



## Lu: a persona mulher digital e o assédio à mulher

*Paola Susana Mendoza Champi<sup>1</sup>*

*Cristiane Pereira Costa Dias<sup>2</sup>*

### RESUMO

Partindo da base teórica da Análise do Discurso franco-brasileira e estabelecendo relações com a dimensão do digital, são problematizadas as discussões de gênero em torno da mulher. O *corpus* tomado como objeto de análise é o recorte da postagem da conta do *twitter* da empresa Magazine Luiza do dia 16 de março de 2023, a respeito do evento em que o cantor MC Guimê assedia a celebridade mexicana, Dania Mendez, no reality show Big Brother Brasil (BBB), produzida e exibida pela Rede Globo de Televisão. Debruçando-se no processo discursivo identitário feminino e de resistência feminista da virtual influencer Lu do Magalu, através da circulação, nas relações de sentidos para com seus seguidores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Análise do Discurso; Estudos de Gênero; Digital; Cibersujeito.

### INTRODUÇÃO

Em 2003, a empresa Magazine Luiza desenvolveu uma **persona digital**<sup>3</sup> para ser a porta-voz da marca. Essa **tecnologia/ciberarte**<sup>4</sup>, atualmente identifica-se como Lu do Magalu, a influenciadora virtual 3D e utiliza todas as redes sociais da empresa

<sup>1</sup> Bacharela em Comunicação Social - Midialogia no Instituto de Artes (IA) na UNICAMP (2016/2021). Mestranda em Divulgação Científica e Cultural no Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (LABJOR - IEL) na UNICAMP (2022/ATUAL). Desde 2022 é integrante do subprojeto de Comunicação do Campus Sustentável da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), na condição de bolsista (FUNCAMP). Iniciante nos estudos da Análise Discursiva franco-brasileira, possui interesse no digital, especificamente sujeito de dados. Correio eletrônico: p185348@dac.unicamp.br.

<sup>2</sup> Possui doutorado em Linguística pela Universidade Estadual de Campinas (2004), Mestrado em Letras, Estudos Linguísticos, pela Universidade Federal de Santa Maria (2000) e Pós-doutorado na linha de pesquisa Língua, Sujeito e História, do Laboratório Corpus/PPGL-UFSM. Atualmente, é pesquisadora do Laboratório de Estudos Urbanos - Labeurb-Nudecri/Unicamp, docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Divulgação Científica e Cultural (PPG-DCC - LABJOR/IEL) e da Especialização em Jornalismo Científico (LABJOR/DPCT-IG e DM/IA). É docente colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Linguística (IEL). É Membro Associado do Laboratório Pléiade - Paris 13 e integra a Rede Franco-Brasileira de Análise do Discurso Digital (A2DI). É coordenadora do NUDECRI - Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade. Tem experiência na área de Linguística, com ênfase em Análise do Discurso, atuando principalmente na área do discurso digital e novas tecnologias de linguagem. Correio eletrônico: crisdias@unicamp.br.

<sup>3</sup> Proponho o termo, a partir da fusão entre o significado persona e o conceito do digital por Cristiane Dias (2018). Segundo o Dicionário Houaiss de Comunicação e Multimídia (2013), a palavra persona pode significar “personalidade que o indivíduo apresenta aos outros como real, mas que, na verdade, é uma variante às vezes muito diferente da verdadeira”, assim como também “imagem com que a pessoa se apresenta em público” ou “personagem literário em que o autor se encarna”. É interessante observar que tanto uma pessoa do “mundo real” quanto um personagem construído por arte digital, por exemplo, encontram essa mesma liberdade de personificação. Aparentemente isso ocorre efetivamente quando inseridas em comunidades virtuais, produzindo funcionalidades e significados, por assim dizer, sentidos.

<sup>4</sup> Divido o entendimento da persona digital em dois segmentos: a tecnologia, referente aos processos de produção para o seu funcionamento e a ciberarte como a técnica de criação para sua identificação visual.

para estabelecer relações de sentidos entre a marca e seus seguidores. Deste modo, Lu apresenta uma posição sujeito no discurso político, dentre eles lutas contradiscursos machistas, misôgenos e homofóbicos. Partindo desse pressuposto, no dia 16 de março de 2023, a conta do *twitter* da empresa Magazine Luiza, através da personagem Lu, fez uma postagem se posicionando a respeito do evento em que o cantor MC Guimê assedia a celebridade mexicana, Dania Mendez, no reality show Big Brother Brasil (BBB), produzida e exibida pela Rede Globo de Televisão.

A mirada analítica desta pesquisa se direciona para o funcionamento da discursividade na rede social do *twitter*, questionando os modos como são estabelecidas as redes de sentidos entre a influenciadora virtual com/e os seus seguidores, assim como a produção e circulação de sentidos com a tecnologia digital no processo de subjetivação do sujeito sustentando-se nas relações de poder patriarcais que se mesclam no espaço físico e digital. Os recortes apresentados neste estudo podem ser compreendidos, nesse primeiro momento, como recortes discursivos para entender o objeto de estudo, como propôs Cristiane Dias (2018), o discurso (digital). A escolha da conta do *twitter*, dentre outras redes sociais que a Lu possui, deve-se à dinâmica relevante de interação entre a influenciadora virtual com seus seguidores.

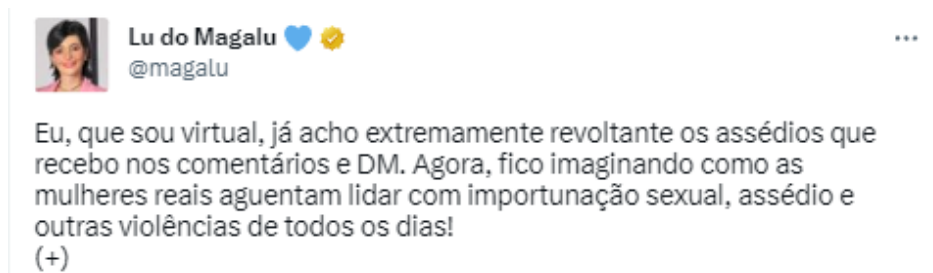
## REFERENCIAL TEÓRICO - METODOLÓGICO

A análise do discurso franco-brasileira é um dispositivo que permite a interpretação dos sentidos e dos sujeitos, problematizando as relações de poder no âmbito histórico e ideológico dos interdiscursos que significam os próprios sujeitos que os constituem. A inscrição deste personagem digital em uma rede social permite com que lhe seja concedida a sua participação na rede de relações e sentidos entre cbersujeitos. Dias (2004) discorre sobre as relações de sentidos, cbersujeitos, vínculos, memórias e construções de comunidades virtuais. É nesse exercício social e cultural que uma comunidade virtual potencializa a humanização do sujeito que se insere na rede “o Homem passa a ser ‘humano’ quando entra na vida social e cultural, através da institucionalização dos seus hábitos e da interiorização de valores.” (DIAS, 2018, p. 42). Sob essa ótica, torna-se interessante observar as questões de gênero no digital, visto que as relações de poder podem se estabelecer minimamente a partir dos “três eixos principais: gênero, classe e raça” (MIRANDA; SCHIMANSKI, 2014, p. 66). Assim, a virtual *influencer* do Magazine Luiza humaniza-se, codificando-se em um cbersujeito através das suas redes e relações de sentidos, no discurso que a significa

como mulher e submetendo sua construção identitária discursiva às adversidades em torno do gênero feminino. Se por um lado, a representação feminina e feminista ao qual ela se posiciona no digital carrega uma importância em prol da mulher “que por longas décadas teve sua voz calada, seu discurso silenciado.” (FREITAS, 2011, p. 49), por outro, a representação imagética de Lu, uma mulher branca, magra, classe média alta caracteriza uma imagem padronizada da “mulher”, em outras palavras, “uma perspectiva hegemônica de constituição das relações de gênero”. (WOITOWICZ, 2006, p.834). Contradizendo seu discurso pluralizado, pois sua imagem renega os **graus de liberdade**<sup>5</sup> (LÉVY, 1999, p.56) da sua produção.

## RESULTADOS: ANÁLISE

### Imagem 1: Print Screen da legenda da publicação analisada



Fonte: Twitter @magalu. Disponível em:

<https://twitter.com/magalu/status/1636449663787102208> Acesso em: 21 mar. 2023.

Na imagem 1, recorte da postagem da conta do *twitter* @magalu<sup>6</sup>, observa-se a personificação da marca Magazine Luiza na persona digital Lu, conforme problematizada acima. Uma vez que a imagem da foto do perfil, assim como a imagem e a legenda da postagem, identifica a Lu. Esses elementos semióticos são necessariamente levados em conta para a análise discursiva, pois todas as diferentes materialidades apresentadas fazem parte do processo significativo do objeto de estudo, em outras palavras, “A matéria significante - e/ou a sua percepção - afeta o gesto de interpretação, dá uma forma a ele.” (ORLANDI, 2007, p.11).

<sup>5</sup> “Se considerarmos o computador como uma ferramenta para tratar ou produzir esta imagem, ele nada mais é do que um instrumento a mais, cuja eficácia e graus de liberdade são superiores aos do pincel e da máquina fotográfica.” (LEVY, 1999, p.56).

<sup>6</sup> Disponível em: <https://twitter.com/magalu> Acesso em: 02 abr. 2023.

Imagem 2: Print Screen de comentários da publicação analisada



Fonte: Twitter @magalu. Disponível em:

<https://twitter.com/magalu/status/1636449663787102208> Acesso em: 21 mar. 2023.

Atentando-se ao fragmento da legenda, a relação “Eu” com o “virtual” não anula a sua caracterização discursiva identitária de ser mulher e reafirma ao dizer que o assédio é uma realidade para com as mulheres. E que ela, como mulher, também sofre assédio. Revelando que é vítima de assédio em formato de mensagens no *twitter*. Sendo o ciberespaço um local capaz de “dar vida a ‘personagens’(...)” (FREITAS, 2011, p. 47) o seu discurso funciona para/com os seus seguidores, como observado na imagem 2.

