

## O QUE CANTA UMA WEB DIVA? TENSIONAMENTOS DE CORPOS E SONS NA MÚSICA POP BR

*WHAT DOES A WEB DIVA SING? TENSIONS OF BODIES AND SOUNDS IN  
BRAZILIAN POP MUSIC*

*¿QUE CANTA UNA DIVA DE LA WEB? TENSIONES DE CUERPOS Y  
SONIDOS EM LA MÚSICA POP BRASILEÑA*

*Original recebido em: 11 de outubro de 2024  
Aceito para publicação em: 13 de dezembro de 2024  
Publicado em: 30 de dezembro de 2024*

Flávio Marcílio Maia e Silva Júnior

A lista completa com informações dos autores está no final do artigo •

### RESUMO

Este artigo tem o objetivo de criar uma discussão em torno de celebridades da internet como Web Divas. Por serem populares, inicialmente, no ambiente digital e aproximarem-se da Cultura Pop, essas personalidades trazem um novo olhar para a ideia de Diva a partir de tensionamentos de corpos em telas de redes sociais digitais. A proposta de análise e discussão gira em torno de Valéria Almeida, Blogueirinha e Thaís Carla que ganharam atenção na internet nos últimos anos a partir de suas narrativas e contato com a Cultura Pop. Além disso, elas possuem músicas em plataformas de *streaming* como o *Spotify*, contribuindo para a hipótese de que, para constituir-se uma Web Diva é preciso estar inserida no imaginário da Música Pop.

**Palavras-chave:** Cultura Pop; Web Diva; Performance; Entretenimento; Plataformas digitais.

### ABSTRACT

This article aims to create a discussion around internet celebrities as Web Divas. Because they are initially popular in the digital environment and are close to Pop Culture, these personalities bring a new look to the idea of Diva based on the tensioning of bodies on digital social network screens. The proposed analysis and discussion revolves around Valéria Almeida, Blogueirinha and Thaís Carla, who have gained attention on the internet in recent years thanks to their narratives and contact with Pop Culture. In addition, they have songs on streaming platforms such as Spotify, contributing to the hypothesis that, in order to be a Web Diva, you need to be part of the Pop Music imaginary.

**Keywords:** Pop culture; Web diva; Performance; Entertainment; Digital platforms.

## RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo generar una discusión en torno a las celebridades de internet conocidas como Divas de la Web. Inicialmente populares en el espacio digital y cercanas a la Cultura Pop, estas personalidades traen una nueva perspectiva sobre la idea de Diva a través de los tensionamientos de cuerpos en las pantallas de redes sociales digitales. La propuesta de análisis y discusión se centra en Valéria Almeida, Blogueirinha y Thaís Carla, quienes han ganado atención en internet en los últimos años a partir de sus narrativas y su relación con la Cultura Pop. Además, tienen canciones en plataformas de streaming como Spotify, lo que apoya la hipótesis de que, para constituirse en una Diva de la Web, es necesario estar integrada en el imaginario de la Música Pop.

**Palabras-clave:** Cultura Pop; Diva de la web; Performance; Entretenimiento; Plataformas digitales.

## 1. INTRODUÇÃO

A palavra Diva faz parte do vocabulário da Cultura Pop. Ligada a expressões de feminilidade, com seu início voltado às estrelas do cinema e logo depois inserido na música norte-americana, o termo tornou-se popular trazendo em si uma lógica performática muito ligada ao corpo e à voz dentro do imaginário midiático diversas vezes cruzada com aspectos da vida pessoal como relacionamentos amorosos e polêmicas. Sendo assim, conceituar uma Diva Pop é estruturar, de acordo com Soares (2020), uma narrativa encenada na qual há a necessidade de um corpo em um cenário que diz algo dentro de um contexto histórico-cultural, promovendo expectativas e reações de uma plateia. Para este artigo será produzida uma inflexão no conceito de Diva Pop pensando no meio digital, propondo a ideia de Web Diva que, além de trazer em si muitos dos elementos da Cultura Pop, apresenta articulações com a funcionalidade da internet como, por exemplo, o nível de popularidade a partir de um *react* mediado por telas de redes sociais.

Por estas redes, a ideia de Diva amplia-se em forma de comentários a partir de expressões positivas por meio de neologismos (*divônica*) e até em forma de verbo (*divou*), dando um caráter mais popularizado a algo anteriormente colocado como pertencente a apenas um território midiático hegemônico. Esta nova “apropriação Diva” se relaciona também a personalidades da internet, aqui inicialmente classificadas como “celebridades da Web”. Diferente das influenciadoras – mulheres que usam sua presença *online* para influenciar outras pessoas ao consumo de uma marca ou produto, por exemplo –, a proposta aqui sugerida para se pensar uma celebridade da Web como Diva mantém um distanciamento inicial de

talentos naturais e aproxima-se de uma abordagem mais teatral a partir de um comportamento fora do comum dentro de uma performance mediada por telas.

O caso da *youtuber* Tulla Luana, autointitulada Web Diva, é um exemplo. Ela ficou famosa na internet inicialmente pelo Youtube, em meados de 2010, compartilhando opiniões e desabafos de forma expressiva. Desde então, seus vídeos viralizam por muitas vezes estar exaltada em suas reclamações e por falar abertamente sobre seus diagnósticos psiquiátricos. É importante destacar também que devido a sua popularidade algumas de suas falas e trechos foram remixadas com versões instrumentais de música pop estadunidense e hospedadas em plataformas digitais, ponto a ser discutido mais adiante.

Em um recorte temporal de vinte anos, pela circulação de vídeos em redes sociais e plataformas digitais, acessamos produções amadoras que nos causam entretenimento destacando personalidades que se tornam relevantes para a Cultura Pop brasileira, inserida em um nicho. Não existe fórmula para a viralização; mas o cômico, o diferente e o absurdo parecem destacar-se como características principais da construção de uma Web Diva. Num primeiro olhar, quem define o grau dessa popularidade é o público que participa de forma eficaz do processo de ascensão, seja positiva ou negativa. Destaco também as plataformas digitais participantes deste processo como mediadoras através de sistemas de recomendação que nos direcionam a conteúdos potencialmente relevantes a partir de articulações do próprio sistema.

