dispositiva
Revista Interinstitucional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC Minas e da UFMG
PUC Minas
UFMG

A METATEATRALIDADE DA BLOGUEIRINHA DE MERDA

THE METATHEATRICALITY OF BLOGUEIRINHA DE MERDA

Leticia Matheus [1]
Raphael Loureiro [2]

Resumo
O artigo analisa quatro memes que viralizaram entre 2023 e 2024 no Twitter/X e no TikTok, editados do programa "De Frente com Blogueirinha", uma paródia do programa televisivo comandado pela jornalista Marília Gabriela no SBT. Somando 8 milhões de visualizações, os vídeos tiveram em comum o emprego da metateatralidade, como recurso para gerar efeito cômico e impulsionar memes. Apresentado pela personagem "Blogueirinha de Merda", interpretada pelo ator Bruno Matos, o programa e sua apresentadora fictícia permitem observar o hibridismo do sistema midiático contemporâneo para o qual o conceito de metateatralidade parece ser útil. O objetivo é compreender se o recurso da metateatralidade poderia ser aplicada para pensar a produção memética nas redes sociais. Nossa aposta é que este recurso contribui para uma percepção crítica acerca da cultura dos influenciadores e das próprias redes sociais.

Palavras-chave
Redes Sociais; influenciador; metateatralidade; paródia; Blogueirinha.

Abstract
This paper analyses four memes that went viral between 2023 in 2024 on Twitter/X and TikTok, edited from De Frente com Blogueirinha, a TV show parody of the programme hosted by journalist Marília Gabriela on SBT. With a total of 8 million views, these videos share the common feature of metatheatricality as a device to generate a comedy effect, thereafter, memes. Presented by the character "Blogueirinha de Merda," enacted by actor Bruno Matos, the show and its fictional host allow us to observe the hybridity of the contemporary media system, for which the concept of metatheatricality might be useful. The aim though is to understand whether metatheatricality could be applied to this case and whether it could be extended to think about a certain logic of meme production on social media. Our hypothesis is that this device contributes to a critical perception of influencer culture and the very social media platforms.

Keywords
Social Media; influencer; metatheatricality; parody; Blogueirinha.

1 Procientista e professora de Relações Públicas na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), membro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na mesma instituição. Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Líder do Grupo VIP: Visualidades e Imagem Pública. E-mail: leticia.matheus@uerj.br
2 Bacharel em Relações Públicas pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), Pibic voluntário e membro fundador do Grupo VIP: Visualidades e Imagem Pública. E-mail: raphael.loureiro.18@gmail.com

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

Introdução

Ninguém aguenta mais ouvir falar em Hamlet, muito menos ler explicações sobre a peça, dizia Lionel Abel (1963, p. 140). A cena 2 do ato III, na qual é encenado o assassinato do rei, permanece um dos exemplos mais citados de metateatro. Mas a metateatralidade vai além da simples apresentação de uma cena dentro de outra. Como defendia Abel, ela não configura somente um conjunto de recursos dramáticos, mas a própria inversão crítica sobre a realidade percebida como teatro. O autor defendia que uma obra poderia ser considerada metateatral por instigar o público a olhar a realidade através das lentes do teatro.

Não temos a pretensão de entrar no debate teórico sobre Teatro. O objetivo deste texto é fazer uma análise de caráter comunicacional sobre quatro memes da "Blogueirinha de Merda", uma personagem que, conforme discutiremos, aponta para um efeito metateatral nos sites de redes sociais (Recuero, 2009). Não defendemos que a linguagem das diferentes plataformas digitais seja caracterizada imanentemente pela metateatralidade. O que pretendemos é testar se o conceito é ou não fértil para pensar certas estéticas que vão surgindo, recompondo-se e decompondo-se nas produções para redes sociais[3].

A "Blogueirinha" é uma composição de influenciadoras digitais e outras personalidades, por exemplo, a jornalista Marília Gabriela, cujo programa de entrevistas "De Frente Com Gabi" ela parodia. Criada pelo ator Bruno Matos, Blogueirinha está presente em quatro plataformas (Instagram, TikTok, Twitter/X e YouTube), totalizando 6 milhões de seguidores. Suas produções no YouTube, em parceria com a DiaTV, tinham 210 milhões de visualizações até 2024.

Neste artigo, analisamos quatro memes que viralizaram no Twitter/X e no TikTok, entre 2023 e 2024, que somavam mais de 8 milhões de visualizações até dezembro de 2024. Eles tiveram como característica o uso da metateatralidade, por exemplo, quando a condição ficcional da Blogueirinha é confundida pelo convidado. A construção do *corpus* foi deliberadamente orientada para localizar características metateatrais, uma vez que nosso intuito não é provar quantitativamente a prevalência desse recurso. Realizamos busca ativa nas duas plataformas, em dezembro de 2024, de modo a identificar os memes virais mais populares sugeridos pelos algoritmos para o perfil de um de nós, autores. Para fins de divulgação, por questão ética, exibimos apenas perfis institucionais, ocultando nomes e endereços de usuários privados, identificados aqui por letras aleatórias.

