A CONVERSÃO DE UMA BLOGUEIRA EM CELEBRIDADE: ESTRATÉGIAS E OPERAÇÕES NOS CIRCUITOS SUSCITADOS PELOS ATORES SOCIAIS

THE CONVERSATION OF A BLOGGER IN CELEBRITY: STRATEGIES AND OPERATIONS IN CIRCUITS RAISED BY SOCIAL ACTORS

Aline Weschenfelder[1]

Resumo: O acesso através de comentários a redes sociais, blogs e canais internacionais, como o Youtube, proporciona a participação enfática dos receptores nos processos midiáticos, característica inerente ao fenômeno da midiatização. A circulação de produtos midiáticos, que também podemos entender como um fluxo contínuo e/ou disruptivo, o qual tem sua dinâmica propulsora na instância receptiva, dá origem a novos produtos que passam e/ou continuam a transitar em diferentes espaços midiáticos. Para este artigo, propomos examinar como se desenvolve a transformação da blogueira Camila Coelho, expert em moda e beleza – então anônima

1. Doutoranda no Programa Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS; Mestre em Comunicação e graduada em Comunicação Social: Habilitação Jornalismo pela mesma universidade. E-mail: alinewes@gmail.com.

– em celebridade midiática na esfera que atua, tendo como foco principal o significado da participação dos atores sociais no processo da mudança de status da blogueira.

Palavras-chave: Midiatização. Circulação. Celebrificação.

Abstract: Access through commentaries to social networks, blogs and international channels, such as YouTube, provides the receptors emphatic participation in media processes, an intrinsic characteristic of the mediatization phenomenon. The media products circulation, which we can also understand as a continuous and disruptive flow that has its booster dynamics in the receptive instance, generates new products that pass through and/or continue to transit in different media spaces. For this article, we propose to examine how the blogger Camila Coelho transformation develops, beauty and fashion expert – till then, anonymous – into a media celebrity in her field of action, having as main focus the social actors' participation significance in the blogger status change process.

Keywords: Mediatization. Circulation. Celebrification.

1 Midiatização: a ambiência que desencadeia mutações

Este trabalho faz parte de pesquisa de doutorado em andamento e se baseia em contribuições derivadas do seminário de tese, realizado no segundo semestre de 2016. A pesquisa se dá em torno de vínculos resultantes da circulação midiática, principalmente daquelas manifestações que afetam o status dos atores sociais no âmbito da sociedade em midiatização, onde relações entre instituições e indivíduos são permeadas por culturas e operações de meios. Nesta ambiência, conexões são complexificadas, fontes e atores constituem suas práticas fazendo a sociedade funcionar através da referência dos meios, os quais passam a ser algo mais do que mediadores, no sentido como entendíamos o período compreendido enquanto sociedade dos meios. Pois, instituições e indivíduos encontram-se inseridos em uma outra organização social dando origem a uma nova e complexa articula-

ção decorrente dos processos da transformação tecnológica (Fausto Neto e Sgorla, 2013, p. 197) em meios. O processo interacional é fundado em múltiplos contatos onde a então centralidade dos meios se torna agora compartilhada entre instituições e atores.

Na esfera que referimos acima, cada vez mais, especialistas de diferentes áreas, bem como qualquer pessoa com interesse em mostrar suas habilidades profissionais, ou não, fazem uso de plataformas digitais para compartilharem suas produções. Efeitos emergentes dessas ações são resultantes de relações que se dão a partir da circulação dos produtos, no caso deste texto, a transformação de peritos, ou não, em personalidades midiáticas influentes como já observado em pesquisas acadêmicas[2], até mesmo em celebridade. Para este trabalho, visamos descrever pistas sobre os processos que fizeram de uma perita em maquiagem personalidade célebre. Sendo assim, adotamos para esta análise o caso da blogueira Camila Coelho – maquiadora profissional que emerge da *web*, ao fazer uso das lógicas de plataformas de compartilhamento na internet, como o Youtube e as redes sociais, divulgando materiais que tratam de sua especialidade. As operações que envolvem produção e recepção tornam a blogueira uma "outra coisa", a qual emerge no fluxo de uma ação que tem como efeito o reconhecimento. É uma atividade da recepção sobre a oferta, onde os receptores operam, dando diferentes destinos aos novos produtos instituídos, ocasionando diferentes "invenções sociais" (Braga, 2012).