É através deste fenômeno que proponho neste trabalho a idealização de uma Web Diva a partir de três elementos conceituais: o entretenimento em rede, o corpo em tela e a Cultura Pop na internet. Como *corpus* para a discussão são analisadas três celebridades da internet: Valéria Almeida, Blogueirinha e Thaís Carla. Elas apresentam tensionamentos ligados a fatores estéticos e midiáticos que fortalecem a ideia de performance de gosto na internet (Amaral; Soares; Polivanov, 2018; Amaral, 2016) e possuem músicas hospedadas em plataformas digitais, contribuindo para a hipótese de que para constituir-se uma Web Diva é preciso estar inserida nos roteiros da música pop. As músicas escolhidas para análise foram as mais populares nas plataformas *Spotify* e Youtube, em forma de videoclipe, a partir do alto número de visualizações e *streams* refletindo, assim, diferentes ambientes de escuta no meio digital.

## 2. O NASCER DA WEB DIVA: TATEANDO UM PERCURSO TEÓRICO

Uma Web Diva parece surgir do acaso, de uma narrativa representada por um registro do audiovisual em rede (Gutmann, 2021). É nesta ambiência digital onde plataformas, corpos e sujeitos se entrelaçam em expressões comunicacionais diversas numa dinâmica de produção,

circulação e consumo em fluxo através de telas e popularizado, principalmente, em forma de meme. Diariamente, diversos conteúdos são registrados e disseminados *online* como parte de um hábito adquirido, trabalho ou apenas diversão. O uso e apropriação de dispositivos móveis e ferramentas digitais conectados à internet de uma forma universal tem possibilitado a circulação de corpos provocando e promovendo diferentes narrativas audiovisuais, propostas por Soares (2021) como performances midiáticas que, quando projetada para o outro

formam espaços especulativos de exibição, articulando prazer e convivência, mas também vigilância, controle e punição. Pressupõem valores ligados ao narcisismo e ao individualismo, mas também à conjunção e à aproximação, promovendo atravessamentos de mídias e enlaces entre a vida comum, as indústrias da cultura e do entretenimento e conglomerados transnacionais de mídias (Soares, 2021, p.210-211).

### **2.1. Entretenimento em Rede**

É pela tela que momentos cotidianos são transformados em entretenimento quando compartilhados em forma de rotina, desafios, *trends* ou situações constrangedoras e inusitadas, que consoante Bentes (2021) estão sujeitas a edições e modulações específicas, representando “variados empreendimentos pessoais e/ou profissionais, sejam dos momentos gloriosos ou das situações mais banais, prosaicas e triviais” (Bentes, 2021, p.28). Estas narrativas, além de servirem como base de dados para as plataformas digitais, colocam-nos num contexto de necessidade criada na qual é preciso fazer parte para existir ou, nas palavras de Han, “para ser, para pertencer ao mundo, é preciso ser algo que entretém” (Han, 2019, p.206).

São por esses conteúdos que inicio um mapeamento de categorização de um corpo em tela como Web Diva. Diariamente, diversas fotos e vídeos são compartilhados e o destaque está no inesperado, no diferente ou no esteticamente fora de um padrão de beleza. Isso gera, diante de uma infinidade de outras imagens, uma maior atenção por parte do usuário que logo é revertida em curtida, comentário e compartilhamento, contribuindo, provavelmente, para uma viralização.

Nosso tempo e nossa atenção são cada vez mais capturados por tecnologias que passam a fazer parte de nossos hábitos cotidianos [...] Com inúmeras ofertas de ferramentas para a produção e o consumo de imagens, plataformas on-line de sociabilidade modulam diferentes formas de ver e ser visto, indissociáveis de processos históricos de transformação em nossa percepção e subjetividade (Bentes, 2021,p.18).

No caso da Tulla Luana, citada no início do texto, sua popularidade iniciou quando seus vídeos cheios de xingamentos e reclamações ganharam muitas visualizações. Além disso, a *Youtuber* falou abertamente dos seus problemas psiquiátricos gerando curiosidade, empatia e

especulação. Todo este movimento em rede gera, de acordo com Rojek (2008), uma “fama atribuída” a partir de um grupo de pessoas que podem se tornar fãs, *haters* ou apenas consumidores de conteúdo na internet. O autor escreve sobre Celebidades e classifica este tipo de fama como de uma subcelebridade, lugar onde uma Web Diva pode inicialmente estar. Porém, o interesse pela polêmica, pelo escárnio ou apenas pelo incomum ganha amplitude por parte do público e põe em questão a performance de gosto na internet, ponto relevante para a ascensão de uma Web Diva. Discutida por Amaral (2016), esta performance atua como uma definição operatória que articula as relações entre materialidades e expressão de afetos sobre determinados produtos midiáticos nos quais a Cultura Pop transnacional torna-se central para o entendimento do gosto a partir de um olhar pragmático<sup>1</sup>. Esta manifestação de afetos é percebida por Janotti Jr (2016) como

materialidades corporais que envolvem transformações de espaços em lugares (espaços vividos) através da capacidade que esses corpos possuem de afetar e serem afetados pelos agenciamentos coletivos ditos pop. Destaca-se aqui que antes de emoções ou sentimentos etéreos, afeto nesta acepção é incorporação que se materializa nas articulações de coletivos humanos e não humanos, redes sócio-técnicas [...] (Janotti Jr., 2016, p.112).

