

Minimalismo e Veganismo na “Tradução Cultural” de Influenciadoras Digitais de Periferia¹

Carla BARROS²

Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

O artigo tem como objetivo compreender como os perfis @blogueiradebaixarenda e @thallitaxavier divulgam estilos de vida surgidos no contexto de grupos mais abastados da sociedade - minimalismo e veganismo, respectivamente - se apropriando e adaptando esses modos de vida para seu universo social. Nesse percurso, foram observados os elementos acionados para essa “tradução”, bem como as construções identitárias presentes, envolvendo os significados e as negociações do ser “baixa renda” em um fluxo de mediação cultural. A partir de pesquisa etnográfica, foram analisados vídeos no Youtube dentro da série intitulada “Minimalismo de Baixa Renda” e conteúdos sobre veganismo no TikTok e Instagram. Entre os resultados, destacam-se as ressignificações do estilo de vida para o universo social das classes populares e o papel das produtoras de conteúdo *online* como “tradutoras” entre dois mundos.

PALAVRAS-CHAVE: mediação cultural; minimalismo; veganismo; influenciadores digitais; periferia.

INTRODUÇÃO

A denominação de “influenciadores digitais” foi criada para indicar pessoas que constroem uma reputação no ambiente online a partir da identificação com públicos específicos. Em suas trajetórias, atingem visibilidade junto a determinados “nichos” de audiência, fazendo revelações íntimas, mostrando situações de sua vida privada e proporcionando uma proximidade com seus seguidores graças à sua apresentação como “pessoas comuns”. A partir daí constroem uma reputação nas mídias sociais, em geral positiva, que pode levar a uma visibilidade crescente, bem como a uma carreira digital remunerável (ABIDIN, 2015). Abidin (2015) fala em “editorial personalizado” produzido pelos influenciadores, onde o relato de sua história pessoal sugere que o que funcionou para eles pode acontecer para qualquer um. Esta seria parte fundamental de sua “relacionalidade”³, entendida aqui como capacidade de inspirar um sentimento de

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do PPGCOM e do Curso de Estudos de Mídia da UFF, email: cbarros@id.uff.br.

³ *Relatability* no original.

conexão emocional em seu público. Como bem assinala Karhawi (2022), a autenticidade é um elemento central na relação dos influenciadores com seus públicos, caracterizando-se por seu caráter relacional, resultante de negociações sociais.

É neste contexto que surge o interesse em analisar os perfis @blogueiradebaixarenda e @thallitaxavier, enquanto sinalizadores de questões relevantes no campo dos estudos de consumo e vivências digitais de grupos populares, com destaque para possíveis mudanças em curso. No artigo, o foco recai sobre uma produção de conteúdo específica denominada “minimalismo de baixa renda”, no caso de Nathaly Dias e vegetarianismo, no de Thallita Xavier – as duas produtoras de conteúdo *online* responsáveis pelos perfis - buscando compreender de que modo as influenciadoras cumprem o papel de mediadoras culturais (VELHO e KUSHNIR, 2001) ao promover a circulação de um estilo de vida de consumo entre dois mundos.

Velho e Kuschnir (2001) abordaram o fenômeno da mediação cultural enfatizando que os indivíduos imersos no meio urbano estão expostos a uma grande diversidade de experiências, por circularem através de universos com valores e visões de mundo distintas e, às vezes, conflitantes, em que relações de poder também atuam:

A vida social só existe através das diferenças. São elas que, a partir da interação como processo universal, produzem e possibilitam as trocas, a comunicação e o intercâmbio. O estudo da mediação e, especificamente, dos mediadores permite constatar como se dão as interações entre categorias sociais e níveis culturais distintos. [...] Num contínuo processo de negociação da realidade, escolhas são feitas, tendo como referências sistemas simbólicos, crenças e valores, em torno de interesses e objetivos materiais dos mais variados tipos. A mediação é uma ação social permanente, nem sempre óbvia, que está presente nos mais variados níveis e processos interativos (VELHO e KUSCHNIR, 2001, p. 9-10).

Alguns indivíduos transitando por diferentes dimensões sociais podem tornar-se mediadores entre visões de mundo, estilos de vida e experiências sociais distintas. Na trajetória de Nathaly Dias observa-se sua origem em família de poucos recursos econômicos e pais com baixa escolaridade, até a entrada na Universidade, onde tem contato com outras visões de mundo, o que lhe permite lidar com códigos distintos de seu meio de origem. Thallita Xavier, também moradora de comunidade de baixa renda, defende uma “gastronomia da favela” em seus trânsitos entre o público popular e plateias mais elitizadas. Nestes processos, regras, hábitos, gostos, estéticas e comportamentos são confrontados, em um espaço de constante negociação da realidade,

onde cabe investigar até que ponto as influenciadoras atuam como mediadoras culturais, promovendo a troca de informações entre sistemas simbólicos, valores e modos de vida.

O objetivo do artigo é, portanto, compreender como os perfis @blogueiradebaixarenda e @thallitaxavier divulgam os estilos de vida “minimalista” e “veganismo” surgidos no contexto de grupos mais abastados da sociedade, se apropriando e adaptando esses modos de vida para seus universos sociais de origem. Nesse percurso, serão observados os elementos acionados para essa “tradução”, bem como as construções identitárias presentes, envolvendo os significados e as negociações do ser “baixa renda” em um fluxo de mediação cultural.

METODOLOGIA

O estudo caracteriza-se como uma etnografia digital (BOELLSTORFF, 2012; PINK, et al, 2015) e traz os resultados de uma fase do trabalho de campo⁴ que teve como ferramenta principal a observação online (SKAGBY, 2011; HINE, 2015). Foram analisadas publicações e comentários dos usuários nos perfis @blogueiradebaixarenda no Youtube relativos ao tema “minimalismo de baixa renda”, e @thallitaxavier no TikTok e Instagram, acerca do veganismo. Nos dois casos, buscou-se analisar de que modo articulam-se práticas de consumo, construções identitárias e mediação cultural.

A pesquisa de campo online foi realizada de outubro de 2022 a dezembro de 2023, tendo se debruçado sobre todos os conteúdos encontrados nos perfis das referidas mídias sociais. Detalhando os períodos de publicação, o início das atividades de Nathaly Dias no Youtube foi no dia 1º de abril de 2015; já Thallita Xavier estreou no Instagram em 24 de maio de 2015 e no TikTok em 10 de julho de 2021.

Conforme destaca Boellsstorff (2012, p. 82), a fase observacional pede a elaboração de extensas notas de campo, conforme indica a etnografia “clássica” (EMERSON; FRETZ; SHAW, 1995). No contexto analisado, uma determinada publicação dos dois perfis era catalogada com as seguintes informações, após a realização de captura de tela: data da publicação, resumo do conteúdo postado; registro dos comentários dos usuários – aspectos quantitativos (números de curtidas, comentários, republicação de vídeos) e qualitativos (qual o conteúdo e tom dos

⁴O presente artigo foi desenvolvido no âmbito da chamada *CNPq/MCTI/FNDCT N° 40/2022 Pró-Humanidades*, que contemplou projeto de pesquisa da autora.

comentários, como por exemplo, adesões, elogios, conflitos, uso de emojis), contexto geral (informação extra-publicação, referente a alguma questão/assunto/acontecimento que poderia ter impactado a publicação em questão) e eventuais insights (deixar indicado brevemente o que a publicação despertou em relação às questões da pesquisa, para posterior aprofundamento). A partir da observação dos dados em conjunto foram identificados “temas emergentes” que nortearam a análise, a saber, “significados do minimalismo baixa renda e veganismo de periferia sob a ótica da mediação cultural”, “ambiguidades entre as dimensões de pertencimento e mobilidade social” e “relação com a alteridade a partir do viés de classe”.

PRINCIPAIS RESULTADOS

O trânsito entre dois mundos aparece de modo evidente no conteúdo da série “Minimalismo de baixa renda”, onde a @blogueiradebaixarenda busca traduzir para seu público os princípios e práticas do movimento minimalista. Gastar menos para gastar melhor, não sucumbir frente às dívidas, deixar de lado o consumo “supérfluo”, enfim, são ações que contribuem para o alcance da mobilidade social. Definir prioridades, se educar financeiramente de modo mais “racional”: e gastar no que tem “valor” significa reorientar os gastos para ações como o financiamento de um curso de qualificação profissional ou a compra de roupas que expressem a individualidade da pessoa. Nesse contexto, foi possível observar uma tensão entre a proposta minimalista de “desapego” e o “apego” ao simbolismo dos bens enquanto sinalizadores de ascensão social.

A proposta da BBR de difundir esse estilo de vida no universo de baixa renda tem como ponto de partida a negação de um “minimalismo” pré-existente, fruto da escassez de recursos. Nessa “lógica da falta”, as restrições da vida material seriam vistas como propulsoras de uma motivação para o consumo de ordem essencialmente prática, como se os sujeitos vivessem na esfera da “sobrevivência”, fazendo cálculos para o melhor aproveitamento de seus escassos recursos econômicos. A BBR distancia-se dessa perspectiva determinista baseada na razão prática (SAHLINS, 1979) e na ideia de “luta pela sobrevivência”, ao buscar o status de consumidor, capaz de fazer escolhas (SLATER, 2002), sempre, claro, a partir de códigos culturais específicos.

Através da análise do perfil @thallitaxavier também foi possível observar o papel da influenciadora como mediadora cultural (VELHO E KUSCHNIR, 2001), tornando o veganismo acessível ao público de baixa renda. O veganismo nascido nas

classes mais abastadas necessita, no caso, de uma tradutora que enfrente estereótipos como o de que a comida sem carne não “sustenta” ou que os produtos são muito caros. Ao acompanhar a atuação de influenciadoras como @blogueiradebaixarenda e @thallitaxavier, percebe-se a notável ampliação de seu capital social (BOURDIEU, 1979b), o que se contrapõe em larga escala às vivências de gerações anteriores. Sua expansão faz que seja convertido em capital econômico, graças a diversas parcerias comerciais, estabelecidas não apenas com empresas voltadas ao público popular. No caso de Thallita Xavier, a participação no evento *Rio Gastronomia* mostrou o alcance de plateias das classes mais abastadas, com a consequente expansão dos capitais.

CONCLUSÃO

O artigo teve como objetivo compreender como os perfis @blogueiradebaixarenda e @thallitaxavier divulgam estilos de vida surgidos no contexto de grupos mais abastados – o minimalismo e o veganismo, respectivamente – se apropriando e adaptando esses modos de vida para seu universo social de origem. Nesse percurso, foram observados os elementos acionados para essa “tradução”, bem como as construções identitárias presentes, envolvendo os significados e as negociações do ser *baixa renda*, em fluxos de mediação cultural (VELHO e KUSCHNIR, 2001).

Esse lugar de mediação cultural fica claro na análise dos dois perfis, onde encontramos ressignificações de estilos de vida consolidados junto aos setores mais abastados para o universo social da “baixa renda”. Nos perfis @blogueiradebaixarenda e @thallitaxavier, o sentimento de pertencimento chama logo atenção, desde a denominação nome *baixarenda*, passando pela abertura dos vídeos, com o mote “mais um dia no barraco”, até os cenários mostrando o cotidiano da comunidade. O pertencimento, vale assinalar, envolve práticas cotidianas embebidas de moralidades.

O questionamento enfrentado pelas duas influenciadoras quanto a não autenticidade de suas identidades enquanto representantes do universo de *baixa renda* mostra-se revelador das tensões e disputas em jogo, lembrando o aspecto de “horror à mudança social” descrito por DaMatta (2001) como característico do tradicional cenário hierarquizante da sociedade brasileira. Nas áreas de contato entre os dois universos, enquanto mediadoras culturais, as disputas aparecem de modo claro. Vale lembrar nesse ponto o que Bourdieu chama de “princípio da conformidade” (1979a), em que os sujeitos de classes populares são monitorados para que permaneçam em seu lugar

social, sendo julgados de modo negativo quando procuram experimentar elementos do gosto de outros segmentos. Trata-se de expectativas e controle dos grupos dominantes para que continuem com o monopólio dos “bens de classe”.

REFERÊNCIAS

ABIDIN, C. Communicative intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness. **Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology**. Issue n.8: Gender, Globalization and the Digital, 2015.

BOELLSTORFF, T.; BONNIE, N.; PEARCE, C.; TAYLOR, T.L. **Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method**. Princeton: Princeton University Press, 2012.

BOURDIEU, P. **La distinction: critique sociale du jugement**. Paris: Minuit, 1979a.

BOURDIEU, P. Les Trois États du capital culturel. *In: Actes de la Recherche em Sciences Sociales*, n.30, p.3-6, 1979b.

DAMATTA, R. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2001.

EMERSON, R.; FRETZ, R.; SHAW, L. **Writing Ethnographic Fieldnotes**. Chicago: University of Chicago Press, 1995.

HINE, C. **Ethnography for the Internet: embodied, embedded and everyday**. London, UK: Bloomsbury Publishing, 2015.

KARWAI, I. “Autenticidade, intimidade e coconstrução: mapeamento das características da produção de conteúdo dos influenciadores digitais”. **Anais do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** — Intercom, 2022.

PINK, S.; HORST, H.; POSTILL, J.; HJORTH, L.; LEWIS, T.; TACCHI, J. **Digital ethnography: Principles and practices**. London: Sage, 2015.

SAHLINS, M. **Cultura e Razão Prática**. Rio de Janeiro: Zahar., 1979.

SKAGBY, J. Online Ethnographic Methods: Towards a Qualitative Understanding of Virtual Community Practices. *In: DANIEL, B. K. (ed). Handbook of Research on Methods and Techniques for studying Virtual Communities: Paradigms and Phenomena* Linköping, Sweden: IGI Global, 2011.

SLATER, D. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

VELHO, G.; KUSCHNIR, K. (orgs.). **Mediação, Cultura e Política**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001.