Com isso, no momento em que as habilidades do sujeito-perito transpõem o mundo não midiático para o midiático, sua figura é dinamizada por outros circuitos, que colocam esse processo adiante compondo indeterminações as quais se permeiam numa dimensão em que o controle é perdido. São ações, operações e efeitos próprios da sociedade em vias de midiatização, cujas consequências despontam em diálogos entre os envolvidos naquelas dinâmicas interacionais e compartilhamentos cujos destinos são incertos e dis-

2. Jefferson Garrido (2013) apresenta em sua tese a questão do "cientista ator" enquanto empreendedor comunicacional.

ruptos. Trata-se de um fenômeno singular que se reflete em outras situações no âmbito da comunicação e da midiatização (Ferreira, 2015). A articulação da produção e recepção sobre o funcionamento do caso indicam que o mesmo tem uma materialidade que se estrutura numa atividade interacional, em torno da qual os dois polos desenvolvem conversação. Para a elaboração deste texto, optamos por descrever o processo de transição da blogueira de forma sistemática – de anônima à célebre – e o relato de alguns diálogos entre produção e recepção, que nos parecem incidir diretamente no decurso da celebrificação.

A opção por Camila Coelho se deu a partir do avanço vertiginoso de sua carreira, quando sua imagem extrapolou as fronteiras da internet, estampando capas de revistas, outdoors e programas televisivos entre outras mídias, sem contar com os números que sustentam sua popularidade: Canal no YouTube: 2.782.376 inscritos, 230.794.658 visualizações; Facebook: 2.895.085 curtidas; Instagram: 5 milhões de seguidores[3]. A seguir, fazemos breve um relato sobre a trajetória da blogueira.

Maquiadora profissional que mora nos Estados Unidos desde a adolescência, Camila Coelho compartilhou seu primeiro vídeo no YouTube em 14 de julho de 2010 com o intuito de dar dicas de maquiagem para amigas e parentes no Brasil. A partir da publicação do vídeo, fez novo compartilhamento do mesmo em suas redes digitais – Facebook e Twitter – e, como diversas produções amadoras que caem na internet, o tutorial tomou proporções bem maiores do que o esperado. O vídeo não foi visualizado apenas do círculo de amizades de Camila, mas por pessoas do Brasil inteiro, e fora dele também. O número de seguidores da maquiadora começa a aumentar nas redes sociais, bem como a surgir demandas, como a criação de um blog; Em abril de 2011, Camila Coelho cria o blog "Super Vaidosa" e passa a receber convite para parcerias comerciais chamando a atenção do FHits, plataforma de "influenciadores digitais de moda e estilo de vida"[4].

3. Dados coletados no dia 16/10/2016.

4. Conforme se denomina o site http://www.fhits.com.br/.

Com a parceira da FHits, a carreira de Camila Coelho, agora blogueira de moda e maquiagem, eleva-se consideravelmente, pois ela não fica apenas na internet, mas começa a despontar em outros circuitos como entrevistas para programas televisivos, capa de revistas, fonte para reportagens diversas falando sobre beleza e moda ou do próprio empreendimento enquanto blogueira, e ainda, participando de campanhas publicitárias (dentro e fora da internet).

A manifestação da presença de Camila Coelho se dá através de complexa narratividade midiática enunciada na forma de postagens, desde vídeos disponíveis em seu canal no YouTube[5] e blog, bem como em diferentes reportagens para revistas direcionadas ao público feminino[6], ou até mesmo quando entrevistada em programas televisivos[7]. A mesma história, sobre a trajetória da blogueira, se repete nas diferentes mídias citadas, havendo aí um desencadeamento de circulação transmidiática (Scolari, 2015).

Percebemos, a partir dessa breve apresentação sobre a biografia de Camila Coelho e da forma com que se tornou evidente, que a transição de maquiadora para blogueira, e de blogueira a personalidade célebre, foi permeada por meios nos quais as dinâmicas de funcionamento se dão com a participação de um público. Sendo assim, inseridos nos circuitos que a levam aos diferentes espaços midiáticos descritos, estão os interlocutores realizando movimentos de ingerência sobre sua mudança de status. Ou seja, por diferentes lados, tempos e meios, os seguidores de Camila Coelho a acompanham e fazem parte do processo de transformação, enquanto criticam, sugerem ou ensinam através de comentários, nos espaços a estes destinados. Tais atividades podem ser verificadas no canal do YouTube, blog e redes digitais de Camila

5. https://www.youtube.com/watch?v=wcb-zVNnXo8. https://www.youtube.com/watch?v=vB4sOLOCc9Y. https://www.youtube.com/watch?v=QIsdddOF9B8.