## 2.2. *Corpo em Tela*

Um segundo ponto que proponho para se entender uma Web Diva está ligado ao corpo apresentado nas telas e suas potencialidades estéticas. Avançando na ideia proposta por Soares (2020) ao pensar o “corpo-som” das Divas Pop a partir de atos performáticos nos quais se inserem lógicas midiáticas, especulativas e mercadológicas; o corpo mediado por tela de uma Web Diva parece ir além: seja numa postura social, na sua representação como identidade feminina, no cenário no qual está inserida ou simplesmente em um modo de ser. Todos estes contextos parecem colocar a Web Diva inserida em um roteiro performático no qual a corporalidade se torna um elemento essencial para

[...] pensar a performance a partir dos atravessamentos midiáticos: suas entradas, saídas e as permanências dos corpos na esfera das mídias. Como tais corpos se colocam em cena, o que teatralizam. A abordagem da performance precisa reconhecer a própria dinâmica midiática como uma camada performática. As mídias formam, em si, agenciamentos performáticos que indicam modos particulares de agir, olhar, interagir, valorar. (Soares, 2021, p.223)

---

<sup>1</sup>A dimensão performática das audiências online, sejam elas fãs, amadores, apreciadores, anti-fãs, trolls ou haters ganha importância metodológica para os estudos, podendo nos fornecer pistas valiosas sobre os comportamentos humanos nos ambientes mediados (AMARAL, SOARES, POLIVANOV; 2018; p.74).

O autor propõe a ideia de teatralidade para entender e dar conta dos fenômenos midiáticos contemporâneos que se articulam a partir de uma interioridade íntima para um comportamento visível, considerando que “a noção de teatralidade emerge, portanto, como aparato para compreender ações de sujeitos num mundo profundamente autoconsciente, reflexivo, obcecado por simulações e encenações em todos os âmbitos sociais” (Soares, 2021, p.213). A teatralidade é também apresentada em Babuscio (1999) como um ponto importante para se pensar o *Camp*<sup>2</sup>. Esta sensibilidade parece estar muito vinculada as Web Divas a partir de um público específico (gay) que passa a valorizar, replicar bordões e até dar fama a estas pessoas. Ao escrever seu texto, Babuscio relacionou a teatralidade com um modo de vida no qual gays vivem “fingindo” se adequar a uma norma social, o “ser” versus “aparência”. Ou seja, o papel (social) de uma representação masculina homossexual é incompreendida ou não aceita. Ao refletir de maneira crítica sobre a necessidade da sociedade pensar os corpos apenas de forma binária (masculino ou feminino, homem ou mulher), ele define como fingimento (*act of passing*) a personificação da cidadania heterossexual produtora de uma sensibilidade gay aparentemente comum, por muitas vezes trazer “uma maior consciência e apreciação do disfarce, da personificação, da projeção da personalidade e das distinções a serem feitas entre comportamento instintivo e teatral” (Babuscio, 1999, p. 124, tradução nossa).

Desta forma, ele conclui que esta experiência “parece explicar o entusiasmo de tantas pessoas na nossa comunidade por certas estrelas cujas performances são altamente carregadas de dramatizações (geralmente sexuais) exageradas” (Babuscio, 1999, p. 124, tradução nossa). Ao pensar essas dramatizações por meio de telas na internet, podemos associar diversas “Web Divas” que se tornaram famosas pelo seu exagero performático ou apelo sexual. A cantora Inês Brasil por se mostrar de maneira vulgar em entrevistas, *shows* e vídeos diversos é um exemplo. Um ponto interessante aqui é que todos estes registros em tela são reformulados em formas de meme e utilizados como meio de comunicação e interação, principalmente entre o público gay. Dessa forma, pensar uma Web Diva é também dispô-la a partir de um corpo fluxo-dinâmico e contínuo, sempre em mudança: no meio digital há uma extensão deste corpo

---

<sup>2</sup> De maneira geral, o *Camp* está associado a um comportamento, atitude ou interpretação exagerada, artificial ou teatral. O termo tornou-se acadêmico a partir do ensaio *Notas Sobre o Camp (Notes on Camp)* da norte-americana Susan Sontag publicado há sessenta anos. Entre suas notas, Sontag destaca o público gay como mais articulado ao gosto *Camp*, apesar de pontuar que nem todo homossexual está voltado à esta expressão de gosto. Esta “sensibilidade gay” é pontuada por Jack Babuscio (1999) “como uma energia criativa que reflete uma consciência diferente da corrente dominante; uma maior consciência de certas complicações humanas de sentimentos que surgem do fato da opressão social; em suma, uma percepção do mundo que é colorida, moldada, dirigida e definida pelo fato da homossexualidade de alguém. Tal percepção do mundo varia com o tempo e o lugar, de acordo com a natureza do conjunto específico de circunstâncias em que, historicamente, nos encontramos” (BABUSCIO, 1999, p.118, tradução nossa).

por meio de telas a partir de reproduções e reutilização da imagem apresentada para além de repertórios e roteiros performáticos esperados. Assim, este corpo em tela é também um corpo-imagem

constituído por uma complexa trança de articulações que se enlaçam e entrelaçam, onduladas com seus entornos, imantadas por gestos e sons, vestindo e compondo códigos e sistemas. Engloba movimentos, sonoridades e vocalidades, coreografias, gestos, linguagem, figurinos, pigmentos ou pigmentações, desenhos na pele e no cabelo, adornos e adereços, grafismos e grafites, lumes e cromatismos, que grafam esse corpo/corpus, estilisticamente como locus e ambiente do saber e da memória (Martins, 2021, p. 54).

### **2.3. Cultura Pop na Internet**

Um último ponto relevante é a apropriação de elementos midiáticos da Cultura Pop como essenciais para a construção ou complementação de uma narrativa Web Diva. A Cultura Pop, de acordo com Soares (2013) está muito próxima das indústrias culturais e “estabelece formas de fruição e consumo que permeiam certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante” (Soares, 2013, p.02). Ao pensar este conceito, entende-se que a própria narrativa da Web Diva já teria algum endereçamento pop, mesmo que indiretamente.

