

ANÁLISE DO VÍDEO “ESSE É: HADDAD E O PT” DO CANAL NO YOUTUBE E GUINORANTE DO INFLUENCIADOR DIGITAL GUILHERME MARQUES

Laudimila de Moraes – Faculdade Araguaia – Unidade Bueno

Antônio Cirino – Faculdade Araguaia – Unidade Bueno

RESUMO: O tema apresentado é relativamente novo, porém que tem um grande alcance e influência sobre as pessoas que é o famoso influenciador digital, por isso tem grande relevância em discuti-lo. Antes desse fenômeno surgir, quem era figura que o público se espelhava, eram os artistas, cantores, atores etc. Não que esse artista deixou de ser influência para as pessoas, agora além deles, existe a figura do influenciador digital que são pessoas comuns, que conseguem reunir em uma plataforma digital milhares ou até milhões de seguidores e, que por ser gente como a gente consegue engajar o público que se sente mais representado. Em ano político não é diferente, esses influenciadores digitais se posicionam politicamente e muitos deles ainda tentam de alguma forma contribuir para que os eleitores votem em determinado candidato, ou a partir dele se decidir melhor quanto ao seu voto seja em formas de vídeos, posts no instagram ou em qualquer outra mídia ou plataforma digital. O tema apresenta uma análise sobre o vídeo do influenciador digital Guilherme Marques do canal no Youtube eGuinorante, onde ele usa de sua influência para mostrar as pessoas que o seguem quem é o candidato à presidência Fernando Haddad, mostrando relatos negativos de seus cargos anteriores e também deixando claro suas intenções de voto. Para chegar à conclusão, foi utilizado o método de pesquisa bibliográfico e Análise do discurso

PALAVRAS-CHAVE:

Influenciador digital; Política; Discurso;

Artigo Original

Recebido em: Ago/2018

Publicado em: Dez/2018

Publicação

Sistema Integrado de Publicações

Eletrônicas da Faculdade Araguaia – SIPE

para perceber a intenção e como ele faz o seu discurso para atingir o maior número de pessoas possíveis.

INTRODUÇÃO

Este resumo expandido aborda como tema a análise que o influenciador digital tem sobre seus seguidores, o influenciador em específico é o Guilherme Marques do canal no Youtube eGuinorante no vídeo “ESSE É: HADDAD E O PT”. Trata-se de como o influenciador digital em ano político pode influenciar os seus seguidores em quem votar ou não.

O objetivo principal desse trabalho é analisar o discurso que o influenciador Guilherme Marques usa para tentar convencer os seus seguidores de que o partido político PT, é uma farsa. Assim como também verificar como o influenciador exerce tamanha influência em uma plataforma digital.

METODOLOGIA

O método de análise do discurso, analisando o discurso utilizado pelo influenciador Guilherme Marques durante o vídeo e qual a mensagem que ele quis passar com o discurso.

A modalidade usada quanto aos procedimentos terá como caráter a pesquisa bibliográfica, que consiste em reunir informações e dados de autores e sites para a construção investigativa da proposta determinada ao tema. Sobre a pesquisa bibliográfica,

Pesquisa bibliográfica, num sentido amplo, é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias ideias e opiniões. (DUARTE e BARROS, 2005, p. 51)

Também será aplicado a análise do discurso para que assim possamos ver além do que o influenciador fala, seus gestos e atitudes ao falar de uma respectiva marca, a forma com que ele persuade e convence seus seguidores e a construção de sua voz e seu modo de falar. Sobre a análise do discurso,

Técnica de pesquisa que tem como proposta básica o estudo da relação entre a linguagem e o ambiente social, ou seja, as condições de produção do discurso estão os contextos da comunicação, as condições reais do falante, as condições reais do ouvinte, a representação que o falante faz

de si mesmo, a representação que o falante faz do ouvinte, entre outras.
(TEMER e NERY, 2004, p. 23)

A internet evoluiu e com ela houve mudanças no que diz respeito a como as pessoas consomem não só produtos, mas também informações. Junto com essas mudanças surgiu a figura do digital influencer que segundo Nogueira (2017), são produtores de conteúdo que através das mídias digitais conseguem influenciar pessoas em seu comportamento tanto na internet como também fora dela. Para ela, as mídias digitais mais utilizadas por esses influenciadores são: youtube, facebook e instagram.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Antes o influenciador digital era chamado de blogueiro, pois a maioria deles começavam com um blog na internet onde discutiam determinados assuntos. Na época ainda não existia o instagram e mesmo quando essa rede social surgiu, ela não tinha o impacto que tem hoje em dia, então o que fazia sucesso mesmo era o blog que mais tinha acesso devido a quantidade e qualidade do seu conteúdo.

Mesmo na época dos blogs, os blogueiros por trás disso já alcançava um grande número de pessoa e já obtinha sucesso. E mais, encaravam ser

blogueiro como uma profissão e levavam muito à sério, prometendo aos leitores os dias da semana em que teria uma nova publicação. Torres (2009) descreve blog como,

Os blogs profissionais são blogs de pessoas ou grupos que falam sobre diversos assuntos, mas que têm em comum o interesse em desenvolver uma audiência grande e fiel, para depois explorar o blog comercial. Há muitos anos é possível ganhar dinheiro, viver de fato, como um blogueiro profissional. (TORRES, 2009, p.95)

Torres (2009) ainda descreve que o blogueiro tem o dom de escrever bem, não como um escritor ou um jornalista, mas escreve bem para seu público. São profissionais que estão dispostos a investir o seu tempo e criatividade em publicações no blog.

Camara (2017) diz que há em diferentes épocas pessoas que possuem influência sobre outras pessoas chamados assim de formadores de opinião. Ele faz um destaque para as grandes celebridades, mas hoje esse papel é do influenciador digital que para ele são pessoas com grandes números de seguidores nas redes sociais.

Através das redes sociais os influenciadores conseguem divulgar marcas, serviços ou produtos com maior facilidade, e por isso as marcas tem investido em parcerias com esse fenômeno da internet, diz Camara (2017).

Os influenciadores digitais são identificados através dos números das suas redes sociais, pois geralmente têm uma grande quantidade de seguidores. Com isso, eles conseguem estabelecer uma relação de confiança com um número expressivo de pessoas. (CAMARA, 2017)

Influenciador digital segundo Coronado (2017), é um indivíduo que possui grande impacto em determinado segmento, sendo capaz de conquistar um público engajado e fiel influenciando também em suas atitudes e opiniões. Segundo ele, é o influenciador que faz com que o público tenha a tomada de decisão para finalizar a compra. Coronado (2017) continua que, o influenciador tem grande capacidade de produção de conteúdo interessante e relevante para o público.

Nogueira (2017) cita algumas vantagens e desvantagens de se tornar um influenciador digital, e uma dessas vantagem é a mobilidade, ou seja, a possibilidade de trabalhar em casa através da internet sem se preocupar com o trânsito. Outra vantagem para Nogueira é a liberdade editorial, a possibilidade de produzir o conteúdo que eles quiserem e sobre qualquer assunto, exceto quando é negociada com uma empresa.

No vídeo “ESSE É: HADDAD E O PT” Guilherme usa um tom no discurso bem firme e várias vezes durante o vídeo ele usa palavrões para se referir aos eleitores do PT. Ele colocou muitos relatos e notícias de sites, jornal, vídeos gravados no qual todos há uma posição negativa do candidato à presidência Fernando Haddad que é do partido político PT. Ainda durante o vídeo, para mostrar uma figura ainda mais monstruosa de Fernando Haddad e de todo partido político PT, ele usa uma trilha sonora que remete sensação de medo e maldade. Ele usa o discurso como “irei mostrar aqui o que a mídia não mostra”, o vídeo tem o tempo de 15 minutos e 56 segundos e além de demonstrar ódio ao PT, ele deixa claro que é a favor do candidato Jair Bolsonaro.

Logo no início, Guilherme diz que o vídeo é para ajudar quem ainda não sabe em quem votar ou quem vai votar branco ou nulo. O vídeo teve um número de 283.514 mil visualizações, e um total de 933 rejeições, ou seja, de pessoas que não gostaram do que ele falou. Já o total de pessoas que curtiram o vídeo foi de 56 mil pessoas.

O número de inscritos no canal de Guilherme “eGuinorante” é de 886 mil pessoas. Levando em consideração de que o influenciador ele tem o poder de transformar ideias e opiniões das pessoas e que é um ano político muito delicado pela situação em que o país se encontra, o Influenciador digital

Guilherme Marques do canal no Youtube “eGuinorante” pode com certeza ter influenciado com o vídeo pelo menos metade das pessoas que visualizaram o vídeo.

CONCLUSÃO

Hoje, as mídias digitais junto com as tecnologias móveis vêm possibilitando a busca por informação, relacionamentos e referência de vida das pessoas, o que influencia não só no ato de comprar mas também no modo de pensar.

A partir dessa mudança dos meios tradicionais para os meios digitais, os influenciadores digitais são elementos importantes tanto para as marcas como para propagar uma ideia, seja ela positiva ou não, pois são pessoas comuns e mais próximas ao público, usando de uma linguagem simples e natural, com relatos de experiência própria e podem conseguir uma maior empatia do público que logo se identifica com o estilo de vida do influenciador.

Os seguidores querem ver a “vida real” do influenciador, fazer o que o influenciador faz, pois neles os seguidores se espelham e se inspiram a serem o que são e usar o que eles usam os tornam cada vez mais “iguais” a eles. No caso da política, os seguidores fieis a esse influenciador passa a ter um ponto

de vista diferentes sobre política ao assistir seus vídeos, podendo assim, votar em um candidato que talvez ele não tivesse pensado sobre.

REFERÊNCIAS

CAMARA, Carlos. **Entenda o que é um influenciador digital e qual o seu papel.** 2017. Disponível em: <<http://blog.una.br/entenda-o-que-e-um-influenciador-digital-e-qual-o-seu-papel/>>. Acesso em: 01 mar. 2017

CORONADO, Raony. **Influenciador digital: como se tornar um deles.** 2018. Disponível em: <<https://www.influency.me/blog/influenciador-digital-2/>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas S.a, 2005.

MARQUES, Guilherme. **ESSE É: HADDAD E O PT.** 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fh-iQA0gjbM&t=645s>>. Acesso em: 01 out. 2018.

NOGUEIRA, Ana. **Digital influencer: o que é, quanto ganha e como se tornar um.** 2017. Disponível em: <<https://blog.hotmart.com/pt-br/como-se-tornar-um-digital-influencer/>>. Acesso em: 24 ago. 2017.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital.** São Paulo: Novatec, 2009.