6. Revistas ELLE, Nov/2014; Women'sHealth, Jan/2015; Estilo, Fev/2015 e Vogue, Set/2015.

7. http://gshow.globo.com/programas/mais-voce/videos/t/programas/v/camila-coelho-conta-a-rafa-brites-motivo-de-seu-sucesso/4121748/.

Coelho, via comentários, e também em suas próprias falas e/ou publicações.

No contexto descrito, questionamos: em que medida a intervenção dos públicos, fãs, seguidores – sendo estes ativos e participantes – afeta o processo de celebrificação de Camila Coelho? Mas para isso, precisamos entender um pouco em que tipo de celebridade ela se transformou, o que pretendemos explorar um pouco no próximo item.

2 Em que tipo de celebridade se transforma Camila Coelho?

Para tentar responder à pergunta que encerra o item anterior, julgamos necessário ter um embasamento sobre que tipo de celebridade se transformou Camila Coelho. Para isso, buscamos alguns autores que se debruçaram sobre o tema, como Rojek (2008), Morin (1977), Lana (2012, 2014 e 2015), Herschmann e Pereira (2003), França (2014), Inglis (2012), A. Braga (2008). Portanto, não pretendemos nos estender acerca do assunto para este trabalho, mas sim fazer uma breve contextualização com a intenção de poder articular o conceito com o problema que expomos para este artigo.

Segundo análise de Lígia Lana, no início dos anos 1940 o assunto já era abordado em pesquisas científicas que procuravam compreender a procura por biografias de astros e estrelas do cinema (Lana, 2014). A mesma autora também observa que a celebrificação está vinculada ao interesse do público pela vida pessoal pelos hábitos de consumo da celebridade. Ela explica que as experiências vividas por personagens fictícias representadas por estrelas do cinema estariam fora do alcance do que se vive no cotidiano, sendo o que ocorre na "vida real" daquelas personalidades mais próximo de ser identificado com as pessoas comuns. Pois, em suas rotinas, "as estrelas são como qualquer mortal, enfrentando situações e dilemas comezinhos, normalmente relacionados às atribuições privadas e burguesas" (Lana, 2014, p. 176).

Para Chris Rojek, a celebridade se constitui mediante a atribuição de "status glamoroso ou notório a um indivíduo dentro da esfera pública" (Rojek, 2008, p.11). Portanto, o pesquisador diferencia os termos celebridade, notoriedade e renome. Segundo ele,

> Renome (...) refere-se à atribuição informal de distinção a um indivíduo dentro de uma determinada rede de relacionamentos sociais. (...) Esses indivíduos têm uma espécie de fama localizada dentro de uma congregação social particular da qual fazem parte. (...) a celebridade e a notoriedade pressupõem um relacionamento no qual o indivíduo que é diferenciado por status honorífico está distanciado do espectador por um palco, tela ou algum meio equivalente de comunicação. A distância social é a precondição tanto para a celebridade quanto para a notoriedade. (Rojek, 2008, p. 14)

Ou seja, com base nessas referências[8], o conceito de celebridade estaria inerente ao propósito do público conhecer a vida privada de pessoas famosas e, possivelmente, poder se comparar a elas. Ao mesmo tempo, outorgam à personalidade um encantamento o qual impõe uma distância relacional entre o ordinário e o extraordinário. No entanto, situando a problemática na sociedade em midiatização, com a emergência das redes digitais que facilita o acesso e a promoção do contato entre personalidades e pessoas comuns, tal distância passou a se reduzir, mesmo com determinadas imposições, principalmente do ponto de vista da esfera produtiva. Isso porque qualquer pessoa com acesso a aportes tecnológicos – sobretudo através da internet – pode produzir e publicar conteúdo e se tornar conhecida. Também é importante salien-

8. Sabemos que apenas as referências citadas neste trabalho não são suficientes para explicar "o que é uma celebridade", visto que os estudos sobre o tema são amplos e complexos. Porém, nossa finalidade é procurar mostrar ao leitor que, embora Camila Coelho se torne uma personalidade em destaque, talvez sua constituição não se aplique enquanto celebridade nos moldes do conceito, ou como este é imputado até o momento.

tar que o surgimento de novas "zonas de contatos" (Fausto Neto, 2010) possibilitou amplas manifestações da parte dos receptores que interagem de forma participativa e coprodutiva elaborando circuitos que irrompem na proposta produtiva inicial.