Consumir narrativas, música e audiovisualidades em tempos de cultura digital implica conectividade. Os sistemas de consumo culturais pressupõem disponibilização de conteúdo, consumo on-line, vivências em rede, comercialização de dados e rastros de navegação dos usuários. Categorizações como pop fazem parte de malhas que nos colocam em “grupos” que compartilham práticas e gostos similares, servindo para o ajuntamento de consumidores cujos dados servem ao endereçamento de anúncios e aos sistemas de recomendação. Por sua vez, a sensação de pertencimento – através da partilha de preferências por seriados, games, músicas, aparelhos e aplicativos – tornou-se parte importante dos amálgamas sociais na contemporaneidade. Escrever comentários, construir playlists, apertar like/dislike, assinar canais, preferir/evitar uma rede social e/ou escolher aplicativos são ações que fazem parte de sensibilidades que operam modos de habitar e inventar a cultura pop (Janotti Junior, 2021, p.24).

A criação de paródias, de novelas e séries na internet, a participação em algum programa televisivo logo replicada para as redes sociais ou apenas numa performance midiática, produzida ou não com intencionalidade, são exemplos que constituem a ideia de uma vivência pop (Soares, 2015) no digital e proporcionam a criação de um imaginário midiático em rede que ganha maior dimensão pela música.

Considerado um lugar de contradições e tensionamentos, a música pop mantém sua relevância pela forma que se constitui mercadologicamente em altos níveis de alcance de público. Sendo assim, criar canções que se incluam nesta lógica parece ser um ponto comum

para as Web Divas. Este movimento se aproxima muito de um sistema de estrelato proposto muitas vezes de forma indireta na tentativa de estabelecer um “*status* Diva”.

Ao estar na internet, a imagem e o som dessas personalidades podem ser usados de várias formas a partir de um meme: de figurinhas para redes sociais a falas remixadas em forma de música. Soares (2014) explica que “a influência da ciber-cultura-remix é facilmente identificada em processos criativos que utilizam recursos como a apropriação e a recombinação de conteúdos a partir das ferramentas digitais” (Soares, 2014, p.51). O resultado disso tem levado a estruturação de um mercado, inicialmente periférico que permeia o meio digital e vai até a indústria da música a partir de apresentações e performances ao vivo.

A criação de *fandoms* ou de um público que consome tal conteúdo é destaque para este processo. Aqui a voz e o corpo parecem não serem acionados em primeiro lugar. Quem entra em cena são representações midiáticas em um contexto de polêmica e extravagância, propondo a música pop como uma ferramenta que traz em si uma estrutura performática já moldada por uma indústria. A montagem de um videoclipe, a dança coreografada, a criação de *singles* e álbuns, e as apresentações ao vivo são características já reconhecidas no senso comum e que são apropriadas na construção do imaginário da Web Diva bastante influenciado pelo público. Valéria Almeida, Thaís Carla e Blogueirinha se inserem nesse repertório pop quando se colocam ou são colocadas em contextos de espetacularização e consumo como apresento a seguir.

### 3. VAL AMEIDA, THAÍS CARLA E BLOGUEIRINHA: CORPOS E VOZES EM ATRITO

Em fevereiro de 2023, a *cover* da cantora norte-americana Selena Gomez, Valéria Almeida, tornou-se viral no *Spotify*<sup>3</sup> com a música *Habla*, em parceria com Junior Person e DJ Vaist. Composta de autotune e de uma melodia latina, a música a levou para apresentações ao vivo em diversas cidades do país, tendo esse impulsionamento principalmente por parte de seu público. Valéria já era conhecida na internet por seus vídeos cantando versões da Selena e por viralizar como meme em momentos nos quais responde comentários e desabafa por não ser considerada cantora por parte de sua audiência.

A sua fama ganhou mais amplitude com a criação por terceiros de dois álbuns (*Secrets* e *Silent*) no qual suas falas são musicadas e transformadas em música. Outro fator são as

<sup>3</sup> ÁVILA, Flávia. Hello guys! Valéria Almeida atinge o topo do Top 50 Viral do Spotify Brasil. Portal PopLine. 01/02/2023 Disponível em: <https://portalpopline.com.br/valeria-almeida-topo-top-50-viral-spotify-brasil/>. Acessado em 12 de set. de 2024.

polêmicas na qual se encontra envolvida: de acordo com a própria, sua conta no Instagram<sup>4</sup> (hoje com quase 80 mil seguidores) foi *hackeada* por uma jovem menor de idade e apenas o perfil no TikTok<sup>5</sup> é dela; há também a briga com o Junior Person em busca de direitos autorais por *Habla* e, mais recentemente, foi acusada de postar conteúdo explícito gay<sup>6</sup> em uma das suas músicas (*J'Adore*) no *Spotify* em forma de Canvas, vídeos curtos exibidos durante a execução da música.

