

## O que canta uma Web Diva? Tensionamentos de corpos e sons na música pop BR<sup>1</sup>

Flávio Marcílio Maia e SILVA JÚNIOR<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### RESUMO

Este trabalho 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 tela. Para análise e discussão, serão analisadas três personalidades: Valéria Almeida, Blogueirinha e Thaís Carla. Elas apresentam características que se aproximam do objetivo principal e 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.

### CORPO DO TEXTO

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 inserida 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. O conceito de Diva, de acordo com Soares T (2020), parece apresentar 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 ou, pensando no meio digital, um *react* mediado por telas.

Neste ambiente, 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

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Música, Comunicação e Entretenimento, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM/UFPE), e-mail: [fmarciliom@gmail.com](mailto:fmarciliom@gmail.com). Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa de Pernambuco (Facepe).

---

pertencente a apenas um território midiático hegemônico. A 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 Web Diva se aproxima de uma abordagem mais teatral a partir de um comportamento fora do comum dentro de uma performance mediada por telas como o caso da Tulla Luana<sup>3</sup>, autointitulada Web Diva.

Em um recorte temporal de vinte anos, pela circulação de vídeos em redes sociais e plataformas digitais, acessamos a produções amadoras que nos trazem entretenimento destacando personalidades que se tornam relevantes para a cultura pop brasileira inserida em um nicho. 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. Não existe fórmula para a viralização; mas o cômico, o diferente e o absurdo destacam-se como características principais da construção de uma Web Diva.

Desta forma, este trabalho se propõe a criar uma discussão em torno da Web Diva a partir do entretenimento, da corporeidade em telas e da cultura pop. Como *corpus* para a discussão são analisadas três personalidades 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; PEREIRA DE SÁ, 2016) e possuem músicas hospedadas 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.

Uma Web Diva parece surgir do acaso, de uma narrativa representada por um registro do audiovisual em rede (GUTMANN, 2021, p.21). 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. Essa ideia de narrativa é proposta

---

<sup>3</sup>Tulla 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.

---

por Soares T (2021) como uma performance midiática 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 conjugação 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).

É pela tela que momentos cotidianos são transformados em entretenimento quando compartilhados em forma de rotina, desafios, *trends* ou situações constringedoras e inusitadas. 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 (2019, p.206), “para ser, para pertencer ao mundo, é preciso ser algo que entretém”.

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. 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.

Um segundo ponto que proponho para se entender uma Web Diva está ligado ao corpo físico apresentado e suas potencialidades estéticas. Pensar em corporeidades é colocar em evidência questões de gênero, raça e sexualidade. É pensar também no “fora do padrão”. Se uma Diva Pop traz em si toda uma replicação do belo e do perfeito, a Web Diva parece se propor ao contrário: seja numa postura social, na sua representação como mulher, no cenário no qual está inserida ou simplesmente em um modo de ser.

Um último ponto relevante é a apropriação de elementos midiáticos da cultura pop como essenciais para a construção da narrativa. A cultura pop, de acordo com Soares T (2013, p.02) está muito próxima das indústrias culturais e “estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido

---

transnacional e globalizante”. Ao pensar este conceito, entende-se que a própria narrativa da Web Diva já teria algum endereçamento pop, mesmo que indiretamente.

A criação de paródias ou 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, T; 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 estabelecer um “*status* Diva”, pois, 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 rede sociais a falas remixadas em forma de música. Soares A (2014, p.51) 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”. O resultado disso tem levado a estruturação de um mercado, inicialmente fora do *mainstream* 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.

---

Em fevereiro de 2023, a *cover* da cantora norte-americana Selena Gomez, Valéria Almeida, tornou-se viral no *Spotify*<sup>4</sup> com sua 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 fama de Valéria 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 polêmicas na qual se encontra envolvida: de acordo com a própria, sua conta no Instagram foi hackeada por uma jovem menor de idade e apenas o perfil no TikTok 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>5</sup> em uma das suas músicas (*J'Adore*) no *Spotify* em forma de Canvas, vídeos curtos exibidos durante a execução da música.

Uma das primeiras reflexões que Valéria traz é justamente 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. Outro fator é a sua narrativa confusa que aparenta trazer especulações e garantir audiência a partir disso.

Thaís Carla é outra persona que tem trazido para a música pop a sua luta pela naturalização do corpo gordo. 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

---

<sup>4</sup>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 12 de ago. de 2023.

<sup>5</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 12 de jun. de 2024.

---

peessoas 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>6</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.

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. Sua fama na internet se deu quando começou a ironizar rotinas e clichês de influenciadoras e blogueiras. Criando bordões e situações tragicômicas, a personagem representada por Bruno Matos, de Americana (SP), dialoga com o contexto online, onde se tornou um ícone da cultura pop conquistando espaços na TV aberta como no Fantástico e ganhando seu próprio “talk show”, o “De Frente com Blogueirinha” no DiaTV.

O corpo performático da Blogueirinha aproxima-se muito da cantora Pablla 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. Apesar de algumas disparidades, Val, Thaís e Blogueirinha enquadram-se como Web Divas que apresentam cruzamentos e perpassam pelo *Camp* (SONTAG, 1987) ao se apresentarem com a “predileção por aquilo que está ‘fora’, por coisas que são o que não são” (SONTAG, p. 322).

---

<sup>6</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.

## 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/LhmGkbnngZ3TL4R7h5QbBgf/?format=html&lang=pt#>. Acessado em 12 de jun. de 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 12 de jun. de 2024.

CARLA, Thais. **Não Pode Opinar.** Youtube, 05 de jan. de 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ae7T0WDYQpI>. Acessado em 12 de jun. 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.

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.

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.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Somos Todos Fãs e Haters? Cultura Pop, Afetos e Performance de Gosto nos Sites de Redes Sociais. *REVISTA ECOPOÓS*, v. 19, n. 3, 2016, p. 50–67. Disponível em: [https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/article/view/5421/3995](https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/5421/3995).

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.

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, N° 43, p.210-227, jan./abr. 2021.

---

\_\_\_\_\_. 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 12 de ago. de 2023.

\_\_\_\_\_. 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.

SONTAG, Susan. **Contra a interpretação**. Porto Alegre: L&PM, 1987.