Imagem 3: Print Screen da imagem da publicação analisada.



Fonte: Twitter @magalu. Disponível em:

<https://twitter.com/magalu/status/1636449663787102208> Acesso em: 21 mar. 2023.

Analisando a imagem da postagem, a personagem segura uma placa com o seguinte texto: "Se em frente às câmeras isso acontece com as mulheres, imagina quando ninguém está olhando?". A escrita faz referência ao ocorrido com Dania Mendez no BBB, trazendo as seguintes interpretações possíveis: Dania pode ter passado situações de assédio muito mais impactantes, mas não foi ao ar pela TV Globo. Ou, assim como Dania, outras mulheres passam por situações muito piores, mas como não possuem a mesma visibilidade que a celebridade, esses casos permanecem desconhecidos.

Na primeira interpretação, pode-se levar em conta que essa versão apresentada na televisão foi editada, não foi apresentada integralmente e que a equipe do Big Brother Brasil achou pertinente exibir essa situação no programa, sem nenhum posicionamento contra o ocorrido. De modo que, ao fazer isso, o programa torna-se conivente com essas situações de violência contra a mulher. Uma das hipóteses é que o voyeurismo em torno do ver corpos femininos assediados reafirma as assimetrias nas relações de gênero "homem-sujeito em contraste com a mulher-objeto" (MIRANDA; SCHIMANSKI, 2014, p. 73). A segunda interpretação, remete ao fato de que corriqueiramente mulheres sofrem assédio, reafirmando que as relações de poder em torno do gênero são da ordem histórico-social.



A expressão facial da Lu é séria, diferentemente de outras postagens no qual ela aparece sorrindo ou descontraída, mostrando que o assunto ao que ela está se referindo merece ser tratado com atenção e seriedade. Reforçando o texto da legenda.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse recorte foi realizado cinco dias após a sua publicação, a análise da circulação desse enunciado indica que mais de 20 mil contas tiveram um contato com a mensagem, 2.419 contas compartilharam na mesma rede social e foi estabelecida uma discussão na publicação com 604 comentários. Esses dados revelam a influência quantitativa que a Lu do Magalu tem como influenciadora virtual, assim como o tema em torno da objetificação da mulher impulsiona a visibilidade dela no *twitter*. Embora a análise discursiva trabalhe qualitativamente, é interessante observar como esses números, em sua maioria, são outros cibersujeitos que dialogam positivamente ou não com essa persona digital nas questões de gênero. De modo que esses sentidos são estabelecidos pela circulação, no processo discursivo da identidade feminina e da resistência feminista de Lu no digital.

## REFERÊNCIAS

DIAS, Cristiane. **A discursividade da rede (de sentidos): a sala de bate-papo hiv**. Tese (Doutorado em Linguística) - Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 176 p. 2004.

DIAS, Cristiane; COUTO, O. F. **As redes sociais na divulgação e formação do sujeito do conhecimento: compartilhamento e produção através da circulação de ideias**. Linguagem em (Dis) curso, Tubarão, SC, v. 11, n. 3, p. 631-648, setembro-dezembro. 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/ld/a/b7JNN6VHZd6ttMwTw85PwCQ/abstract/?lang=pt> Acesso em: 30 mar. 2023.

DIAS, Cristiane. **Análise do discurso digital: sujeito, espaço, memória e arquivo**. - Campinas, São Paulo: Pontes Editores, 2018. 202 p.  
FREITAS, L. K. M. R. **Práticas discursivas e identitárias em blogs femininos**. Domínios de Linguagem, Uberlândia, v. 5, n. 1, p. 44–57, 2011. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/dominiosdelinguagem/article/view/11568>. Acesso em: 30 mar. 2023.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. 264 p.

MAGALU, Lu. **Eu, que sou virtual, já acho extremamente revoltante os assédios que recebo nos comentários e DM. Agora, fico imaginando como as mulheres reais aguentam lidar com importunação sexual, assédio e outras violências de todos os dias! (+)**. 16 mar. 2023. Twitter: @magalu. Disponível em: <https://twitter.com/magalu/status/1636449663787102208> Acesso em: 21 mar. 2023.



MIRANDA, T. L.; SCHIMANSKI, Edina. **Relações de gênero: algumas considerações conceituais.** In: Aparecida de Jesus Ferreira. (Org.). Relações étnico raciais, de gênero e sexualidade; Perspectivas contemporâneas. Ponta Grossa, v.01, n.1, UEPG, 2014, v. 01, p. 65-92.

NEIVA, Eduardo. **Dicionário Houaiss de comunicação e multimídia.** São Paulo: PubliFolha, 2013. 592 p.

ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli. **Discurso e Texto: formação e circulação dos sentidos.** Campinas, SP: Pontes, 2001.

ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli. **Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico.** Campinas, SP: Pontes, 2007.

WOITOWICZ, K. J. **Consumo e desejo na construção de imagens femininas.** Estudos Feministas, Florianópolis, 14(3), p. 819-841, setembro-dezembro. 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/ij/ref/a/bG66RH9bb3CwJ4VspWwqXFq/?lang=pt>. Acesso em: 21 mar. 2023.