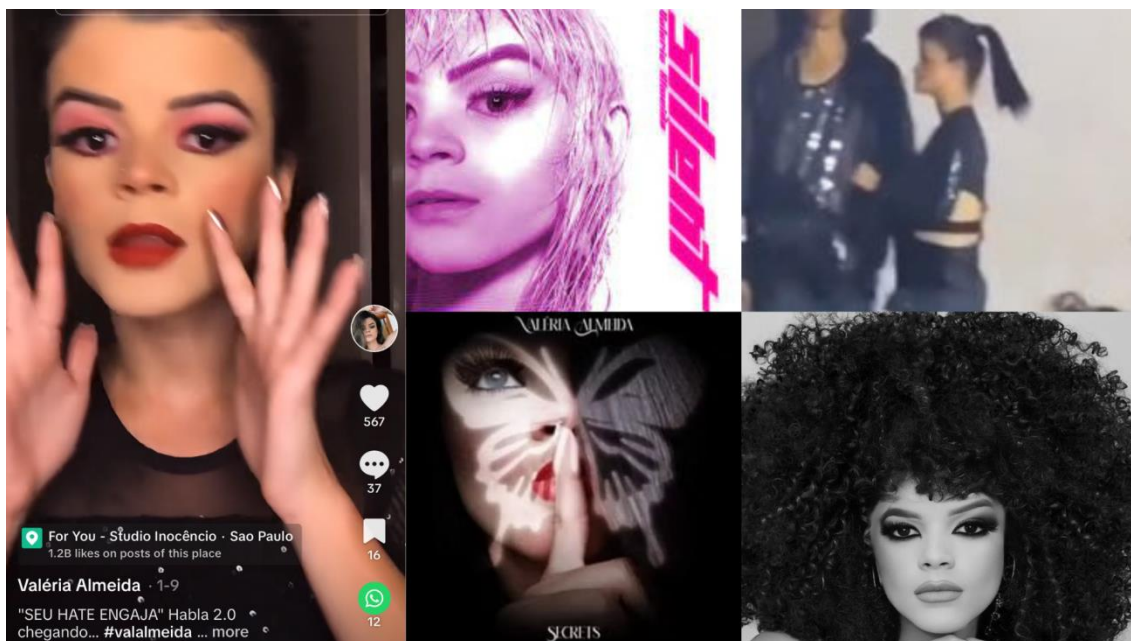


Figura 01 – Prints e imagens da Valéria Almeida em diferentes situações: sua conta oficial no TikTok (à esquerda), ao centro imagens das capas dos dois álbuns e à direita a reutilização da sua imagem como forma de meme ou por inteligência artificial. Fonte: Autoral a partir de reproduções da internet.

A polêmica faz parte da Cultura Pop funcionando como um elemento que proporciona especulação e entretenimento a uma audiência que se faz interessada, ou no mínimo curiosa. A recorrência de Valéria em um contexto nichado, mesmo que de uma forma não esperada, mantém em evidência uma teatralidade como performance midiática aproximando-se de uma sensibilidade instaurando estatutos relacionais entre sujeitos como o acionamento de aproximações, afastamentos, rompimento de laços e pactos (Soares e Pereira, 2023). Assim, uma das primeiras reflexões que Valéria Almeida traz é entender a sua narrativa confusa que aparenta trazer especulações e garantir audiência a partir disso, considerando a ideia de

<sup>4</sup> VALÉRIA. @valalmeida. Instagram, <https://www.instagram.com/valalmeida>. Acesso em 09 de outubro de 2024.

<sup>5</sup> IT'S ME VALÉRIA ALMEIDA. TikTok. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@itsme.valalmeida? t=8oK7XQ5Aho& r=1>. Acesso em: 26 jul. 2024.

<sup>6</sup> DE CARVALHO, Matheus. **Foi ela ou não foi?** Valéria Almeida comenta polêmica de vídeo adulto gay no Spotify. Portal PopLine. 20/05/2024 Disponível em: <https://portalpopline.com.br/valeria-almeida-comenta-polemica-video-adulto-gay-spotify/>. Acessado em 11 de out. de 2024.

engajamento como um dos nódulos dos fluxos audiovisuais. Outro ponto é entender de quem é este corpo representado nas telas. Ao se tornar viral, Valéria logo foi ressignificada de várias formas por usuários da internet, desde o seu corpo reconfigurado em memes e por inteligência artificial até a produção de músicas com sua voz.

Thaís Carla é outra celebridade que tem trazido para a música pop a sua luta pela naturalização do corpo gordo. Com 3,5 milhões de seguidores no Instagram<sup>7</sup>, ela ficou famosa na primeira década dos anos 2000, em um quadro de dança do Domingão do Faustão na TV Globo e desde então se manteve na mídia sendo parte do balé do programa Legendários na TV Record e até bailarina dos shows da cantora Anitta. Tornando-se influenciadora “*plus size*” e militante em prol das pessoas gordas, Thaís é alvo de gordofobia nas redes sociais e sua fama vem justamente por processar judicialmente todos que a atacam.

Nos últimos meses ela entrou na carreira musical por se considerar também cantora. Sua música, “Não Pode Opinar”, é uma paródia em parceria com o DJ Leco JPA e foi lançada no início de 2024. No Youtube, o videoclipe tem mais de 1,5 milhões de visualizações e sua trajetória na música vem acompanhada de mais polêmicas como quando cantou no Carnaval em um trio elétrico e não teve uma boa receptividade do público<sup>8</sup>. Thaís põe seu corpo em tensionamento dentro de uma cultura que parece não a reconhecer como artista em espaços hegemônicos. Essa quebra de um padrão está muito próxima da construção de uma Web Diva já destacada no começo do texto.

---

<sup>7</sup> THAÍS CARLA. @thaiscarla. Instagram, <https://www.instagram.com/thaiscarla>. Acesso em 09 de outubro de 2024.

<sup>8</sup> REDAÇÃO MARIE CLARIE. **Thais Carla canta pela primeira vez sua música ao vivo e tem reação inesperada do público.** Revista Marie Claire. 10/02/2024 Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/celebridades/noticia/2024/02/thais-carla-canta-primeira-vez-sua-musica-ao-vivo-e-tem-reacao-inesperada-do-publico.ghtml>. Acessado em 12 de jun. de 2024.



Figura 02 – *Frame* do videoclipe de “Não pode Opinar”. Fonte: Reprodução do Youtube.

A personagem da internet Xanaína Horta, mais conhecida como Blogueirinha, é outra celebridade da web que tem se aproximado da música pop com o seu single “Zug Zug” de 2019 e com o lançamento do seu álbum “Quem me conhece sabe”, em 2022. Atualmente com 4,4 milhões de seguidores no Instagram<sup>9</sup>, sua fama na internet se deu quando começou a ironizar rotinas e clichês de influenciadoras e blogueiras. Criando bordões e situações tragicômicas, personagem representada por Bruno Matos, do Rio de Janeiro, dialoga com o contexto online, onde se tornou um ícone da Cultura Pop brasileira conquistando espaços na TV aberta como no Fantástico<sup>10</sup> e ganhando seu próprio “*talk show*”, o “De Frente com Blogueirinha”, no DiaTV. O corpo performático da Blogueirinha aproxima-se muito da cantora Pablllo Vittar. Ambas são personagens “entre-gêneros” que se sobressaíram na mídia e fazem parte da Cultura Pop brasileira atualmente. O interesse por elas está muito próximo do que Pilger (2018) conclui ao associar o mercado como interessado em capitalizar a diversidade e as diferenças, alimentando-se de extremos dicotômicos de sua reverberação, alcançando proporções que as ambiências pós-massivas e das redes sociais ajudam a ressoar.