A estrutura do texto se apresenta da seguinte maneira: primeiro, apresentamos uma breve apresentação do conceito metateatralidade. A partir daí, definimos traços metateatrais que consideramos importantes como categorias analíticas a serem

3 Neste artigo, não usamos "sites de rede social" e "plataforma digital" como sinônimos, mas o primeiro termo como descrevendo um conjunto menor dentro de um processo mais amplo definido pelo segundo. Trata-se de etapas complementares de complexificação do sistema midiático contemporâneo. Os sites de redes social teriam por característica o usuário fazer um perfil (avatar), seguir e ser seguido por outros usuários, formando assim redes próprias. Além disso, eles compartilham publicações publicamente (ou semi-públicamente) (cf. Helmond 2015). Já a plataformização se caracteriza por um fenômeno bem mais amplo, que envolve a programabilidade das relações humanas (socioeconômicas, culturais etc) - por engenharia digital (cf. Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020; Couldry & Hepp, 2020).

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

aplicadas ao *corpus* empírico. A elaboração e a aplicação dessas categorias são exatamente o método (construção e aplicação de tipos ideais). Numa segunda parte, apresentamos o objeto empírico, isto é, a personagem Blogueirinha, sua trajetória midiática e sua produção. Na terceira parte, elencamos algumas definições sobre o que é ser "memético" e "viral" e enfocamos a análise propriamente dita dos memes, ao aplicar a eles o conceito de metateatralidade. Ou seja, nesse momento, avaliamos se eles se encaixam ou não nas descrições categoriais. Por fim, chegamos a algumas conclusões não generalizáveis e de caráter interpretativo, mas que têm o intuito de acionar novos diálogos sobre a criação estética, gêneros e formatos no sistema midiático contemporâneo.

Metateatralidade

A principal referência teórica sobre metateatralidade vem de Abel (1963, p. 58–60). Para o autor, metateatro são aquelas peças que tratam a realidade como teatralizada, indo além do recurso de uma "peça dentro de uma peça". Outra característica importante é o personagem ter autoconsciência.

O conceito de metateatro descreve quando uma peça faz comentários a si mesma ou ao teatro em geral. O recurso se apresenta na consciência que a personagem tem sobre a encenação, estabelecendo uma diferença entre ela e o ator. Segundo Ben Amor (2024), as principais características do metateatro são: 1) questionar a relação entre representação e realidade; 2) provocar uma reflexão crítica sobre o teatro e o papel do ator; 3) abrir brechas para que o teatro recicle convenções.

Mas Ben Amor (2024) alerta que a metateatralidade não pode ser usada às custas da coerência dramática. Ela deve servir ao enredo, mas não pode ser só isso. Ela deve estabelecer uma discussão com o público sobre a arte dramática. Esse diálogo frequentemente se dá pelo efeito cômico. É o que acontece no caso da Blogueirinha, como veremos. A diferença é que seu efeito metateatral se encontra na crítica ao sistema da fama, à cultura das celebridades e dos influenciadores. O fato de Blogueirinha se apresentar ela mesma como influenciadora seria parte da ironia.

Aqui é impossível não lembrar do bobo, o arquétipo melodramático responsável por exercer a função metalinguística na trama (Martín-Barbero, 2003; Thomasseau, 2005). Ele tem consciência da artificialidade de sua performance. Assim como o metateatro, o bobo convoca o público a desafiar os limites da imersão teatral.

Este é um problema que os atores entendem bem. Stephenson (2007) lembra o desafio que eles enfrentam quando sua imagem está marcada por um papel de sucesso, ou mesmo pela exposição pública de sua própria *persona*. Aconteceria aí uma dificuldade, por parte do público, de crer numa nova personagem. No caso da Blogueirinha, o ator que a interpreta, Bruno Matos, não aparece na mídia sem a caracterização da influenciadora, o que poderia explicar a confusão que provoca.

Para Pascolati (2008), o metateatro pode ser definido como a consciência do teatro sobre sua própria natureza, rompendo as barreiras entre o real e a ficção. A au-

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

tora diz que, quando uma cena rompe as fronteiras entre o texto e a encenação, vive-se um paradoxo que pode explicar como determinadas coisas funcionam e trazer questionamentos. É preciso destacar que a metateatralidade tem por característica desafiar a verossimilhança do que está sendo encenado, denunciando, assim, a artificialidade da situação. Defendemos que a Blogueirinha pode ser considerada uma personagem com consciência teatral dramática, às vezes como efeito das múltiplas iterações de seu conteúdo; outras vezes, pelo roteiro original que satiriza o mundo dos influenciadores, logo, a si própria.

Paillard e Milanezi (2021) alertam para certo abuso no uso do conceito para se referir a técnicas que elas consideram parateatrais, práticas que ocorreriam à margem das convenções do teatro tradicional, podendo incluir a quebra da quarta parede ou promover a interação com o público. Ben Amor (2024, p. 83) também questiona se o conceito, afinal, teria alguma pertinência porque, a rigor, a lógica da metateatralidade seria a própria teatralidade. Ou seja, estamos mais uma vez diante do dilema de restringir um conceito a um conjunto limitado de aplicações empíricas ou a ampliá-lo demais, de tal forma que ele passa a servir para descrever tudo, logo, especificar nada.

Optamos por adotar uma concepção mais ampla pelo fato de estarmos considerando práticas culturais que não são propriamente teatro. Quem nos permite extrapolar o conceito dessa maneira é Eldridge (1998, p. 91), ao acionar Raymond Williams, quando o autor dizia que a sociedade contemporânea já é altamente dramatizada. No caso, ele estava se referindo aos meios de comunicação de massa, mas nada impede que utilizemos esse pensamento para os dramas nas redes.

