeito de pensar e de ser que não aspira o centro nem o quer como referência um jeito de pensar e de ser que desafia as normas regulatórias da sociedade, que assume o desconforto da ambiguidade, do 'entre lugares', do indecível. Queer é um corpo estranho, que incomoda, perturba, provoca e fascina."(Louro, 2013:7,8)

A teoria Queer sustenta que o binarismo de gênero imposto pela sociedade heteronormativa não deve ser continuar a ser reforçado e que as outras sexualidades devem fazer parte do cotidiano das pessoas com naturalidade. Os autores que empregam os conceitos Queer consideram que a maioria das ações para que ocorra uma ruptura com a lógica binária e com seus efeitos mais nocivos como a hierarquia, a classificação, a influência, a exclusão e a desigualdade, devem ser de fundo educacional e pedagógico. Para eles (Cossi, Ingo, Dunker, & Cossi Rafael Kalaf, 2017; Lima & Vorcaro, 2017; Prado, 2019) é por meio de uma educação Queer, que

as novas gerações irão romper com os preconceitos e a violência.

O processo educacional mais eficiente do século XXI são as mídias sociais, uma vez que 42% dos usuários globais de internet acessam as mídias sociais diariamente (Kemp, 2018). Seu alcance é ainda mais impactante no Youtube© em que mais de um milhão e meio de pessoas, no mundo, acessam a plataforma de audiovisual mensalmente, sendo o segundo serviço de mídia social com mais acessos no mundo. O primeiro colocado é o Facebook.

Dentro dessa perspectiva, um programa de Youtube© pode ser um meio viável e importante para propagar a teoria Queer para as novas gerações de maneira a construir uma ponte na busca de um mundo mais harmônico na questão das sexualidades. Para tal esse artigo realizou um estudo de caso com análise de conteúdo (Bardin, 1977) de um programa específico em que os elementos Queer estão presentes e podem ser percebidos dentro de um conteúdo lúdico.

### ***"Corrida das Blogueiras©"***

O canal de YouTube© Diva Depressão™ existe desde 4 de setembro de 2013 e é apresentado por um casal homossexual masculino. Os apresentadores, Eduardo

Camargo e Filipe Oliveira, se apresentam em um cenário que é uma sala de estar com adereços que buscam representar a decoração de um ambiente elegante e sofisticado, muitas vezes Kitsch, que é o estereótipo de um ambiente em que uma celebridade deve habitar. O nome Diva, vem justamente dessa alusão às divindades femininas (Michaelis, 2020), as Musas do cinema e das artes. A palavra Depressão que segue no nome do canal, é um conotativo do estado de espírito depressivo que as Divas devem sentir após ouvirem as críticas feitas pelos apresentadores. O slogan do canal é bastante representativo dessa intenção: “O veneno chega a escorrer”(Diva Depressão, 2019), explicando que os comentários do canal visam observar detalhes e não poupar críticas aos comentados.

O desdobramento do canal, após quase sete anos de produção, com quatro programas semanais (Segunda, Quarta, Quinta e Sábado), é o programa “Corrida das Blogueiras©”. Esse programa, que em 2019 teve a sua segunda edição, com 8 episódios veiculados semanalmente às terças-feiras às 19 horas (horário de Brasília) foi definido pelos seus criadores como um Reality Show baseado na Internet, chamado de Web-Reality. O Programa segue o modelo de

muitos programas de competição com candidata(o)s que vão a cada programa sendo eliminada(o)s até que restem apenas duas competidoras que disputam um grande prêmio. Esse modelo de programa é antigo e surgiu nas emissoras de televisão por assinatura norte-americanas e europeias com os mais variados formatos, sendo os mais marcantes, Big Brother, que tem uma versão brasileira, Project Runway (Holzman, 2009), e Master Chef, entre muitos outros do gênero de Reality competição de talentos.

No programa “Corrida das Blogueiras©” a competição de talentos está centrada na capacidade de cada candidata(o) atender aos quesitos necessários para ser considerada(o) uma blogueira e influenciadora digital. As qualidades solicitadas vão desde conhecimento de maquiagem, divulgação de produtos, uso de cola quente para fazer adereços e roupas, bem como a capacidade de produção de vídeos para exibição no YouTube©.

O programa começa com oito concorrentes. Nessa segunda edição as participantes foram cinco mulheres hetero, e três homens gay, sendo que um deles foi uma Drag Queen. Os apresentadores do programa utilizam como forma de tratamento o feminino para todas as participantes, também

se referindo a si próprios no feminino. Essa forma de tratamento e auto referenciamento é também uma característica do Queer (Bertolotti & Medeiros, 2019), em que a ruptura com os determinismos biológicos são quebrados também pela linguagem.

Os oito episódios foram organizados entre diálogos das concorrentes, depoimentos individuais para a câmera, provas e julgamento dos resultados de cada participante. O julgamento é feito por um corpo de juradas em que os apresentadores do programa também participam e opinam juntamente com convidadas fixas e especiais, de acordo com cada prova a ser avaliada.

A prova mais esperada e que traz uma jurada técnica convidada é a de maquiagem, na qual as habilidades de auto maquiagem são avaliadas com a escolha de um tipo de produto específico para ser destaque do processo de maquiagem que se completa com a harmonização do make-up com um ensaio fotográfico para estampar uma capa de revista de maquiagem de um dos patrocinadores do programa. Nessa prova o que as concorrentes e juradas destacam é a representatividade e a quebra de paradigmas com relação a quem pode, ou deve, se maquiar, bem como quais os produtos com maior afinidade a cada gênero, há um discurso

Queer muito claro nesse episódio com a busca de normalizar a maquiagem como um hábito não binário e não específico de gênero.

A medida que os episódios transcorrem é possível perceber que o programa segue um caráter técnico e criterioso nos resultados das provas não privilegiando os discursos afirmativos, pois o episódio final foi uma disputa entre duas concorrentes, mulheres, hetero, que ao longo do programa conseguiram mostrar suas habilidades e superar as demais candidatas. Em muitos momentos de eliminação, quando havia uma concorrente mulher contra uma concorrente gay, o diferencial apontado pelas juradas nunca foi o gênero e sim as habilidades e capacidades de atender com melhor qualidade a prova proposta. Esse posicionamento da organização do programa, deixa claro, que mesmo exibindo um conteúdo Queer, não há discriminação com relação às habilidades das concorrentes, havendo justiça e equidade no julgamento. O que também, em conclusão, é uma característica da Teoria Queer, a desconstrução do binarismo e favorecimento de determinados discursos sectaristas (Prado, 2019).

## Conclusões

Um programa em que heterossexuais e homossexuais atuam em parceria e harmonia procura construir uma ponte de melhor entendimento e compreensão em que os discursos e resultados são a proposição de um olhar mais afetuosos para com o próximo, não importando seu gênero, sua afetividade e nem sua forma física. A busca pela desconstrução de um pensamento heteronormativo binário e estereotipado é a bandeira dos apresentadores e participantes do programa "Corrida das Blogueiras©".

Os apresentadores, que na mídia tradicional dificilmente encontrariam espaço de trabalho, expressam, em suas intervenções e falas, a preocupação com a luta pela tolerância da sociedade por aqueles que não se encaixam nos padrões estereotipados, como por exemplo o binarismo de gênero, os modelos de beleza etnocêntrico e os padrões machistas de comportamento. Tanto o programa analisado, "Corrida das Blogueiras©", como o canal, Diva Depressão™, em que ele se encontra, extrapolam a categoria de uma comunicação de nicho e atraem os olhares de grandes corporações como expresso pelos patrocinadores do programa, que

demonstram a percepção da penetração da audiência alcançada pelo programa.

## Referências

Alexa. (2019). Alexa - Top Sites in Brazil - Alexa. Retrieved December 10, 2019, from Top sites Brazil website: <https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>

Bardin, L. (1977). *Bardin, Laurence - Análise de Conteúdo*. São Paulo: Martins Fontes.

Beltrão, L. (1980). *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados* (Cortez, Ed.). São Paulo: Cortez.

Beltrão, L. (2014). *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias [recurso eletrônico]*. Porto Alegre: EDIPUCRS.

Bertolotti, E., & Medeiros, R. F. de. (2019). Passa Demaquilante No Teu Preconceito: Tutoriais De Maquiagem Como Performance Queer No Youtube. *Revista Docência e Cibercultura*, 3(1), 151-176. <https://doi.org/10.12957/redoc.2019.40792>

Cossi, R. K., Ingo, C., Dunker, L., & Cossi Rafael Kalaf, D. C. I. L. (2017). Psicologia Clínica e Cultura A Diferença Sexual de Butler a Lacan: Gênero, Espécie e Família. *Psicologia:*

*Teoria e Pesquisa*, 33, 1–8.  
<https://doi.org/10.1590/0102.3772e3344>

Diva Depressão. (2019). Diva Depressão - YouTube. Retrieved December 10, 2019, from Diva Depressão website: <https://www.youtube.com/channel/UCMpWpGXG8tlWA6Xban2m6oA>

Green, J., & Polito, R. (2004). *Frescos trópicos: fontes sobre a homossexualidade masculina no Brasil (1870-1980)*. Rio de Janeiro: José Olímpio.

Grupo Gay da Bahia. (2012). Relatório 2012: Assassinato de homossexuais (LGBT) no Brasil. Retrieved February 29, 2020, from Relatório de Assassinatos de Homossexuais(LGBT) no Brasil website: [https://grupogaydabahia.com.br/assassinatos/relatorios/\\_-\\_-relatorio-2012/](https://grupogaydabahia.com.br/assassinatos/relatorios/_-_-relatorio-2012/)

Holzman, E. (2009). *Project Runway*. Estados Unidos: NBC.

Kemp, S. (2018). *Global digital Report 2018*. Vancouver.

Kleina, N. (2017). A história do YouTube, a maior plataforma de vídeos do mundo. Retrieved February 27, 2020, from Tecmundo website: <https://www.tecmundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm>

Lima, V. M., & Vorcaro, Â. M. R. (2017). The uncanny as a political category: Psychoanalysis, queer theory, and experiences of indeterminacy. *Psicologia Em Estudo*, 22(3), 473–484. <https://doi.org/10.4025/psicoestud.v22i3.37026>

Louro, G. L. (2013). *Um corpo estranho - ensaios sobre a sexualidade e teoria queer* (2nd ed.). Belo Horizonte: Autêntica.

Low, S. (2016). The Speed Of Queer: La La La Human Steps and Queer Perceptions of the Body. *Theatre Research in Canada / Recherches Théâtrales Au Canada*.

Michaelis. (2020). Diva | Michaelis On-line. Retrieved March 3, 2020, from Michaelis On Line website: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/Diva/>

Newman, N., Fletcher, R., Kalageropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. (2018). Reuters Institute Digital News Report 2018. In *Reuters Institute; University of Oxford* (Vol. 1). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Prado, V. M. do. (2019). Metodologias e estratégias possíveis: como operar com gênero e sexualidade. *Revista Brasileira Dos Estudos Da Homocultura*, 02(02), 45–61.

Ramalho, V., & Resende, V. de M. (2011).  
*Análise de Discurso (para a ) Crítica: O texto*

*como material de pesquisa.* Campinas: Pontes  
Editores.