<sup>9</sup> BLOGUEIRINHA. @**blogueirinha**. Instagram, <https://www.instagram.com/blogueirinha>. Acesso em 09 de outubro de 2024.

<sup>10</sup> PRADO, Pedro Benjamin. **Blogueirinha ganha quadro sobre BBB no "Fantástico"**. Terra 20 jan2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/reality-shows/blogueirinha-ganha-quadro-sobre-bbb-no-fantastico.859c10ab83b4c9daf1abce7002209334ad3u9dap.html>. Acessado em: 18 de set de 2024.



Figura 03 – Imagem do programa “De Frente com Blogueirinha”. Fonte: Reprodução da Internet.

Numa breve consulta aos números de reproduções em plataformas digitais, é possível dimensionar o consumo das músicas citadas acima. No *Spotify*, as músicas das Web Divas tiveram, respectivamente: *Zug Zug*<sup>11</sup> (1.643.405 reproduções), *Não Pode Opinar*<sup>12</sup> (157.481 reproduções) e *Habla*<sup>13</sup> (779.836 reproduções). Já na plataforma de vídeos Youtube, em forma de vídeo ou *visualizer*, os números foram: *Zug Zug*<sup>14</sup> (3,1 milhões de reproduções), *Não Pode Opinar*<sup>15</sup> (1,7 milhões de reproduções) e *Habla*<sup>16</sup> (31 mil reproduções). Os números pouco expressivos de Val Almeida, quando comparada às outras, podem ser justificados pela falta de uma padronização de perfis nas plataformas.

No serviço de *streaming* musical aqui mencionado, por exemplo, ela possui três perfis e em nenhum deles a música está hospedada, pois a música *Habla* está vinculada ao perfil do

<sup>11</sup> BLOGUEIRINHA. *Zug Zug*. Blogueirinha 2022. Disponível em: <https://open.spotify.com/intl-pt/track/4Vl8StWibLmMiYny3qPg56?si=292a3233603346e2> Acesso em: 18 de set 2024.

<sup>12</sup> THAÍS CARLA. *Não Pode Opinar*. Rio de Janeiro: Deck, 2023. Disponível em: <https://open.spotify.com/intl-pt/track/3fgT2ksguXgxtZZQcziyCn?si=7d95466600a84457>. Acesso em: 18 de set 2024.

<sup>13</sup> JUNIOR PERSON. *Habla*. Junior Person, 2022. Disponível em: <https://open.spotify.com/intl-pt/track/6oZdxrg9xr0AstLso3Jgw?si=ab07b995f0b84470>. Acesso em: 18 de set 2024.

<sup>14</sup> BLOGUEIRINHA. *ZUG ZUG* (Clipe Oficial). Youtube 13 de dez. de 2019. Disponível em: [https://youtu.be/XqQ\\_IfaojFQ?si=fbk400OWqxhOSXCB](https://youtu.be/XqQ_IfaojFQ?si=fbk400OWqxhOSXCB). Acessado em: 20 de jul. de 2024.

<sup>15</sup> THAÍS CARLA. *Não Pode Opinar* (Clipe Oficial). Youtube, 5 de jan. de 2024. Disponível em: <https://youtu.be/Ae7T0WDYQpI?si=ve6rafHIZPuEhiRf>. Acessado em: 20 de jul. de 2024.

<sup>16</sup> PERSON, Junior. *HABLA* - Junior Person, Valéria Almeida & Dj Vaist (Visualizer Version). Youtube, 29 de jan. de 2023. Disponível em: <https://youtu.be/0XvHcGttZ0o?si=UyWRJDMTPvPpSmT9>. Acesso em: 18 de set 2024

produtor Junior Person. Apesar disso, em outros momentos, Val conseguiu destaque<sup>17</sup> em outras plataformas como o *Itunes* e *Apple Music* mesmo não participando diretamente do processo. A música *Secrets*, do álbum com o mesmo nome, tornou-se a mais ouvida nas plataformas durante um dia e a música ‘Vem Tranquile’ ficou na frente de músicas lançadas por Anitta, Elton John e Harry Styles.

Apesar das disparidades relacionadas ao consumo midiático, Valéria, Thaís e Blogueirinha enquadram-se como Web Divas que apresentam cruzamentos e utilizam-se de agenciamentos como a treta, memes, estratégias de engajamento e a inserção do *autotune*; marcas de uma ambiência comunicacional em tempos de plataformização que acabam contaminando os espaços entre ser produtora de conteúdo e cantora. Elas também perpassam pelo *Camp* (Sontag, 1964) ao se apresentarem com a “predileção por aquilo que está ‘fora’, por coisas que são o que não são” (Sontag, 1964, p. 02) e trazerem em si um comportamento que se faz muito presente entre o público gay a partir de “uma relação entre atividades, indivíduos, situações e homossexualidade” (Babuscio, 1999, p.118, tradução nossa). Este fato fortalece a ideia de que o ato de consumir ou ressignificar essas personas femininas garantem a elas um *status* de popularidade, que mesmo dentro de um nicho, torna-se essencial para ser reconhecida em um espaço-tempo indefinido no qual o público entra como agente mediador relevante na ideia de uma relação de proximidade e distanciamentos que permeia o imaginário macro das Divas Pop.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ideia de Diva, muito popularizada em produtos midiáticos, traz em si vários símbolos e repertórios já acionados na Cultura Pop. Dessa forma, pensar uma Web Diva é reposicionar e desconstruir alguns conceitos frequentes no senso comum relacionados ao consumo midiático como a ideia de entretenimento multitelas, a fixação em algo/alguém pelo desgosto ou *hate*, e a ideia de uma Diva que não canta, mas faz show e tem música em plataformas de *streaming*. Pensando o contexto digital no qual a mediação é diretamente relacionada a uma audiência que consome conteúdos a partir de uma performance de gosto, ou sensibilidade; a Web Diva parece surgir como o resultado de um impulsionamento coletivo que a partir de