Nossa proposta está longe de ser inédita na Comunicação. Partindo de Féral (2015), Soares (2021) argumenta que a questão da teatralidade se encontra, na prática, na base dos estudos sobre performance. O autor defende que a teatralidade das cenas comunicativas vai além de simples intencionalidade ou do uso de certas linguagens, mas que "emerge 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), marcado pela condição de ser visto *pelo/para o outro*. Tentaremos dialogar aqui com a dimensão metalinguística desse processo.

Em resumo, adotamos como características da metateatralidade:

1. A quebra da quarta parede, isto é, quando o ator olha para a câmera e endereça o texto diretamente ao espectador;
2. A encenação de uma peça dentro de outra peça, isto é, quando as personagens são deslocadas para a função de audiência de segunda natureza dentro da trama primária, como no clássico exemplo de Hamlet;
3. A autoconsciência da personagem sobre sua condição ficcional e a artificialidade do dispositivo teatral;
4. O entendimento da realidade como já sendo teatralizada (promove senso crítico, muitas vezes pela sátira).

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

Para completar as bases teóricas desta reflexão, usamos o conceito de celebridade, sobretudo a partir de Ortiz (2016, 2022), de França e Simões (2014) e de Driessens (2012), além do tratamento dado por Karhawi (2022) à figura do influenciador digital como um novo trabalhador, um produtor de conteúdo que promove marcas, ideias e pessoas. Esse mercado movimenta 24 bilhões de dólares somente no Brasil, segundo relatório "Digital 2024: Brazil" (Leão, 02/02/2025, *online*).

Segundo Ortiz (2016), as celebridades funcionam como símbolos sociológicos, servindo para entender a dinâmica social, na qual a visibilidade pública molda as relações. As celebridades se tornaram representações de valores culturais e expandiram sua influência em diferentes campos da vida social, política e cultural. Eles se tornaram novos mediadores simbólicos (os influenciadores), disputando e substituindo os intelectuais tradicionais no campo da formação da opinião pública (Ortiz, 2022).

Driessens (2012) vai na mesma direção, porém enfocando o processo de celebrização, pelo qual os indivíduos atingem o *status* de celebridade, com consequências que vão além da questão da popularidade, mas que apontam para um mecanismo estrutural da sociedade contemporânea. Por fim, França e Simões (2014) defendem que as celebridades operam como pontos de ancoragem simbólica numa sociedade fragmentada por múltiplas referências, o que é provocado exatamente pela intensa mediatização do cotidiano. Desse modo, as celebridades funcionariam como mecanismo compensatório, oferecendo algum tipo de referência para que o indivíduo transite por uma profusão de anseios, desejos e valores.

Estudando celebridades há quase duas décadas, França e Simões (2014) adotam uma perspectiva fundamental para a conversão das celebridades em objeto da comunicação, ao tratá-las como acontecimento. Seguindo a proposta das autoras, concordamos que as celebridades possuem força hermenêutica, uma vez que são capazes de desencadear processos comunicacionais, não simplisticamente pelo que elas "representam", mas sobretudo por aquilo que *fazem*, pela produção de sentido que sua emergência promove.

A Blogueirinha brinca com a ideia de celebridade, mas também com a figura do influenciador. Os dois conceitos não são intercambiáveis, mas certamente existe um parentesco histórico entre eles: de consolidação da Modernidade e da centralidade das mídias no cotidiano. Ambos os papéis sociais são ancorados na visibilidade que essas pessoas detêm. A celebridade seria um tipo específico de influenciador que extrapolou a questão comercial, não se limitando a fazer *publis*, mas por ser conhecido por seu próprio nome e imagem. Segundo Ortiz (2025, pp. 16–17), o influenciador não se confunde com o mediador cultural tradicional, na medida em que ele não nasce necessariamente de uma relação intrínseca à vida comunitária. Assim como a celebridade, sua influência depende da visibilidade midiática. O conceito nasce dos debates sobre opinião pública e sobre a "manipulação" das massas. Como bem lembra Ortiz (2025, pp. 50–51), a influência foi, por algumas décadas, chamada, no meio acadêmico, de "impacto". Hoje, a tendência é que empreguemos o termo *influência*, ainda que ambos estejam submetidos às incorrências de suas imprecisões.

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

A história da Blogueirinha

Criada em 2015, "Blogueirinha de Merda" tinha por objetivo criticar, pela sátira e a paródia, celebridades e influenciadores em seus perfis no Facebook e no YouTube. Tendo a arrogância como principal traço, a personagem aparece em vídeos isolados desde 2017. Em janeiro de 2018, um vídeo que ironizava a ostentação das celebridades, usando sacolas de supermercado, alcançou 245 mil visualizações. Em 2021, Bruno lança a paródia do extinto "De Frente com Gabi" do SBT, o "De Frente com Blogueirinha", em formato de programa fixo no YouTube. Transmitido ao vivo às segundas-feiras, ele tem como foco entrevistas com influenciadores e celebridades. Em 2024, a personagem ganha um quadro no "Fantástico" da TV Globo, no qual entrevistava os eliminados do Big Brother Brasil 24.

As produções da Blogueirinha se ampliam em 2024, quando a personagem estreia "Blogueirinha, a Feia", outra paródia, desta vez da telenovela "Betty, a Feia". Este é outro exemplo de metalinguagem, pois Bruno interpreta a Blogueirinha que, por sua vez, interpreta outra personagem dentro da novela. Essa operação faz com que a existência da Blogueirinha se torne uma crítica ao excesso de conteúdo semelhante nas redes sociais e à falta de autenticidade de muitos influenciadores.

Mas Sibilia (2015) aponta para o movimento inverso, alertando sobre o risco de nos tornarmos personagens de nós mesmos. Para ela, as redes sociais conseguem converter o *performer* num personagem: aquele que sempre tem testemunhas, alguém que precisa ser observado porque sua existência está condicionada por esse olhar dos outros. Assim, as personagens só existiriam na condição de observadas: somente são alguém se outros veem sua performance (Sibilia, 2015, p. 7).

Nesse sentido, Bruno é um performer que dá vida à Blogueirinha. Trata-se da narrativa de uma influenciadora imprudente, sem filtros. O ator escolheu performar uma influenciadora que fala mal de todos na Internet, aborrece os patrocinadores, é arrogante com os convidados e, ao mesmo tempo, faz piadas com o mundo da fama. Ela é uma paródia dos criadores de conteúdo.

Silva *at al.* (2023, p. 7) afirmam que poucos produtores de conteúdos conseguem inovar e acabam ficando reféns de modelos repetitivos. Observar a Blogueirinha também é uma forma de questionar se a liberdade de criação nas redes de fato leva à criatividade ou se a armadilha dos algoritmos e a necessidade de engajar acabam fazendo com que os produtores se limitem a formatos e gêneros já previamente aceitos (Karhawi & Prazeres, 2022). Nesse sentido, os virais podem ser considerados termômetros do sucesso de uma produção, mas eles pouco têm a ver com a antiga lógica de "popularidade" dos meios de massa. Por isso, é necessário cautela aqui. Primeiro, porque a popularidade deriva da engenharia das redes, não só da escolha deliberada da audiência (Karhawi & Prazeres, 2022; Arriagada e Ibáñez, 2020), isto é, o sucesso depende da distribuição que os algoritmos fazem. Em segundo lugar, porque a audiência pode ser falsa (Santini *et al.*, 2020).

Se, no passado, os memes eram classificados apenas como imagens fixas, invariavelmente com interferências textuais, esse conceito se amplia para trechos editados

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

de vídeos. De acordo com Chagas (2021), os memes podem ser analisados a partir de três propriedades principais: fidelidade, fecundidade e longevidade. A "fidelidade" se refere à capacidade de um meme ser replicado de forma idêntica, o que é facilitado pela ampla gama de recursos oferecidos pelas redes sociais. Já a "fecundidade" está ligada à capacidade do meme gerar múltiplas versões de si, algo que é alimentado pelo processo de paródia. Horta (2014) argumenta que a paródia, enquanto característica fundamental dos memes, pode gerar humor, ironia ou crítica, e é justamente isso que torna a linguagem memética fluida e capaz de se adaptar aos mais diversos contextos. A "longevidade" é o terceiro ponto importante, referindo-se à durabilidade dos memes ao longo do tempo, um fenômeno impulsionado pela natureza atemporal dos conteúdos virais e pelos acervos de memes, que preservam e perpetuam esses conteúdos, muitas vezes ganhando novas interpretações ao longo dos anos.

Essas características ajudam a entender a evolução do meme como meio de comunicação que vai além do simples compartilhamento de imagens engraçadas, formando uma linguagem interativa e multidimensional. A intertextualidade e a multimodalidade permitem que os memes se adaptem a diferentes contextos e continuem a se multiplicar de maneira dinâmica. A viralização dos memes pode, então, catapultar pessoas à fama, sendo, nesses casos, porta de entrada para a notoriedade digital. Porém, ela exige manutenção constante. Os vídeos a seguir ilustram a capacidade de os memes promoverem a produção original e de manterem a longevidade, conforme Chagas (2021).

Memes que viralizaram

"De Frente com Blogueirinha" já teve três temporadas. Dos quatro memes analisados, três viralizaram no TikTok e dois no Twitter/X, entre 2023 e 2024, a partir de recortes dos seguintes episódios:

Quadro I – Memes que viralizaram em diálogo com o programa da Blogueirinha

Episódio	Data	Recurso	Visualizações	Plataforma
Bruna Marquezine	30/10/2023	Referência implícita ao término do namoro com o jogador Neymar Jr	3.4 milhões	TikTok
Dani Calabresa	08/07/2024	Referência a outro podcast e às intrigas do mundo das celebridades.	1.6 milhão	Twitter/X
Alvaro Xaro Neto	09/09/2024	Entrevistado desafia o ator a sair da personagem.	1.4 milhão	TikTok
Erika Hilton	16/09/2024	Convidada desqualifica performance da personagem.	1.6 milhão	Twitter/X

Fonte: Blogueirinha, YouTube e DiaTV, 2023-2024 e De Frente com Blogueirinha, Wikipedia.

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

O meme mais famoso extraído do programa "De Frente com Blogueirinha" foi a cena que ficou conhecida como "Um livramento". Tratava-se de um corte do quadro "bate-bola", no qual os entrevistados precisam dar respostas rápidas e diretas. Naquele 30 de outubro de 2023, a convidada era a atriz Bruna Marquezine e, quando Blogueirinha pergunta "um livramento?", as duas começam a gargalhar (figura 1), sem necessidade de Bruna responder. Implícita estava a resposta: o namoro com o jogador Neymar Jr. O silêncio e a expressão que Marquezine fez, levantando ligeiramente as sobrancelhas e arregalando os olhos, causaram efeito cômico. A cena teve 3,4 milhões de visualizações.

Figura 1: O meme 'Um livramento'

Fonte: Olha Só Kiridinha, Facebook, 31/10/2023.

A própria emissora DiaTV, produtora do programa, postou o recorte no Tik Tok. A percepção do público foi imediata: "O melhor é que TODO MUNDO entendeu a risada sincera dela! 😂😂 e que livramento hein Bruna?!😂" – disse uma usuária X; outro internauta G comentou: ""Eu estou cansada, deixa eu pensar na segunda" socorro eu não tô bem 😂😂" referindo-se ao fato de que Marquezine teve que pensar numa segunda resposta, pois Neymar seria a primeira.

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

Figura 2: Comentários na postagem de Dia TV

Fonte: DiaTV, TikTok, 30/10/2023.

O segundo caso analisado foi a entrevista com a atriz e humorista Dani Calabresa. A artista fora recentemente a um podcast, no qual os apresentadores não demonstravam saber muito sobre sua carreira. Embora esse formato espontâneo veja muito comum nas plataformas de *streaming*, especulou-se que Calabresa teria ficado irritada com o despreparo na produção. Esse acontecimento foi implicitamente referenciado durante a participação de Calabresa em "De Frente com Blogueirinha", porque a apresentadora fictícia abriu o programa descrevendo minuciosamente o currículo da atriz por 5 minutos, o que era claramente meta-referência à produção de conteúdo nas plataformas.

Um recorte da introdução de episódio foi postado no Twitter/X pelo perfil @ sitepoptbr, do portal POPTime, e viralizou rapidamente, com mais de 1,6 milhão de visualizações até dezembro de 2024. Na postagem, os usuários fazem referência ao teleprompter, demonstrando conhecimento sobre a produção audiovisual e dando a entender que bastaria o equipamento para que as produções se profissionalizassem. Um internauta ressalta: "Um shade é um shade kkkkk", dando a entender que Blogueirinha "tirou onda", dando uma aula indireta sobre competência digital para outros produtores de conteúdo. Aqui o programa provoca um diálogo transmídia. Um usuário defende o *podcast*: "Mas essa não é a proposta do Podpah kkkkk como pode ser TÃO difícil absorver uma informação tão simples quanto entender a proposta de um programa... parece q é de propósito".

O terceiro episódio no qual a metateatralidade fica muito evidente é no meme que ficou conhecido como "E o Bruno tem quantos?". Na terceira temporada, o décimo quarto episódio contou com a participação do influenciador Álvaro. Em determinado momento, Álvaro afirma ter 25 anos e pergunta a Blogueirinha quantos anos ela tem. Ela responde 23 anos e ele fica impressionado, como se dissesse que ela estava "acabada", porque o ator é mais velho. Blogueirinha se mostra contrariada pela atribuição da idade, pois o convidado está olhando para ela sem a camada imaginativa da teatralidade da personagem. O efeito cômico está no fato de Álvaro tentar quebrar o pacto de verossimilhança que estava estabelecido no cenário do programa paródico. Insistindo,

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

ele pergunta “E o Bruno tem quantos?” e Blogueirinha fica ainda mais irritada, pois respondê-lo a obrigaria a sair da personagem. A careta que ela faz (figura 3) oscila entre a desaprovação feita pela personagem e a intrusão do ator em cena.

Figura 3: ‘De Frente Com Blogueirinha’

Fonte: Usuário W, Tik Tok, 09/10/2024.

Percebe-se que a metateatralidade é explorada nesse momento. Há visivelmente uma ruptura entre a personagem e seu criador, tornando a cena mais viva e mantendo não só a essência humorística proposta pela personagem, mas também trazendo seu criador. A presença da personalidade fecha o circuito dialógico de forma sutil. Ao fazer a pergunta, Álvaro tenta fazer Bruno sair da personagem ao mesmo tempo em que os três estavam presentes ali: Álvaro, Bruno e Blogueirinha. Este recorte contava com mais de 1,4 milhão de visualizações em dezembro de 2024.

Um usuário explica (figura 4) que Bruno é carioca, enquanto a Blogueirinha nasceu em Los Angeles. Vemos que o público faz a distinção entre a personagem e seu criador, apontando para uma leitura metateatral daquela cena.

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

Figura 4: Comentários em 'E o Bruno tem quantos?'

Fonte: Usuário Z, Tik Tok, 09/10/2024

O último meme analisado é um corte da participação da deputada federal Erika Hilton (PSOL-SP). Já chegando ao final daquele décimo quinto episódio, a convidada e a apresentadora encenam um enfrentamento acalorado. Diferentemente de outras entrevistadas, Hilton parece muito bem "brifada", de modo que ela colabora com o estilo do roteiro, comportando-se de maneira aversiva à postura hostil que Blogueirinha performatiza. O efeito é o espectador ser levado a pensar que está diante de uma discussão no Congresso e que assembleias são sempre espécies de teatralização. O curioso é que, em determinado momento, a deputada reage e passa a criticar o que ela estava percebendo como "imitação" dela própria, apontando que a representação não estava verossímil o suficiente para causar o efeito crítico esperado. Ela repreende a Blogueirinha, porém sem sair do jogral dramático: "Primeiro que essa interpretação barata de mim mesma não vai funcionar. Você vai precisar tomar muito Toddynho para ser uma Erika Hilton."

Um recorte desse trecho viralizou no Twitter/X, com a seguinte legenda: "se analisar bem foi a blogueirinha que começou a revolução da esquerda no brasil". O trecho falava da PEC de redução da escala de trabalho escala 6 x 1 que a deputada estava para propor. O meme tinha, até dezembro de 2024, mais de 1,6 milhão de visualizações.

Como se pode observar, dentre as características da metateatralidade encontradas nos memes sobre a Blogueirinha, identificamos a 2, 3 e 4, entendendo, com Weber (1999), que categorias de análise são instrumentos abstratos, logo, não são encontradas em forma "pura" na realidade. Vejamos:

O entendimento da realidade como sendo já um teatro fica muito claro no recorte que encena um debate no Congresso Nacional, com a convidada Erika Hilton. Mas também na produção geral de Blogueirinha persiste a crítica implícita à falta de autenticidade e originalidade dos influenciadores e produtores de conteúdo em geral. A autoconsciência da personagem é acentuada, pois ela com frequência repete que é que uma "fraude", que é profissionalmente ruim. Mas, no corte com Álvaro, é o entrevistado quem provoca a emergência da consciência da personagem e convoca a presença do ator. Bruno resiste através do gestual de Blogueirinha. Ela se recusa a sair de cena. Es-

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

sas operações metateatrais e o embate com os convidados revelam a artificialidade da situação. Assim como no metateatro, a audiência cria uma ameaça à verossimilhança que precisa ser retomada em seguida pela criatividade dos atores em cena. Esse limiar da crença é o que enriquece esse tipo de teatro.

No caso das redes sociais, pode-se acrescentar o forte caráter dialógico com os usuários. Além disso, o humor de Blogueirinha é muito baseado numa polifonia, trazendo simultaneamente referências de outros acontecimentos que se deram nas plataformas, como no caso de Dani Calabresa[4]. O recurso da peça dentro de outra peça não foi usado explicitamente nesses cortes, mas a novela "Blogueirinha, A Feia", sendo uma paródia, faz com que a personagem represente outra personagem (Betty).

Considerações finais

Acompanhando a Blogueirinha nos últimos quatro anos, entendemos que a metateatralidade é característica de boa parte de suas produções, sobretudo porque a opção pela paródia permite fazer múltiplas citações, confirmando Horta (2014). Mas não apenas as opções estéticas remetem ao metateatro. Podemos pensar que a metateatralidade também ocorre como efeito da conectividade, como uma "metaplataformidade". E, se considerarmos a Blogueirinha como um acontecimento midiático, nos moldes de França e Simões (2014), seu caráter meta-referencial fica ainda mais evidente, como uma segunda camada interpretativa sobre o fenômeno das celebridades e dos influenciadores.

A partir dos quatro cortes analisados aqui, concluímos que nem sempre os vídeos da Blogueirinha tiveram efeito metateatral proposital. No caso "E o Bruno quantos têm?", ficou claro o descontentamento da apresentadora ao ser instada a deixar o ator transpassar a cena. Mas, do ponto de vista da consciência da artificialidade da situação, a metateatralidade aparece muito mais na relação com o público, que publica nos comentários explicações sobre as múltiplas interpretações possíveis e diálogos paralelos que compõem o cômico do quadro, como fica claro no caso "Um livramento".

Em resumo, acreditamos que das quatro características metateatrais que elencamos no início do texto, os recursos 2, 3 e 4 foram utilizados nos quatro vídeos analisados. A "quebra da quarta parede" não aconteceu explicitamente, mas podemos pensar que o diálogo com os usuários e entre eles pode ser considerado um extravasamento da cena. Nesse sentido, a viralização pode ser vista como eco. Afinal, o meme é sempre um comentário sobre um produto que lhe é anterior. A própria paródia, por si só, já é um diálogo. O que estamos sugerindo é que esses cortes foram feitos justamente porque tinham potencial dialógico (Bakhtin, 2003, 2009) ou de espalhabilidade, conforme discutiram Jenkins et al. (2013). A suspeita é de que o meme já seja metalinguístico por natureza e, no caso de Blogueirinha, com potencial metateatral de crítica à cultura das redes.

4 Do ponto de vista da cognição, Régis et allea (2012) já lembravam que a então chamada cibercultura operava de modo altamente intertextual, a partir de um modelo integrado de percepção. Recuperando outros autores, elas apontavam para o grande repertório de citações mútuas no qual se configura o sistema de mídia contemporâneo.

// ISSN: 2237-9967 // DOI: https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14e35360

É seu potencial metateatral que impulsiona o corte a se tornar viral. A grande diferença entre o metateatro e essa metaplaformidade da Blogueirinha seria, então, que a crítica que se apresenta é ao sistema da fama, à cultura das celebridades e dos influenciadores, de certa forma, debochando da tagarelice das redes como numa cauda longa (Anderson, 2006) de atenção diluída. Porém, até que o viral se esvaia, ele já impulsionou o conteúdo do produtor originário.

Por fim, defendemos que a Blogueirinha pode ser considerada uma personagem com consciência dramática, às vezes como efeito das múltiplas iterações de seu conteúdo nas plataformas; outras vezes, pelo roteiro original que satiriza o mundo dos influenciadores, logo, a si própria. Essa operação faz com que a existência da personagem se torne uma crítica ao excesso de conteúdo repetido nas redes e à falta de inovação e criatividade, o que, por si só, vem se tornando um imperativo, conforme discutiram Karhawi e Prazeres (2022). As autoras alertavam para a pressão produtivista que os influenciadores digitais sofrem, de modo que eles acabam experimentando menos e apostando nas mesmas fórmulas que já possuem um cânon estabelecido. A partir daqui, também seria interessante pensar num "cânone algorítmico", isto é, se certos formatos e gêneros não seriam cristalizados por critérios autômatos. Este seria um diálogo com os estudos sobre inteligência artificial, o que foge ao escopo deste artigo.

Outro desdobramento possível seria pensar que, ao apelar à paródia de uma jornalista – Marília Gabriela – e um programa de entrevistas – "De Frente Com Gabi", a Blogueirinha de certa maneira convoca um lugar de autoridade jornalística – ainda que de modo satírico – para lançar um olhar crítica sobre as celebridades e os novos influenciadores digitais. Ao se alinhar, ainda que ficticiamente, à comunidade interpretativa dos jornalistas (Zelizer, 1992), a personagem adiciona mais um gênero midiático a ser embaralhado nesse diálogo metaplataformizado, como os atuais "jinfluencers", isto é, influenciadores jornalistas (Gherguț-Babii & Poleac, 2025; Negreira-Rey et al., 2022).

Referências

ABEL, Lionel. **Metatheatre.** A New View of Dramatic Form. New York: Hill and Wang, 1963.

BEN AMOR, Zied, Metatheatre in William Shakespeare's Hamlet: Recycling or Reviving the Script? (May 17, 2024). **The Quint 16.2** (2024): 59–89. Disponível em: https://www.ucn.ca/wp-content/uploads/2024/05/The-Quint-.v16.2.pdf#page=6.00. Acesso em: 13 jun 2025.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa.** RJ: Campus Elsevier, 2006.

ARRIAGADA, Arturo; IBÁÑEZ, Francisco. 'You need at least one picture daily, if not, you're dead': content creators and platform evolution in the social media ecology. **Social Media + Society**, 6(3), 2020. DOI: https://doi.org/10.1177/2056305120944624 Disponível em: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305120944624 Acesso em: 13 jun 2025.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal.** SP: Martins Fontes, 2003.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem.** SP: Hucitec, 2009.

CHAGAS, Viktor. Da memética aos memes de internet: uma revisão da literatura. **BIB-Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, n. 95, 2021. DOI: 10.17666/bib9506/2021 Disponível em: https://bibanpocs.emnuvens.com.br/revista/article/view/119 Acesso em: 13 jun 2025.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **A construção mediada da realidade.** São Leopoldo (RS): Ed. Unisinos, 2020.

DRIESSENS, Oliver. The celebrization of society and culture: Understanding the structural dynamics of celebrity culture. **International Journal of Cultural Studies**, UK, SAGE, n 16(6), p. 641-657, 2012. DOI: https://doi.org/10.1177/136787791245914 Dispoonível em: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1367877912459140 Acesso em: 13 jun 2025.

ELDRIDGE, Lizzie. Pirandello's Six Characters In Search Of An Author: Contemporary Issues of Theatricality, **Studies in Theatre Production**, 18(1), 81–102, 1998. DOI: https://doi.org/10.1080/13575341.1998.10806991 Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/13575341.1998.10806991?scroll=top&needAccess=true Acesso em: 13 jun 2025.

FÉRAL, Josette. **Além dos Limites:** Teoria e Prática do Teatro. SP: Perspectiva, 2015.

FRANÇA, Vera Regina Veiga, & SIMÕES, Paula Guimarães. Celebridades como ponto de ancoragem na sociedade midiatizada. **Revista FAMECOS**, 21(3), 1062–1081, 2015. DOI: https://doi.org/10.15448/1980-3729.2014.3.16397 Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/16397 Acesso em: 13 jun 2025.

GHERGUT-BABII, Alexandra-Niculina, & POLEAC, Gabriela. Understanding hybrid journalism: the emergence of the jinfluencer phenomenon. **Technium Social Sciences Journal**, 71(1), 97–106, 2025. https://doi.org/10.47577/tssj.v71i1.12766 Disponível em: https://techniumscience.com/index.php/socialsciences/article/view/12766 Acesso em: 13 jun 2025.

HORTA, Natália Botelho. A concepção cômica do mundo a partir da linguagem dos memes da internet. Centro Internacional de Semiótica e Comunicação – CISECO. **III Colóquio Semiótica das mídias.** Anais. Japaratinga (AL), 24 de setembro de 2014. Disponível em: https://www.ciseco.com.br/images/coloquio/csm3/CSM3_NataliaBotelhoHorta.pdf Acesso em: 13 jun 2025.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable Media:** Creating Value and Meaning in a Networked Culture. NYU Press, 2013.

KARHAWI, Issaaf, PRAZERES, Michele. Exaustão algorítmica: influenciadores digitais, trabalho de plataforma e saúde mental. **Revista Eletrônica De Comunicação, Informação & Inovação Em Saúde** (RECISS), 16(4), 800–819, 2022. DOI: https://doi.

org/10.29397/reciis.v16i4.3378 Disponível em: https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/3378 Acesso em: 13 jun 2025.

KARHAWI, Issaaf. **De Blogueira a Influenciadora.** Etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira. Porto Alegre (RS): Sulina, 2022.

LEÃO, Leonardo. Marketing de influência no Brasil soma US$ 24 bilhões em investimentos. **Diário do Comércio**, online, 02/02/2025. Disponível em: https://diariodocomercio.com.br/economia/marketing-de-influencia-brasil-soma-24-bilhoes-investimentos/?utm_source=chatgpt.com Acesso em: 07/03/2025.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** - Comunicação, cultura e hegemonia. RJ: Editora UFRJ, 2003.

NEGREIRA-REY, María-Cruz; VÁZQUEZ-HERRERO, Jorge; LÓPEZ-GARCÍA, Xosé. Blurring Boundaries Between Journalists and Tiktokers: Journalistic Role Performance on TikTok. **Media and Communication**, [S.l.], v. 10, n. 1, p. 146-156, feb. 2022. DOI https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4699 Disponível em: https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/4699 Acesso em13 jun 2025. DOI https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4699 .

ORTIZ, Renato. As celebridades como emblema sociológico. **sociol. antropol.** RJ, v.06.03: 669– 697, dezembro, 2016. https://doi.org/10.1590/2238-38752016V635 Disponível em: https://www.scielo.br/j/sant/a/szbgzCWpCz3M5LQT6rZ9PNk/ Acesso em: 13 jun 2025.

ORTIZ, Renato. Influenciadores, intelectuais, mediadores simbólicos. **Rumores**, número 31, vol. 16, janeiro – junho, 2022. DOI: https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2022.200396 Disponível em: https://revistas.usp.br/Rumores/article/view/200396 Acesso em: 13 jun 2025.

ORTIZ, Renato. **Influência.** SP: Alameda, 2025.

PAILLARD, Elodie; MILANEZI, Silvia. Theatre, Paratheatre, Metatheatre": What Are We Talking About. In: PAILLARD, Elodie; MILANEZI, Silvia (orgs). **Theatre and Metatheatre.** Berlin/Boston: De Gruyter Brill, 2021, pp. 1-20. DOI: 10.1515/9783110716559-001 Disponível em: https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/9783110716559-001/html Acesso em: 13 jun 2025.

PASCOLATI, Sonia Aparecida Vido. Metateatro: inscrição do espetáculo no texto dramático. In: **Congresso Internacional da Abralic:** Tessituras, Interações, Convergências. Anais, SP: USP – SP, 2008. Disponível em: https://www.abralic.org.br/eventos/cong2008/AnaisOnline/simposios/pdf/023/SONIA_PASCOLATTI.pdf.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos 22(1):2-10 janeiro/abril 2020. Unisinos – DOI: https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01 Disponível em: https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01 Aceso em: 13 jun 2025.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre (RS): Sulina, 2009.

REGIS, Fátima; TIMPONI, Raquel; MAIA, Alessandra. Cognição integrada, encadeada e distribuída: breve discussão dos modelos cognitivos na cibercultura. **Comunicação Mídia e Consumo**, [S. l.], v. 9, n. 26, p. 115–134, 2013. DOI: https://doi.org/10.18568/cmc.v9i26.346 Disponível em: https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/346 Acesso em: 13 jun 2025.

SANTINI, Rose Marie; SALLES, Debora; TUCCI, Giulia; FERREIRA, Fernando & GRAEL, Felipe: Making up Audience: Media Bots and the Falsification of the Public Sphere **Communication Studies**, Making up Audience: Media Bots and the Falsification of the Public Sphere. Communication Studies, 71(3), 466–487, 2020. https://doi.org/10.1080/10510974.2020.1735466 Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10510974.2020.1735466 Acesso em: 13 jun 2025.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos.** (Unisinos) 17(3):353-364 setembro/dezembro 2015. DOI: https://doi.org/10.4013/fem.2015.173.09 Disponível em: https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2015.173.09 Acesso em: 13 jun 2025.

SILVA, João Paulo Moreira; SIFFERT, Paulo Vitor; REZENDE, Marcelo. Influenciadores em mídias sociais e o problema da autenticidade: um ensaio teórico. **RECADM**, v. 22, n. 2, p. 293-315, 2023. DOI: https://doi.org/10.21529/RECADM.2023012 Disponível em: https://www.periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/3715 Acesso em: 13 jun 2025.

SOARES, Thiago. Abordagens Teóricas para Estudo da Teatralidade em Performances Midiáticas: Dramas, roteiros, ações. **ALCEU,** [S. l.], v. 21, n. 43, p. 210–227, 2021. DOI: 10.46391/ALCEU.v21.ed43.2021.225. Disponível em: https://revistaalceu.com.puc-rio.br/alceu/article/view/225. Acesso em: 18 mai 2025.

STEPHENSON, Jenn. Singular impressions: Meta-theatre on Renaissance celebrities and corpses. **Studies in Theatre and Performance**, 27(2), 137–153, 2007. DOI: https://doi.org/10.1386/stap.27.2.137_1 Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1386/stap.27.2.137_1 Acesso em: 13 jun 2025.

THOMASSEAU, Jean-Marie. **O melodrama.** Belo Horizonte (MG): Perspectiva, 2005.

WEBER, Max. **A objetividade do conhecimento nas ciências sociais.** SP: Ática, 1999.

ZELIZER, Barbie. **Covering the Body:** The Kennedy Assassination, the Media, and the Shaping of Collective Memory. Chicago: University of Chicago Press, 1992.

Recebido em: 17 mar. 2025
Aprovado em: 06 mai. 2025