Para agregar algumas especulações sobre o que articulamos acima, lembramos Paula Sibilia (2008) que estuda a questão da exposição pessoal pelo ponto de vista histórico e cultural e pelos atravessamentos midiáticos e seus aportes tecnológicos que impregnando tal ambiente dão vazão a novas processualidades. Segundo Sibilia (2008), a Web 2.0 teria o poder de converter as pessoas em personalidades de/do momento, sendo elas mesmas as responsáveis pela produção de conteúdos que trariam à tona a intimidade e, como determinada consequência, a fama.

Com base nos trabalhos aqui apontados, procuramos elaborar, de forma exploratória e "inspirada" no "esquema para análise da midiatização" de Eliseo Verón (1997), um diagrama que represente de forma sintética os movimentos da mudança de status de Camila Coelho, passando de expert e produtora de conteúdo para internet em celebridade midiática. Sendo assim, consideramos que o deslocamento da "denominação enquanto celebridade" ocorreria em três fases: a primeira, seria aquela em que Camila Coelho ainda é anônima e suas relações se restringiriam ao círculo pessoal; a segunda, ela recebe destaque acerca do trabalho que realiza e passa a ser reconhecida em seu meio de atuação; e a terceira, quando transborda dos campos pessoal e profissional e passa a transitar em diferentes meios, o que a coloca numa condição de personalidade célebre. Esses três momentos estão representados, respectivamente, no diagrama a seguir através das palavras "perita", "renome", "celebridade", apropriadas da obra de Rojek (2008). Estes momentos apontam para um processo de circulação.

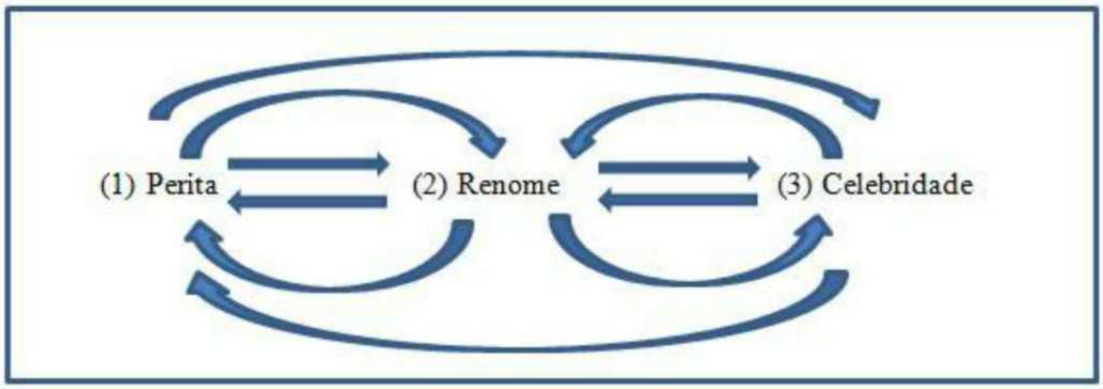

Diagrama 1: Representação da qualificação de
Camila Coelho enquanto celebridade
Fonte: Elaborado pela autora.

No mesmo diagrama, utilizamos as setas para indicar que o processo de celebrificação não se dá apenas num único sentido, mas que sofre injunções nas zonas de indeterminação (Fausto Neto, 2010) – algo que vamos discorrer mais adiante, na complexificação das interações – o que leva Camila Coelho a encontrar-se na condição de especialista, renomada e célebre, ao mesmo tempo e em diferentes momentos. Ela não deixa de ser uma coisa quando se transforma em outra. O retângulo que envolve as relações seria a ambiência em que a blogueira atua e se conecta, nela também estariam inseridos seus seguidores. Os números que compõem o diagrama indicam as ações e manifestações peculiares sobre cada circunstância em que se encontra a blogueira, sendo: (1) enquanto perita ela faz uso de "dispositivos midiáticos" (Ferreira, 2010, p.67) que a posicionam num lugar de destaque, o que a faz (2) conhecida e reconhecida numa determinada esfera que a eleva a outro patamar (3).

Em sua representação esquemática sobre a midiatização, Verón explica que "não há processos lineares entre uma 'causa' e um 'efeito' nos encontramos frente a uma trama de circuitos de 'feedback'" (Verón, 1997, p.7) e representa através de flechas com duplo sentido tal complexidade. O esquema do pesquisador argentino nos remete a pensar sobre as intensas modulações que transitam nos processos que emergem na ambiência da midiatização resultando em novas formas de ser e estar neste lugar (Faxina e Gomes, 2016, p.25).

Estabelecendo uma relação entre os conceitos de celebridade que aqui expomos e o contexto da midiatização, entendemos que Camila Coelho não se trata de uma celebridade nos moldes que a literatura vem nos mostrando. Porém, ela nos parece ser uma personalidade que emerge de diferentes circuitos, procedente de uma sociedade que se midiatiza e se envolve em complexos contatos que resultam em mutações de diferentes proporções. Camila Coelho se transforma em figura célebre, mas não deixa de ser perita, ao mesmo tempo em que se mantém como produtora midiática dentro de sua área de atuação, a qual é derivada do mundo ordinário. Resulta dessa complexidade algo que ainda não qualificamos. No entanto, é um dos desafios que nossa pesquisa deverá enfrentar.

Até aqui, colocamos a questão que insere a blogueira analisada num tipo de celebridade que ainda procuramos entender, mas também é importante salientar que a transformação também ocorre no âmbito da recepção. Ou seja, a partir das ações realizadas por Camila Coelho, os receptores passam a exercer outra atividade, a qual aponta para um processo de coprodução, fazendo públicos virar audiências, coletivos em amadores, fãs em fãs produtivos, entre outros. Essa abordagem será discutida a seguir.

3 Interações Complexificadas

A mudança de status de Camila Coelho não seria possível sem um público que lhe creditasse e demandasse. A participação dos seguidores é categórica para que ocorra o funcionamento dos circuitos que dinamizam a condição de expert para figura célebre. Assim como acontece com outras personalidades, a vida privada de Camila Coelho desperta grande curiosidade entre seus seguidores, os quais solicitam constantemente sobre aspectos de seu cotidiano, que ela mostre a casa em que mora, que fale sobre sua família e seus amigos ou descreva suas rotinas e viagens. Tudo isso através de comentários, de diversas ordens, em suas páginas na internet[9].

9. YouTube, Blog, redes digitais.

No entanto, esses pedidos são fomentados a partir da própria Camila Coelho, que instiga os seguidores a lhe fazerem perguntas, as quais são respondidas em vídeos posteriores. Percebemos que, embora haja uma oferta da blogueira, sua atuação se faz segundo determinadas condições. No exemplo abaixo, ela anuncia que vai responder perguntas feitas por uma seguidora e convida seu público a trazer outras:

> "(...) Hoje vou responder uma tag pra vocês. Quem me enviou esta tag foi a Gabriela Oliveira, ela me enviou lá no blog (...) quero que vocês deixem outras tags, outras sugestões de tags aqui abaixo do vídeo (...) tag é bom que a gente vai se conhecendo melhor (...)" (Trecho de vídeo postado no youtube em 19/02/2013, "Tag: 13 perguntas pessoais! Por Camila Coelho".

O público reage ao seu pedido levantando perguntas de diferentes ordens, tanto sobre seu trabalho como de sua vida pessoal, o que resulta em demandas imprevistas, como quando ela é questionada sobre o pai por seus seguidores. Camila Coelho nunca responde a estas perguntas, nem se quer menciona o pai em seus vídeos e/ou postagens, diferente do que faz com outros membros de sua família como irmãos, mãe, marido e sobrinhos. Ou seja, ela traz sua vida pessoal à tona conforme sugere ao impelir o público pedindo perguntas, porém elege o que será respondido, o que é percebido pelos comentaristas conforme o exemplo abaixo:

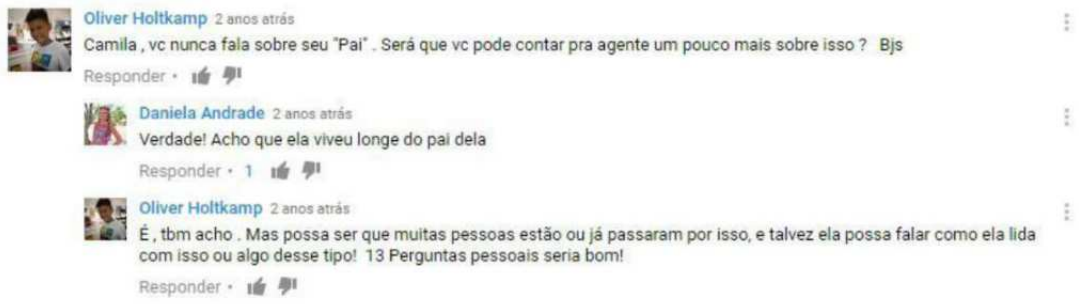

Figura1: Comentário sobre o vídeo "Tag: 13 Perguntas Pessoais. Por Camila Coelho", postado em 19/02/2013.
Fonte: YouTube[10]

10. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=pYulQ8rcQu4 Acesso em 02/12/2016

Diante disso, em alguma medida, percebemos que ter conhecimento a respeito da intimidade de Camila Coelho pode ser um desencadeador dos processos interacionais que envolvem gramáticas de produção e de reconhecimento (Boutaud e Verón, 2007). Ligia Lana (2015) toma esse tipo de relacionamento como um "pacto de visibilidade", uma troca entre os envolvidos que aumenta cada vez mais com o amplo acesso proporcionado pelas plataformas digitais facilita e, consequentemente, aumenta a participação do público nos processos interacionais como o que apresentamos nesta análise.

Essas operações de troca acontecem e são percebidas pelas duas instâncias, produtiva e receptiva. Os seguidores demonstram insatisfação e Camila Coelho procura justificar o que os primeiros interpretam como "mudanças" em vídeo. Abaixo transcrevemos um trecho:

> "(...) eu sou uma pessoa pública, tudo que eu faço eu posto na internet, da minha vida pessoal, coisas do blog (...) e preciso aceitar elogios e críticas (...) então resolvi fazer esse vídeo para esclarecer muitas coisas. (...) Eu vi que estou sendo chata (...). Quem me acompanha nas redes sociais sabe o tanto que eu estou viajando (...) eu quase não paro em casa (...). Essas críticas construtivas sempre me ajudam muito (...) pode ter certeza de que sempre que eu vejo comentários, críticas, eu to prestando atenção, to olhando, to anotando e to tentando o meu melhor (...). Então, eu conto com o apoio de vocês, com a ajuda de vocês aqui embaixo nos comentários (...)" (Trecho do vídeo postado no Youtube em 23/08/2013, "Esclarecimentos e bate papo", disponível em https://www.youtube.com/watch?v=2ylBv9dJaHE)

O vídeo é respondido pelos seguidores em forma de comentários. Destacamos dois exemplos, os quais remetem por um lado a uma cobrança por inovação da parte da blogueria, enquanto por outro nos parece haver um compromisso de

fidelidade e defesa da parte de alguns seguidores, conforme segue:



Legenda: Comentários no vídeo “Esclarecimento e Bate Papo”, postado em 23/08/2013
Fonte: YouTube[11]



Legenda: Comentários no vídeo “Esclarecimento e Bate Papo”, postado em 23/08/2013
Fonte: YouTube[12]

Os exemplos acima também nos remetem a pensar que nesse universo de seguidores existe uma pluralidade de personalidades envolvidas e há uma série de categorias

11. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=2ylBv9dJaHE&t=761s. Acesso em 06/07/2016.
12. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=2ylBv9dJaHE&t=761s. Acesso em 06/07/2016.

complexas e transformadoras, também em nível de recepção, que passam a ser: audiências, coletivos, amadores, fãs, fãs produtivos, entre outras.

O papel desempenhado pelos interlocutores é fundamental para a dinamização do processo de circulação, pois toda a trajetória constituinte do caso é permeada por diferentes circuitos que se instituem mediante interações nas zonas de contato, através de ofertas e reconhecimentos (Boutaud y Verón, 2007).

Na figura 1, buscamos sistematizar os deslocamentos da blogueira, que se dão entre diferentes mídias, bem como o desencadeamento dos estágios e das temporalidades distintas de sua carreira, sempre transpassados pelas ações da recepção, da seguinte forma: a partir de (a) compartilhamento de vídeo postado por Camila Coelho no YouTube em redes sociais digitais (Facebook e Twitter); (b) a pedido de seus seguidores ela cria o blog "Super Vaidosa"; (c) o número de seguidores cresce e – enquanto blogueira – passa a estabelecer parcerias institucionais que impulsionam sua visibilidade e, consequentemente, a carreira; (d) Camila Coelho passa a fazer parte de circuitos midiáticos que excedem as fronteiras da internet. Sua imagem percorre mídias tradicionais como revistas impressas (em capas e reportagens) e anúncios publicitários para diferentes marcas. Além disso, concede entrevistas para programas televisivos para falar de sua vida e carreira.



Figura 1 – Representação dos pré-observáveis condensando as dinâmicas operacionalizadas pelos circuitos midiáticos em que se inserem Camila Coelho e seus interlocutores
Fonte: Elaboração da autora

A composição retratada pela figura 1 procura indicar as diferentes direções de fluxos através de setas (apontando para destinos variados e/ou imprecisos) e da palavra "interlocutores" (inseridos nas várias circunstâncias resultantes do processo de circulação discursiva). As conversações são dinamizadas através de ferramentas disponibilizadas pelos sites utilizados pela blogueira o que permite uma serie de circuitos que desestabilizam regras instituídas pela instância produtora frente às indeterminações impostas pela ambiência em que o processo interacional se encontra. Tal aspecto é explorado em estudos sobre midiatização como, por exemplo, naqueles encontrados em Carlón e Fausto Neto (2012).

A ocorrência desses circuitos, característicos da sociedade em vias de midiatização, articula, negocia e apropria sentidos entre os polos produtivo e receptivo originando algo novo (Fausto Neto, 2010). Sendo assim, esse tipo de conversação, processos que transcendem simples diálogos, geram novos contatos entre os envolvidos. Relações que mudam, inclusive, o status de perito. Estes elos, segundo José Luiz Braga,

> (...) envolvem momentos dialógicos, momentos 'especializados'; momentos solitários – o mundo circula em nosso *self* – e momentos tecno-distanciados, difusos. Todos esses momentos se interferem – se apoiam às vezes, certamente se atrapalham. Uma percepção que ocorre, diante de tais processos, a exigir elaboração reflexiva, é que com frequência se caracterizam como 'circuitos canhestros', exatamente porque tentativos. (Braga, 2012, p.44)

Outra marca que evidencia esse tipo de relação dentro do caso que examinamos, é a própria criação do blog de Camila Coelho – resultado de interações entre blogueira e seus seguidores no YouTube e Twitter – que no início era chamado "Super Vaidosa". A mudança do nome do blog de "Super Vaidosa" para "Camila Coelho" também sugere indícios sobre as transformações do ator midiático.

Essa ação, conforme explica Braga, é um fluxo da circulação midiática, cujo ponto de partida não procede do produto, mas "de uma série de processos, de expectativas, de interesses e de ações que resultam em sua composição como 'um objeto para circular' – e que, por sua vez, realimenta o fluxo da circulação" (Braga, 2012, p.41). Nesse caso, o blog passa a existir enquanto consequência de um "sistema de circulação". Mas, como sugere o autor, o blog se reproduziria na sociedade em midiatização e "pode continuar circulando e repercutindo em outros espaços" (Braga, 2012, p.41), como nas redes sociais, matérias jornalísticas, revistas impressas, outros sites e blogs com o mesmo (ou não) interesse, entre outras possibilidades.

4 Considerações finais

Nesta breve análise, percebemos que as diferentes ações conduzidas pela instância receptora do caso aqui observado – principalmente no que se refere aos conteúdos de seus comentários dirigidos à produção – funcionam como um catalisador de efeitos para ascensão de uma personalidade midiática.

As observações realizadas até aqui nos fazem perceber que o processo de mudança de status da blogueira ocorre entre complexas ações de circulação envolvendo produção e recepção, sendo que esta última também tem sua condição alterada, conforme apontamos durante o texto, fãs em fãs produtivos, coprodutores entre outras conjunturas. Pois trata-se de público fragmentado que pode se dividir em diferentes categorias. Tais formulações nos encaminham para outros questionamentos como, por exemplo, quais as operações realizadas por Camila Coelho na mudança de receptores "clássicos" para uma outra atividade?

É nosso objetivo que esta e outras questões venham a ser respondidas no decorrer da pesquisa. A conversão não é um gesto isolado, mas segue uma processualidade que pretendemos escrever em diferentes fases da tese.

Referências

BOUTAUD, J; VERÓN, E. Del sujeto a los actores. La semiótica abierta las interfaces. In: _____. *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication,* Paris, Lavoisier, Hermès Science, 2007. 11 p. Disponível em https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2011/04/verondel_sujeto_a_los_actores.pdf

BRAGA, A. *Personas Materno-Eletrônicas: Feminilidade e Interação no Blog Mothern*. Porto Alegre: Sulina, 2008. 286 p.

BRAGA, J. L. Circuitos versus campos sociais. In: JANOTTI JR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Org). *Mediação & Midiatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: COMPÓS, 2012.

CARLÓN, M.; FAUSTO NETO, A. (Org.). *Las políticas de los internautas: Nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, 2012. 200 p.

FAUSTO NETO, A. As bordas da circulação. In: *Alceu*, v.10, n.20, jan-jun, 2010. p. 55-69

FAUSTO NETO, A.; SGORLA, F. A travessia de Fátima Bernardes: "estamos órfãos: o JN não tem mais sentido". *In:* I. L. OLIVEIRA; M. MARCHIORI (Org.). *Comunicação, discurso, organizações*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2013. p. 195-212.

FAXINA, E.; GOMES, P. G. Sociedade em midiatização: saudade ou esperança? In: FAXINA, Elson; GOMES, Pedro Gilberto. *Midiatização: um novo modo de ser e viver em sociedade*. São Paulo: Paulinas, 2016. p. 21-30.

FERREIRA, J. Dos objetos separados à circulação midiática como questão comunicacional. *In:* A. FAUSTO NETO *et al*. *Midiatização e processos sociais: aspectos me-*

todológicos. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2010. p. 67-78.

_____. Adaptação, disrupção e reação em dispositivos midiáticos: questões sobre a incerteza e indeterminação nos processos de midiatização. *In:* A. FAUSTO NETO *et al.* (orgs). *CIM. Relatos de Investigaciones sobre Mediatizaciones*. Rosário: UNR, 2015.

FRANÇA, V *et al.* (Org.). *Celebridades no Século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014. 286 p.

HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (Orgs). *Mídia, Memória e Celebridade. Estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade*. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2003. 206 p

INGLIS, Fred. *Breve História da Celebridade*. Rio de Janeiro: Versal, 2012. 334 p.

LANA, L. Jornalismo de celebridade, interesse humano e representações femininas na contemporaneidade. In: J. FREIRE FILHO; M. G. P COELHO (Org.). *Jornalismo, Cultura e Sociedade: Visões do Brasil Contemporâneo*. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 174-192.

_____. É muito íntimo: vlogs femininos, fama e linguagem televisiva no YouTube. *In: XXVI Encontro da Compós*, Brasília, 2015. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-057ec4ee-c5a0-46f5-9425-bd6053922836_2870.pdf 19 p.

_____. *Personagens Públicas na Mídia, Personagens Públicas em Nós: experiências contemporâneas nas trajetórias de Gisele Bündchen e Luciana Gimenez*. Tese (doutorado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2012. 270 p.

MORIN, E. Os Olimpianos. In: E. MORIN. *Cultura de Massas no Século XX. O espírito do tempo-1 Neurose*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977. p.105-109

SCOLARI, C. A. Narrativas transmídias. Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. *In: Parágrafo*, v.1, n.3, Jan-jun/2015. p. 7-19

ROJEK, C. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008. 223 p.

SIBILIA, P. O show do eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. 360 p.

GARRIDO, J. *Midiatização da inovação científica: estratégias do Instituto Internacional de Neurociências de Natal/ RN pela intervenção do ator cientista (Miguel Nicolelis)*. Tese (doutorado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação: São Leopoldo, 2013.

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. In: *Revista Diálogos de La Comunicación*, n.48, Lima: Felafacs, Outubro/1997. Disponível em: https://comycult.files.wordpress.com/2014/04/veron_esquema_para_el_analisis_de_la_mediatizacion.pdf. 10 p.