---

<sup>17</sup> GHZ. **Entenda como Valeria Almeida, cover de Selena Gomez, tornou-se uma das artistas mais ouvidas do Brasil.** Portal Zero Hora. 13/04/2022. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/musica/noticia/2022/04/entenda-como-valeria-almeida-cover-de-selena-gomez-tornou-se-uma-das-artistas-mais-ouvidas-do-brasil-cl1xp19pg00220165y1b7dydv.html> . Acesso em 09 de outubro de 2024.

diversos endereçamentos pop, destacam o humor, a ironia ou o polêmico, colocando em contraponto talentos naturais como a voz e habilidades artísticas.

Como destaquei durante o texto, a música torna-se um elemento importante, mas não o necessário para o fenômeno. Nesse jogo no qual corpos se apropriam de símbolos ou são apropriados em narrativas e situações diversas na internet, a carreira musical é muitas vezes associada como uma vontade do público e não da própria Web Diva. O caso de Tulla Luana é um exemplo, sua fama hoje é estruturada e baseada a partir da sua história. Mesmo com músicas criadas por fãs em plataformas como o *Spotify*, ela não pareceu muito interessada em seguir como cantora; ao contrário das Web Divas citadas ao longo deste trabalho que já se apresentaram em diversos lugares fora da internet.

As três Web Divas analisadas trazem em si roteiros ancorados em padrões e clichês da própria cultura pop, seja pela branquitude ou pela “passabilidade”: a semelhança de Valéria e Selena, a apropriação simbólica de Thaís Carla como uma cantora de axé e Blogueirinha com seu figurino e postura que dialoga com a de apresentadoras de programas de entrevista. Porém outras Web Divas como Inês Brasil e Leona Vingativa apresentam-se por outras nuances. Desta forma, destaco a ideia de incômodo, seja para uma indústria ou para quem cria um juízo de valor, como pertinente e comum a todas. Diferente de uma Anti Diva, na qual penso uma intencionalidade em suas ações para tentar desestruturar um sistema, a Web Diva se mantém como um corpo em constante experimentação, idealizado a partir de imaginários de um público, trazendo, muitas vezes, um posicionamento de “hackeamento”, tema a ser discutido em outra oportunidade.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. Disputas sobre performance nos estudos de comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 63-79, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/LhmGkbnnggZ3TL4R7h5QbBgf/?format=html&lang=pt#>. Acessado em 11 de outubro de 2024.

AMARAL, A. Cultura pop digital brasileira: em busca de rastros político-identitários em redes. *Revista ECO-PÓS*, Rio de Janeiro, v.19, n.3, 2016. Disponível em: [https://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/view/5422](https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/5422) . Acesso em: 14 jul. 2024.

ÁVILA, Flávia. **Hello guys!** Valéria Almeida atinge topo do Top 50 Viral do Spotify Brasil. Portal PopLine. 01/02/2023 Disponível em: <https://portalpopline.com.br/valeria-almeida-topo-top-50-viral-spotify-brasil/>. Acessado em 11 de outubro de 2024.

BABUSCIO, Jack. The cinema of camp (aka camp and the gay sensibility). In: **Camp: Queer aesthetics and the performing subject: A reader**, p. 117-35, 1999.

BENTES, Anna. **Quase um tique**: economia da atenção, vigilância e espetáculo em uma rede social Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2021

BLOGUEIRINHA. **ZUG ZUG** (Clipe Oficial). Youtube 13 de dez. de 2019. Disponível em: [https://youtu.be/XqQ\\_IfojFQ?si=fbk400OWqhxOSXCB](https://youtu.be/XqQ_IfojFQ?si=fbk400OWqhxOSXCB). Acessado em: 20 de jul. de 2024.

BLOGUEIRINHA. **Zug Zug**. Blogueirinha 2022. Disponível em: <https://open.spotify.com/intl-pt/track/4Vl8StWlBmMiYny3qPg56?si=292a3233603346e2>  
Acesso em: 18 de set 2024.

BLOGUEIRINHA. @**blogueirinha**. Instagram, <https://www.instagram.com/blogueirinha>. Acesso em 09 de outubro de 2024.

CARLA, Thaís. **Não Pode Opinar** (Clipe Oficial). Youtube, 5 de jan. de 2024. Disponível em: <https://youtu.be/Ae7T0WDYQpI?si=ve6rafHIZPuEhiRf>. Acessado em: 20 de jul. de 2024.

CARLA, Thaís. **Não Pode Opinar**. Rio de Janeiro: Deck, 2023. Disponível em: <https://open.spotify.com/intl-pt/track/3fgT2ksguXgxtZZQczyCn?si=7d95466600a84457>. Acesso em: 18 de set 2024.

CARLA, Thaís. @**thaiscarla**. Instagram, <https://www.instagram.com/thaiscarla>. Acesso em 09 de outubro de 2024.

DE CARVALHO, Matheus. **Foi ela ou não foi?** Valéria Almeida comenta polêmica de vídeo adulto gay no Spotify. Portal PopLine. 20/05/2024 Disponível em: <https://portalpopline.com.br/valeria-almeida-comenta-polemica-video-adulto-gay-spotify/>. Acessado em 12 de jun. de 2024.

GHZ. **Entenda como Valeria Almeida, cover de Selena Gomez, tornou-se uma das artistas mais ouvidas do Brasil**. Portal Zero Hora. 13/04/2022. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/musica/noticia/2022/04/entenda-como-valeria-almeida-cover-de-selena-gomez-tornou-se-uma-das-artistas-mais-ouvidas-do-brasil-cl1xp19pg00220165y1b7dydv.html> . Acesso em 09 de outubro de 2024.

GUTMANN, Juliana Freire. **Audiovisual em rede**. Derivas conceituais. Belo Horizonte, MG: PPGCOM UFMG, 2021.

HAN, Byung-Chul. **Bom entretenimento: uma desconstrução da história da paixão ocidental**. Editora Vozes, 2019.

**IT'S ME VALÉRIA ALMEIDA**. TikTok. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@itsme.valalmeida? t=8oK7XQ5Ahio& r=1>. Acesso em: 26 jul. 2024.

JANOTTI JUNIOR, Jeder Silveira. 2021. “Cultura Pop, Conectividade e Rasuras em Tempos de Ambientações Comunicacionais Digitais”. *Cult De Cultura: Revista interdisciplinar sobre arte sequencial, mídias e cultura pop*. Vol. 1, nº 01, p. 23-33.

JANOTTI JR., J. S. Além do rock: a música pop como uma máquina de agenciamentos afetivos. *Revista Eco-Pós*, v. 19, n. 3, p. 108-123, 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/3UH6PaE>>. Acesso em: 14 jul. 2024.

MARTINS, Leda Maria. **Performances do tempo espiralar: poéticas do corpo-tela**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2021.

MOURA, Clayton. Corpo sem órgãos Afecgivo-Intensivo: A vida não é um privilégio do orgânico. *Revista Lampejo*, v. 10 n.1, p.204-304, 2021. Disponível em: <https://revistalampejo.org/index.php/lampejo/issue/view/20>. Acesso em 23 de set de 2024.

PERSON, Junior. HABLA - Junior Person, Valéria Almeida & Dj Vaist (Visualizer Version). Youtube, 29 de jan. de 2023. Disponível em: <https://youtu.be/0XvHcGttZ0o?si=UyWRJdMTPvPpSmT9>. Acesso em: 18 de set 2024.

PERSON, Junior. *Habla*. Junior Person, 2022. Disponível em: <https://open.spotify.com/intl-pt/track/6oZdxrg9xr0AstLlso3Jgw?si=ab07b995f0b84470>. Acesso em: 18 de set 2024.

PILGER, Caroline R. A Estereotipagem da ‘diferença’ quando o espetáculo é o Outro Queer: uma análise das representações midiáticas de Pablo Vittar. Anais do I Aquenda de comunicação, gêneros e sexualidades. 2018. Disponível em: <https://aquenda.wordpress.com/anais/>. Acessado em 26 de jun. de 2024.

PRADO, Pedro Benjamin. **Blogueirinha ganha quadro sobre BBB no "Fantástico"**. Terra 20 jan2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/reality-shows/blogueirinha-ganha-quadro-sobre-bbb-no-fantastico,859c10ab83b4c9daf1abce7002209334ad3u9dap.html>. Acessado em: 18 de set de 2024.

REDAÇÃO MARIE CLARIE. **Thais Carla canta pela primeira vez sua música ao vivo e tem reação inesperada do público**. Revista Marie Claire. 10/02/2024 Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/celebridades/noticia/2024/02/thais-carla-canta-primeira-vez-sua-musica-ao-vivo-e-tem-reacao-inesperada-do-publico.ghtml>. Acessado em 11 de out. de 2024.

ROJEK, C. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SOARES, Afra. M. **Te dou um dado? O império risível das celebridades na internet**. 2014. 146 f. Dissertação (Mestrado em Estudos de Mídia) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/22382>. Acessado em 26 de jun. de 2024.

SOARES, Thiago. Abordagens teóricas para estudo da teatralidade em performances midiáticas: dramas, roteiros, ações. *Alceu*, v. 21, n. 43, p. 210-227, 2021.210 ISSN: 2175-7402 CC BY-NC 4.0 <https://doi.org/10.46391/ALCEU.v21.ed43.2021.225> ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 21, Nº 43, p.210-227, jan./abr. 2021. Acessado em: 18 de set de 2024.

\_\_\_\_\_. Cultura pop: interfaces teóricas, abordagens possíveis. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)**. 2013.  
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/r8-0108-1.pdf>. Acessado em: 18 de set de 2024.

\_\_\_\_\_. Percursos para estudos sobre música pop. In: SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogerio. **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015, p. 19-34.

\_\_\_\_\_. Divas pop: o corpo-som das cantoras na cultura midiática. In: SOARES, Thiago; MANGABEIRA, A.; LINS, M. **Divas Pop: O corpo-som das cantoras na cultura midiática**. Belo Horizonte: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2020.

SOARES, T.; PEREIRA, L. M. Performance e linchamento midiático na música pop. **Culturas Midiáticas**, [S. l.], v. 20, p. 24–40, 2023. Disponível em:  
<https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/67427>. Acesso em: 26 jul. 2024.

SONTAG, Susan. **Notas sobre Camp**. Tradução desconhecida, 1964. Disponível em:  
<[http://perspectivasqueeremdebate.files.wordpress.com/2014/06/susan-sontag\\_notas-sobre-camp.pdf](http://perspectivasqueeremdebate.files.wordpress.com/2014/06/susan-sontag_notas-sobre-camp.pdf)>. Acessado em: 18 de set de 2024.

VALÉRIA. @valalmeida. Instagram, <https://www.instagram.com/valalmeida>. Acesso em 09 de outubro de 2024.

*Flávio Marcílio Maia e Silva Júnior*

Jornalista e Doutorando pelo PPGCOM/UFPE com bolsa da Fundação de Amparo a Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (Facepe). Integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Música e Cultura Pop (Grupop) e do Laboratório de Tecnopolítica, Comunicação e Subjetividade (Estopim).



Esta obra está licenciada com uma Licença  
Creative Commons Atribuição-Não-Comercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional