

Não Tira o Batom Vermelho: a Informação na Performance de Jout Jout¹

Andressa FANTONI²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

O formato *vlog* é um exemplo emblemático da apropriação de recursos tecnológicos e midiáticos pelo cidadão: permite a partilha de opiniões e relatos íntimos que atraem uma audiência interessada na reflexão proposta e disposta ao diálogo sobre ao que assistiu. Este artigo observa tal fenômeno através da produção da *vlogger* Jout Jout, cujo canal no YouTube cresceu após a viralização do vídeo em que fala de relacionamentos abusivos entre casais. A análise do conteúdo indica que o público feminino identificou-se com o vídeo e aprovou a abordagem sobre o tema desconfortável. Considera-se que Jout Jout foi capaz de produzir mudança social relacionada à reconstrução de autoestima e empoderamento feminino.

Palavras-chave: comunicação; mídia digital; *vlog*; convergência; audiovisual.

1. Introdução

O avanço das tecnologias de comunicação e informação e a popularização das mídias digitais permitem novas formas de interação entre indivíduos no ciberespaço, transformando os processos de produção e disseminação de conteúdos em rede. Hoje, é possível observar dinâmicas horizontais de comunicação em coexistência com o modo industrial e centralizado de comunicação massiva. Não se trata da substituição de mídias tradicionais por novas mídias, mas da fragmentação de audiências e da atenção que dedicam aos diferentes meios.

Tal fenômeno faz parte do que Henry Jenkins chama de Cultura da Convergência, referindo-se às transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais no atual cenário da comunicação, “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 29). Entretanto, referido autor ressalta que as modificações na comunicação não são fruto apenas de avanços tecnológicos. O protagonismo

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Comunicação Social da PUCRS, e-mail: fantoniandressa@gmail.com

dessa aproximação entre público e indústria midiática cabe aos cidadãos e sua tomada de controle sobre as mídias, implicando principalmente em mudanças culturais.

No centro dessa mudança estão os indivíduos e suas práticas de produção amadora de vídeos no YouTube (STRANGELOVE, 2011, p. 6). A partir desse eixo de reflexão, pretende-se explorar a dinâmica dos *vlogs*. *Vlog*³ é compreendido, aqui, como um tipo especial de *blog* pessoal: enquanto *bloggers* publicam textos, imagens e vídeos, *vloggers* diferem-se dos primeiros por produzirem e compartilharem material audiovisual. Tendo em vista a relativa facilidade com que se pode, hoje, administrar recursos para a produção de vídeos – bastando, por exemplo, um celular com câmera e acesso à internet –, o formato *vlog* tem se popularizado e configura um expoente da produção de conteúdo independente.

É nesse sentido que se pretende investigar, aqui, o canal brasileiro do YouTube intitulado JoutJout Prazer⁴, administrado por Julia Tolezano. O *vlog* adquiriu visibilidade no início de 2015 ao levantar a discussão de temas moralmente delicados, alguns deles tipicamente considerados “tabus”, de forma bem humorada, coloquial e sob uma perspectiva desmistificadora. O objetivo central do artigo é, então, estudar o conteúdo produzido por Jout Jout (alcunha de Julia que dá nome ao canal) no YouTube – ou seja, a postura da *vlogger* diante da câmera e as temáticas que explora em seus vídeos –, a fim de compreender o impacto de sua produção sobre o público.

Para tanto, o caminho metodológico adotado baseia-se na análise de conteúdo que, nas palavras de Bardin (2010, p. 40) é “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Nessa pesquisa, a pré-análise do objeto consistiu em assistir aos 83 vídeos de Jout Jout publicados no período de um ano de existência do canal (12 de maio de 2014 a 12 de maio de 2015), o que permitiu descobrir todos os assuntos discutidos pela *vlogger* nesse intervalo de tempo⁵. Após, escolheu-se o vídeo com maior número de visualizações para uma exploração aprofundada: além de ser percorrido e descrito de forma mais detalhada, uma amostragem de comentários do vídeo foi selecionada para categorização e análise, objetivando compreender as impressões do público sobre aquele produto audiovisual.

³ Abreviação para *video blog* (BURGESS e GREEN, 2009a, p. 145).

⁴ <https://www.youtube.com/user/joutjoutprazer>

⁵ A visualização dos vídeos deu-se nos dias 19 e 20 de maio de 2015. Elaborou-se uma tabela de coleta de informações sobre cada um deles, a fim de listar as publicações e registrar informações que poderiam ser utilizadas posteriormente: data de publicação; número de visualizações; número de ‘gostei’; número de ‘não gostei’; número de comentários; tema do vídeo (identificado pela autora); conteúdo do vídeo (comentário elaborado pela autora); descrição do vídeo no YouTube. Em princípio, todas as estatísticas citadas no artigo correspondem ao que foi encontrado no momento da observação, a menos que se informe o contrário.

2. Fluxos de Informação em Rede

Ao afirmar que vivemos um processo de mudança entre a era da mídia de massa para a era da mídia em rede, boyd (2009) entende que ocorre uma profunda alteração na estrutura pela qual a informação flui. Por muito tempo, acreditou-se na eficiência de fontes únicas e centralizadas de informação, consideradas poderosas por controlarem os meios de distribuição. Entretanto, a premissa de que a atenção do público às mensagens da mídia de massa era incontestável logo se provou equivocada, haja vista que, conforme se proliferaram as empresas de distribuição midiática, a atenção dos sujeitos fragmentou-se.

Dessa forma, boyd (2009) afirma que a *Web 2.0* permite-nos estar permanentemente “em fluxo”, em um mundo onde a informação está por toda a parte: “estar periféricamente ciente da informação que flui, agarrando-a no momento certo, quando é mais relevante e valiosa, divertida ou perspicaz. Viver com, em e em torno da informação” (BOYD, 2009, s/p, tradução nossa)⁶. A internet permitiu às pessoas tornar seu próprio conteúdo disponível, através dos *blogs*, *sites* de redes sociais, *sites* de compartilhamento de mídia e de fluxos sociais, de forma tal que as estruturas de distribuição midiática estão sendo desmanteladas e reconstruídas.

Assim, o poder não está mais nas mãos daqueles que controlam os canais de distribuição, mas daqueles que controlam o recurso limitado de atenção. Este é o motivo por que VOCÊ foi a Pessoa do Ano⁷. Sua atenção é preciosa e valiosa. Não se trata mais de empurrar [conteúdo]; trata-se de puxar. (BOYD, 2009, s/p, tradução nossa)⁸

Ainda que estejamos nos aproximando de um estado em que qualquer indivíduo pode adquirir informação no fluxo, não significa que a atenção será distribuída igualmente. As pessoas consomem conteúdo que estimula sua mente e sentidos, capaz de criar uma resposta emocional; nem sempre é o “melhor” ou mais informativo conteúdo, mas sim aquele que desencadeia uma reação (BOYD, 2009).

Strangelove (2011, p. 71, tradução nossa) vai ao encontro desse ponto de vista ao afirmar que “estamos imersos em uma superabundância de *sites*, canais, vozes, vídeos e *blogs*, todos exigindo nossa atenção”⁹. Essa nova dinâmica de distribuição de atenção do público é percebida pelo autor como uma mudança na cultura de mídia, em que nunca antes tantas pessoas ao redor

⁶ *To be peripherally aware of information as it flows by, grabbing it at the right moment when it is most relevant and valuable, entertaining or insightful. Living with, in, and around information.* (BOYD, 2009, s/p)

⁷ Referência à revista TIME que, em 2006, elegeu “você” a Pessoa do Ano, em razão de “aproveitar as rédeas da mídia global, por fundar e enquadrar a nova democracia digital, por trabalhar por nada e batendo os profissionais em seu próprio jogo”. Disponível em: <<http://goo.gl/oksjRE>>. Acesso em: 24 mai. 2015.

⁸ *Thus, the power is no longer in the hands of those who control the channels of distribution, but those who control the limited resource of attention. This is precisely why YOU were the Person of the Year. Your attention is precious and valuable. It's no longer about push; it's about pull. And the law of two feet is now culturally pervasive.* (BOYD, 2009, s/p)

⁹ *we are engulfed in an overabundance of websites, channels, voices, videos, and blogs, all demanding our attention.* (STRANGELOVE, 2011, p. 71)

do mundo dispenderam tanto tempo assistindo a vídeos produzidos por amadores. Conforme Burgess e Green, o *vlog* é a forma predominante de vídeo amador no YouTube, contemplando quase 40% do conteúdo produzido pelo usuário. Os autores definem tal formato como

tipicamente estruturado sobre o conceito do monólogo feito diretamente para a câmera, cujos vídeos são caracteristicamente produzidos com pouco mais que uma *webcam* e alguma habilidade de edição. Os assuntos abordados vão de debates políticos racionais a discursos exaltados sobre o próprio YouTube e detalhes mundanos da vida cotidiana. (BURGESS; GREEN, p. 145, 2009b)

Ainda de acordo com Burgess e Green (2009a), os *vlogs* são uma lembrança do caráter residual da comunicação face-a-face, e o persistente endereçamento da fala do *vlogger* ao espectador estimula e convida ao *feedback*. “O *vlog* como gênero de comunicação encoraja a crítica, o debate e a discussão” (BURGESS; GREEN, 2009a, p. 54, tradução nossa)¹⁰. Essa ideia é endossada por Strangelove (2011), para quem o público não assiste a vídeos de forma passiva; ao contrário, está frequentemente engajado àquilo que assistiu.

Assim, considerando que a economia criativa está mudando para uma maior quantidade de conteúdo gerado pelo usuário, o tradicional monopólio da indústria midiática como única produtora de textos e condutas autorizadas de interpretação vê-se desestabilizado. A concentração do YouTube na “periferia” do que foi considerado, por muito tempo, o centro das atenções – a saber, televisão e cinema – o coloca em papel-chave na construção de significados e comunidades de interesse. O recurso de comentários da plataforma permite aos usuários responder a vídeos e interagir uns com os outros. Os vídeos podem ser facilmente compartilhados e recomendados para amigos, constituindo objetos de interesse comum. Criam-se, dessa forma, comunidades de participação e entusiasmo compartilhados (URICCHIO, 2014).

Os *vlogs* oportunizam interações sociais e reúnem públicos interessados não apenas no entretenimento proporcionado pelo indivíduo que protagoniza o discurso em frente à câmera, mas também na informação que transmite. Conforme Johnson (2005), os textos da rede possuem riqueza intelectual própria; é uma inteligência diferente daquela entregue pelos livros: “você pode transmitir atitudes e conexões no mundo *online* com facilidade; você pode trocar ideias com vinte estranhos de uma forma que seria impensável há apenas dez anos” (JOHNSON, 2005, p. 186, tradução nossa)¹¹. É necessário resistir à crítica recorrente que considera alguns novos formatos de mídia como incapazes de agregar conhecimento. O *vlog* é um exemplo de formato de vídeo capaz de incorporar, simultaneamente, informação e entretenimento.

¹⁰ *the vlog as a genre of communication invites critique, debate, and discussion.* (BURGESS; GREEN, 2009a, p. 54)

¹¹ *you can convey attitudes and connections in the online world with ease; you can brainstorm with twenty strangers in a way that would have been unthinkable just ten years ago.* (JOHNSON, 2005, p. 186)

3. Atuação Feminina em Vlogs

De acordo com Lange (2007), muitos *vloggers* defendem que a exposição de momentos íntimos na rede cria um espaço para mostrar e discutir questões delicadas e, assim, alcançar uma maior compreensão de si mesmo e dos outros: “o acesso do público aos momentos íntimos e o discurso em torno dos artefatos de vídeo na *Web* permitem que as fronteiras sociais e premissas pré-existentes sejam questionadas e remodeladas” (LANGE, 2007, p. 01, tradução nossa)¹².

Lange (2007) aprofundou-se em um estudo sobre a atuação feminina em *vlogs*, percebendo que, de diferentes formas, há um grande esforço de muitas mulheres em aumentar a conscientização e promover mudança social através da internet. A autora nota que se valer da intimidade para conversar com o público cria reações que encorajam a reconsideração, tanto do próprio *vlogger* como de sua audiência, a respeito de ideias sobre ação social e valores. Diga-se, porém, que se expor de forma tão pessoal é estar vulnerável a riscos que vão desde a humilhação até danos emocionais e físicos. Ainda assim, as *vloggers* continuam compartilhando visões pessoais e intimidades que contribuem para variadas formas de mudança social.

(...) é precisamente através da partilha de momentos íntimos e escolhas pessoais que o maior discurso público é promovido na mente dos espectadores, na atitude das *vloggers* em si, e publicamente através da circulação de questões levantadas nos vídeos e em *blogs*. A partilha desses momentos íntimos não é autoindulgente, uma obsessão solipsista. Ao invés disso, ela proporciona um meio para se conectar com os outros e aumentar a consciência de formas menos evidentes que marchas públicas, mas que são muito importantes. (LANGE, 2007, p. 05, tradução nossa)¹³

Referida autora ressalta que a posição vulnerável de compartilhar escolhas e momentos íntimos pode aumentar o discurso público em torno de temas anteriormente desconfortáveis, de “mau gosto” ou constrangedores, que outras mídias não abordam. Para muitos, compartilhar intimidades é transformador porque as discussões entusiasmadas e as respostas que instigam demonstram que questões importantes na concepção dos *vloggers* também são significativas para outras pessoas.

Da mesma forma, Strangelove (2011) acredita na internet como um ambiente que dá voz para as mulheres e as questões de seu interesse. O próprio movimento feminista recebe maior

¹² *public access to intimate moments and the discourse surrounding the video artifacts on the Web allow social boundaries and pre-existing assumptions to be questioned and refashioned.* (LANGE, 2007, p. 01)

¹³ (...) *it is precisely through sharing intimate moments and personal choices that greater public discourse is promoted in the minds of viewers, in the attitudes of video bloggers themselves, and publicly through the circulation of issues raised in the videos and on blogs. The sharing of these intimate moments is not self-indulgent, solipsistic obsession. Rather, it provides a means to connect with others and raise awareness in ways that are less overt than acts such as public marches but are nevertheless quite important.* (LANGE, 2007, p. 05)

visibilidade no ciberespaço: em arenas como o YouTube, as mulheres não somente adquirem um novo lugar para falar, como também ganham maior público e visibilidade. Através dos vídeos amadores, as mulheres estão abrindo mais espaços para a auto-representação. Uma vez que a internet não possui as estruturas institucionais e a supremacia masculina que definiram os sistemas de mídia no século XX, o YouTube permite criar um espaço de contestação em que as pessoas se engajam em batalhas emocionalmente intensas em relação ao lugar adequado das mulheres na sociedade.

Através do *vlogging*, as mulheres estão desenvolvendo habilidades de comunicação, ganhando confiança para “falar alto”, além de encorajarem os demais a participar do diálogo, construindo redes de apoio e de amizade. Assim como Lange (2007), Strangelove (2011) sugere que *vloggers* do gênero feminino atraem grandes audiências por abordarem assuntos pessoais, estimulando a resposta do público.

Assim, *vlogs* configuram veículos através dos quais as mulheres disseminam ideias relacionadas ao empoderamento feminino, criticando desde os sintomas mais evidentes da sociedade machista que atingem a mulher – a exemplo do estupro, violência doméstica, dependência econômica e desigualdades no mercado de trabalho – até manifestações sexistas que permeiam o dia a dia de forma velada, como piadas ofensivas às mulheres e as “cantadas” disparadas na rua, que ajudam a normatizar a opressão feminina.

O formato *vlog* tem potencial de contestação à “masculinidade hegemônica”¹⁴ na indústria midiática. A indústria musical e a publicidade sublinham as diferenças de gênero, implícita e explicitamente reafirmando as dissemelhanças “naturais” entre homens e mulheres. Tal conceito procura não somente diferenciar os “homens de verdade” das mulheres e de todos os outros homens, mas também justificar que todos os homens ocupem posição dominante em relação às mulheres (KAREITHI, 2014).

Nesse sentido, a justiça de gênero na mídia (e na sociedade como um todo) depende de uma transformação social em larga escala, em que os direitos das mulheres – incluindo o direito de se comunicar – sejam implementados e respeitados. A liberdade de expressão das mulheres é, historicamente, limitada por restrições estruturais, econômicas e culturais, e o gênero como fator determinante do exercício de direitos e liberdades é uma realidade. Entretanto, o advento das novas mídias – *blogs*, *podcasting*, aplicativos de mídia social e também os *vlogs* – começou a

¹⁴ Esse conceito, de acordo com Kareithi (2014), se refere às características que diversas culturas atribuem ao que consideram “homens de verdade”. O cinema norteamericano, por exemplo, oferece uma infinidade de ícones masculinos violentos – a exemplo das personagens de Arnold Schwarzenegger e Sylvester Stallone nos filmes de ação.

mudar o ativismo feminista de formas que não são piores nem melhores do que no passado, mas que são sem dúvida diferentes (GALLAGHER, 2014).

4. Não Tira o Batom Vermelho: a Performance de Jout Jout

Investiga-se, a partir de agora, o posicionamento de Jout Jout diante de seu público. Para isso, adota-se o conceito de performance nos termos de Goffman (1985), para quem o indivíduo representa a si mesmo de diferentes formas ante a situações sociais distintas. É possível analisar Jout Jout do contexto performático pois, através de sua produção audiovisual, estabelece interações sociais com o espectador. Utilizando a metáfora dramaturgica – em que todas as pessoas são atores/personagens e a vida uma peça teatral –, Goffman esclarece que, quando em interação social, o sujeito encontra-se “no palco”: “quando um indivíduo se apresenta diante de outros, consciente ou inconscientemente projeta uma definição da situação, da qual uma parte importante é o conceito de si mesmo” (GOFFMAN, 1985, p. 222).

Em sua analogia teatral sobre performance, Goffman se refere às interações face a face. Mas entende-se que essa noção pode ser estudada, também, do ponto de vista das relações estabelecidas no cenário virtual. A maneira como o *vlogger* expõe sua subjetividade a fim de debater determinado tópico diante da câmera envolve características intangíveis e particulares àquele indivíduo, que se manifestam em sua entonação, vocabulário, gestualidade, expressões faciais, entre outras, as quais podem ser atribuídas à ação performática. A postura de Jout Jout diante da câmera é uma engrenagem essencial ao movimento que resultou em sua relevância perante o público. Para iniciar a discussão sobre a performance da *vlogger* concatenada ao tipo de informação que dissemina, o objeto empírico deste artigo será a partir de agora explorado em maior profundidade.

Julia Tolezano tem 24 anos e é graduada em Comunicação Social (habilitação jornalismo), embora não reconheça influência de sua formação acadêmica sobre o *vlog*. Entretanto, este artigo não considera a produção de Jout Jout amadora, mas apenas simples e independente; a ambientação de seus vídeos é modesta, no entanto, a edição de som e imagem realizada pela própria *vlogger* possui boa qualidade. Além disso, é impossível afirmar que a formação de Jout Jout como jornalista não interfere, em menor ou maior grau, na sua postura e discurso diante da câmera. Empresta-se da Revista TPM a descrição de Jout Jout e seus vídeos:

com 23 anos, a garota de Niterói se posiciona à frente de uma câmera, em casa mesmo, muitas vezes com a louça por lavar atrás, e fala sobre toda e qualquer coisa que considere, ao mesmo tempo, interessante e divertida. [...] A graça fica justamente no jeito como Julia

apresenta seus assuntos. Tem uma pegada de comédia stand up com uma pitada de repente nordestino, aquele que vai inventando a música na hora. (REVISTA TPM, 2015)

A *vlogger* conquistou significativa visibilidade, observável no crescimento do número de visualizações e de inscritos do canal e na sua repercussão em veículos midiáticos, inclusive internacionalmente¹⁵. De acordo com os diversos canais de comunicação que comentam o impacto da produção audiovisual de Jout Jout, e por inferência da própria autora, o destaque da *vlogger* é fruto da naturalidade e bom humor com que aborda os mais variados temas.

Jout Jout toca em assuntos delicados que raramente excederiam conversas íntimas e que, no entanto, atraem a atenção de espectadores que compartilham o interesse naquela temática. A *vlogger* discursa sobre tópicos, em tese, desconfortáveis e constrangedores, sobretudo relacionados ao universo feminino: corpo, sexualidade, autoestima, relacionamentos afetivos, entre outros. Sem amarras morais para explorar temas embaraçosos, a jovem afirma que “Jout Jout é uma grande ‘destabilização’ das coisas”¹⁶. Ao falar sobre menstruação¹⁷, pêlos pubianos¹⁸, masturbação feminina¹⁹, para citar alguns dos vídeos de conteúdo “censurável”, a *vlogger* discute tabus como se fossem amenidades: de forma simples, objetiva e bem humorada. Acredita-se que Jout Jout atraiu um público feminino carente de representatividade na mídia ao abordar assuntos de debate socialmente reprimido.

A fim de estudar a performance de Jout Jout em seu *vlog* e, ao mesmo tempo, abordar a relevância das informações que compartilha, optou-se pela seleção de um único vídeo a ser analisado em maior profundidade, intitulado *Não tira o batom vermelho*. Publicado em 26 de fevereiro de 2015, é o produto mais popular do canal, ultrapassando 740.000 visualizações²⁰, e responsável por tornar a *vlogger* conhecida por um público muito maior do que aquele que a acompanhava até então²¹. Nele, Jout Jout discute relacionamentos abusivos entre casais.

¹⁵ Jout Jout e seus vídeos tornaram-se pauta de diversos *sites* de notícias e entretenimento. A *vlogger* ainda fez aparições em programas de televisão (*Esquenta*, no canal Globo e *Saia Justa*, no canal GNT), ministrou palestra na Universidade Federal Fluminense e tornou-se colunista da revista *Cosmopolitan Brasil* em abril de 2015. Mesmo assim, elaborado desde maio de 2015, este artigo é um olhar que antecede algumas manifestações da “explosão” de Jout Jout, que posteriormente participou como palestrante do *TEDx Parque das Nações Women*, foi citada nos *sites* dos veículos britânicos *The Guardian* e *BBC*, foi enviada pela *Netflix* para cobrir o evento de fãs do seriado *Orange is the new black* em Nova Iorque, convidada para ações de *merchandising* em seus vídeos, entre outros.

¹⁶ Disponível em: < <https://youtu.be/isD15emtEds> >. Acesso em: 01 jun. 2015.

¹⁷ Disponível em: < <https://youtu.be/33lspg6LQBY> > e < <https://youtu.be/EqwoAe33RzA> >. Acesso em: 01 jun. 2015.

¹⁸ Disponível em: < <https://youtu.be/EqwoAe33RzA> >. Acesso em: 01 jun. 2015.

¹⁹ Disponível em: < <https://youtu.be/nzRBVtenOrw> >. Acesso em: 01 jun. 2015.

²⁰ Quando da observação do vídeo na etapa de pré-análise, em 20 de maio de 2015, registraram-se 602.496 visualizações. Quando da redação deste artigo, em 14 de junho de 2015, o vídeo já alcançava 740.546 visualizações e se manteve como o produto mais assistido do canal.

²¹ Ao falar sobre a viralização do vídeo em questão, Jout Jout comenta que “antes meus vídeos iam dormir com 4 mil *views* no máximo, agora dormem com algo em torno de 20 mil”. Disponível em: < <http://goo.gl/R1T4XN> >. Acesso em: 03 jun. 2015.

A motivação para debater tal temática é explicada por Jout Jout no vídeo: conversando com outra mulher através do Facebook, ambas trocaram relatos sobre relacionamentos abusivos que mantiveram no passado e, ao refletir sobre quão recorrente é esse tipo de situação, a *vlogger* decide produzir um vídeo que elenca uma série de exemplos que demonstram quando se está em um relacionamento opressor. As situações trazidas são relatos reais de pessoas que já estiveram nesse tipo de relacionamento, contadas à *vlogger* via Facebook.

Tal qual a comunicação face a face, a ação de Jout Jout no vídeo configura uma situação em que, como *performer*, solicita de seus observadores que acreditem no papel que desempenha. Goffman (1985) comenta que estão em jogo, nessa interação social, a influência e responsabilidade mútuas entre *performer* e audiência. Uma vez que a autoexpressão manifestada pelo sujeito resulta em uma impressão da situação por parte daqueles que o assistem, se estabelece uma negociação de sentidos entre o papel que o *performer* deseja executar e o julgamento das pessoas que assistem àquela representação:

quando permitimos que o indivíduo projete uma definição da situação no momento em que aparece diante dos outros, devemos ver também que os outros, mesmo que o seu papel pareça passivo, projetarão de maneira efetiva uma definição da situação, em virtude da resposta dada ao indivíduo e por quaisquer linhas de ação que inaugurem com relação a ele. (GOFFMAN, 1985, p. 18)

O conteúdo que despertou a identificação da audiência de Jout Jout só se manifesta da forma observável no vídeo porque a *vlogger* o interpreta de acordo com a performance que lhe é característica. Ou seja, tal conteúdo é particular ao modo como Jout Jout se comunica, considerando que o único recurso do vídeo é a própria fala da jovem e sua gestualidade, postura, vocabulário, etc. Nesse sentido, Goffman (1985) explica que a expressividade do indivíduo (ou seja, sua capacidade de dar impressão) implica em duas atividades fundamentalmente distintas: a expressão que transmite e a expressão que emite²².

Assim, na expressão do indivíduo está imbuída a impressão que deseja incitar em seu público, mas tal impressão será formulada por outros, constituindo “(...) uma fonte de informação a respeito de fatos não-aparentes e como meio pelo qual as pessoas que a recebem podem orientar sua resposta ao informante” (GOFFMAN, 1985, p. 228). Em *Não tira o batom vermelho*, a informação compreendida na expressividade de Jout Jout encontra-se não somente na comunicação em seu sentido estrito, isto é, no que transmite, mas também em suas emissões. Ao

²² A transmissão “abrange os símbolos verbais, ou seus substitutos, que ele usa propositadamente e tão-só para veicular a informação que ele e os outros sabem estar ligada a esses símbolos” (GOFFMAN, 1985, p. 12), e a emissão “(...) inclui uma ampla gama de ações, que os outros podem considerar sintomáticas do ator, deduzindo-se que a ação foi levada a efeito por outras razões diferentes da informação a ser transmitida” (GOFFMAN, 1985, p. 12).

contrário do formato *jump cut*²³ de corte, comum a *vlogs* por tornar o diálogo rápido e sem pausas, o vídeo de Jout Jout é permeado por momentos em que a *vlogger* se utiliza de expressões faciais, silêncios e pausas propositais; algo como deixar a informação nas entrelinhas: sabemos o que Jout Jout quer dizer e, então, algumas palavras não se fazem necessárias.

As negociações de sentidos envolvidas na relação entre a expressividade de Jout Jout e a percepção das audiências foram bem sucedidas, conforme será visto a seguir. Com o objetivo de descobrir o posicionamento do público em relação ao vídeo, considerou-se interessante observar o registro das manifestações da audiência através dos comentários deixados YouTube, percebidos como uma forma de compreender as impressões geradas pela performance de Jout Jout.

Quando da análise de *Não tira o batom vermelho*, realizada em 14 de junho de 2015, o vídeo possuía 1.026 comentários. Optou-se por coletar em torno de 10% desse material (110 comentários) para análise. Selecionaram-se os 110 primeiros comentários abaixo do vídeo: do mais recente, publicado em 14 de junho de 2015, ao mais antigo, postado cerca de três semanas antes da data.

Criaram-se categorias, como recurso de análise, a partir da leitura de cada comentário. Assim, foi possível agrupar comentários com conteúdo semelhante, facilitando a identificação de “padrões” recorrentes no *feedback* do público. Tal abordagem oportunizou, também, quantificar as reações positivas e negativas da audiência. A categorização geral da amostra contempla o tipo de comentário (*positivo*, *negativo* ou *neutro*) e o gênero do autor da publicação (*mulher*, *homem* e *não identificável* quando não é possível inferir seu gênero). Assim, pode-se observar o gênero mais presente na autoria dos comentários e a reação que manifesta. Obteve-se o seguinte quadro:

COMENTÁRIOS	AUTORIA		
	MULHER	HOMEM	NÃO IDENTIFICÁVEL
POSITIVOS	82	15	1
NEGATIVOS	0	0	2
NEUTROS	3	2	5

Quadro 1: categorização geral dos comentários. **Fonte:** a autora

Já a classificação do conteúdo dos comentários dentro das categorias *positivo*, *negativo* ou *neutro* resultou no seguinte quadro²⁴:

²³ *Jump cut* ou “salto” é a montagem de dois planos que são fragmentos da mesma tomada de cena. O efeito visual é tocante, principalmente quando o objeto está centrado em uma ou mais personagens estáticas: tem-se a impressão de que a personagem “salta” de repente, de forma mais ou menos acentuada. (AUMONT; MARIE, 2003)

²⁴ Alguns comentários reúnem mais de um tipo de conteúdo, por exemplo: elogiam o vídeo de Jout Jout e compartilham alguma experiência sobre relacionamento abusivo. Nesse caso, tais comentários foram categorizados duas vezes (em “elogiam o vídeo/tema” e “mostram identificação com o discurso de Jout Jout/contam sua experiência”). Por isso, o número de categorizações dessa etapa não é igual ao número total de comentários. Além disso, os compartilhamentos do vídeo através do *site* de rede social Google+²⁴ são registrados pelo YouTube como comentários do vídeo. Optou-se, então, por categorizá-los como comentários positivos e, quando o compartilhamento foi acompanhado de legenda, classificou-se o texto de acordo com as categorias propostas.

	CATEGORIA	quantidade
COMENTÁRIOS POSITIVOS	elogiam o canal	6
	elogiam o vídeo/tema	33
	elogiam a <i>vlogger</i>	24
	agradecem a <i>vlogger</i>	7
	mostram identificação com o discurso de Jout Jout/contam sua experiência	40
	replicam frase do vídeo	3
	compartilhamentos	9
	CATEGORIA	quantidade
COMENTÁRIOS NEGATIVOS	criticam as mulheres	2
	CATEGORIA	quantidade
COMENTÁRIOS NEUTROS	edição de vídeo	1
	referências externas ao tema	9

Quadro 2: classificação dos comentários a partir das categorias propostas. **Fonte:** a autora

É quase unânime a predominância de comentários positivos sobre o vídeo: 98 entre os 110 registros encontrados. Quanto ao restante, dez comentários são neutros e apenas dois negativos. Além disso, os comentários são assinados majoritariamente por mulheres: dentre os 110, elas respondem por 85. Logo, também é delas a maioria dos comentários positivos, em número de 82. Apenas três contribuições femininas não são positivas, mas neutras. Quanto aos homens, são responsáveis por 17 comentários. A maioria deles (15) é positiva, enquanto os dois comentários restantes são neutros. Como as mulheres, não se manifestaram negativamente. Assim, entre os 110 comentários, apenas dois são negativos, e não foi possível identificar se pertenciam a homens ou mulheres, haja vista que nem o nome e nem a fotografia dos autores indicavam o gênero a que pertenciam. Os sujeitos “não identificáveis” foram responsáveis, também, por metade dos comentários neutros.

Os comentários positivos foram categorizados 122 vezes. Cada categoria surgiu da necessidade de classificar uma nova peculiaridade relevante nos comentários. À medida que essas particularidades eram notadas, tornavam-se categorias. A mais recorrente delas, utilizada 40 vezes, refere-se aos relatos de identificação com o discurso de Jout Jout, muitas vezes acompanhados da partilha de experiências que os autores tiveram com relacionamentos opressores²⁵. Foram recorrentes, também, os elogios ao vídeo e à escolha do tema tratado (considerados, para fins de categorização, a mesma situação) e também à própria *vlogger*.

Houve sujeitos que apenas replicaram frases ditas por Jout Jout no vídeo (3) e, além disso, elogios ao canal Jout Jout Prazer como um todo (6) – o que é significativo, pois sinaliza que alguns indivíduos acompanham o restante da produção audiovisual da *vlogger*. É interessante notar, ainda, que sete pessoas agradeceram Jout Jout por ter veiculado o vídeo. São comentários

²⁵ É importante ressaltar que não se considera positiva a vivência de um relacionamento abusivo. O aspecto positivo, nesse caso, refere-se ao êxito de Jout Jout em provocar a identificação da audiência com seu discurso e, além disso, incentivá-la a compartilhar suas experiências.

notáveis não somente em virtude do agradecimento em si, mas principalmente porque demonstram a tomada de consciência por parte de pessoas que perceberam estar sendo oprimidas em seu relacionamento.

Já os comentários neutros (10) consistem apenas em uma questão sobre o programa de edição de vídeos utilizado por Jout Jout e, os restantes, referências externas ao tema. Sobre os comentários negativos, foram identificados apenas dois, e categorizados como crítica às mulheres. Não se concentram em Jout Jout ou no vídeo em si, mas menosprezam a opressão feminina.

Após a categorização e descrição da amostra coletada, algumas inferências são possíveis. A mais evidente é a aprovação do público, majoritariamente feminino, sobre a performance de Jout Jout. A audiência mostrou-se satisfeita por encontrar alguém que explore assunto tão desconfortável, cujo debate é de fundamental importância. Além disso, o fato de Jout Jout listar vários exemplos de opressão, desde o abuso velado até as formas mais evidentes, permitiu contemplar um maior número de pessoas: as que já viveram algumas, quase todas ou todas as situações mostradas no vídeo.

Ademais, a informação trazida por Jout Jout desencadeou um processo em que as mulheres sentiram-se estimuladas a compartilhar experiências sobre os relacionamentos abusivos que tiveram, como forma de desoprimir sentimentos vinculados a essa vivência. Nos momentos em que interagem através dos comentários, criam-se diálogos de identificação, compreensão e apoio entre esses indivíduos.

O discurso de Jout Jout amparou, também, as mulheres que perceberam – ou que só então tiveram coragem de admitir – estar sofrendo abuso em seu relacionamento a partir do próprio vídeo, tomando consciência de que a forma como são tratadas pelo(a) parceiro(a) é, de fato, opressora. Houve, ainda, casos menos frequentes, em que o espectador do vídeo reconheceu viver um relacionamento abusivo como o opressor do casal.

Ainda que poucos homens tenham comentado no vídeo, é significativo o fato de que quase todas as manifestações sejam positivas. Espera-se que a quantidade de pessoas do gênero masculino que assistem ao vídeo de Jout Jout cresça, pois a criação de consciência sobre o problema abordado no vídeo deve impactar todos os gêneros possíveis.

Por fim, a existência de apenas dois comentários negativos não indica, necessariamente, maior aceitação das ideias referentes ao empoderamento feminino, haja vista a resistência à mudança de paradigmas em nossa sociedade tradicionalmente machista e patriarcal. Significa, antes, que o canal de Jout Jout representa um espaço de discussão, em maior parte, seguro de manifestações preconceituosas. Um ambiente ocupado principalmente por aqueles que apoiam o

posicionamento de Jout Jout, em que podem expor suas experiências e opiniões de forma livre, no sentido de que há menos temor por respostas de teor sexista e ofensivo.

Além disso, é necessário considerar outros aspectos definitivos na recepção positiva do vídeo de Jout Jout. Muitas pessoas que assistiram a *Não tira o batom vermelho* o fizeram porque possuem alguma proximidade com o vídeo além da afinidade com o conteúdo: ou porque o produto foi recomendado diretamente por amigos ou porque o próprio algoritmo do *sites* de redes sociais sugere o vídeo aos pares daqueles que já o assistiram e compartilharam. Assim, é possível que os indivíduos impactados pelo vídeo sejam propensos a concordar com seu argumento. Da mesma forma, seriam inclinados a protestar caso o vídeo circulasse em comunidades que manifestam discordância em relação a seu conteúdo.

Ainda, à parte da análise dos comentários, é importante registrar que a reação positiva ao vídeo de Jout Jout originou uma campanha em *sites* de redes sociais sob a *hashtag* #NãoTiraOBatomVermelho, em que mulheres postaram suas fotos com a boca pintada dessa cor em apoio à manifestação contra relações opressoras²⁶. Embora a *vlogger* explique no vídeo que relações abusivas correspondem à opressão de qualquer um dos gêneros do casal heterossexual, ocorrendo também em relações homossexuais, Jout Jout cita cada exemplo do vídeo sob a perspectiva da mulher reprimida pelo homem. Observou-se, assim, a aprovação do discurso por um público majoritariamente feminino, que pode se enxergar nas situações citadas no vídeo.

5. Considerações Finais

Nos mais de 80 vídeos publicados por Jout Jout durante o período de um ano de existência do canal, diversos assuntos foram explorados pela *vlogger* que transita entre temáticas aleatórias. Nesse sentido, algumas produções de Jout Jout não se propõem a levantar discussões aprofundadas. São apenas divagações, a maioria em tom de comédia, sobre algum tema do qual a jovem deseja falar. Assim, qualquer pessoa que não conheça Jout Jout e assista a um de seus vídeos que, em princípio, não trazem nenhuma informação significativa além de proporcionar um momento de divertimento ou recreação ao espectador, pode inferir que Jout Jout Prazer é um canal que objetiva, basicamente, entreter o público.

No entanto, a repercussão dos vídeos de Jout Jout em veículos midiáticos, *blogs* e perfis de redes sociais demonstra que a informação produzida pela *vlogger* é relevante por razões que superam o tom humorístico incorporado aos conteúdos. A iniciativa de falar sobre assuntos

²⁶ O título da campanha faz referência ao trecho do vídeo em que Jout Jout questiona as mulheres: “Ele já mandou você tirar o batom porque você estava com cara de puta com esse batom vermelho? Ele já sacudiu um guardanapinho na tua cara: tira esse batom?”.

desconfortáveis, escatológicos e tabulizados – vários deles relacionados especialmente com o corpo e sexualidade da mulher – foi bem recebida e, desta forma, Jout Jout causou impacto social ao colaborar com a desmistificação de temas que deveriam ser tratados de forma simples e natural.

O sucesso da *vlogger*, portanto, não é atribuído apenas a sua veia humorística ou somente à informação que compartilha: é, na verdade, a articulação acertada dos dois elementos. Tal harmonização faz parte da performance de Jout Jout: o modo como ela se apresenta ao público no processo de interação social do *vlogging*, sua entonação, expressão corporal, entre outras possíveis características performáticas, resulta em uma postura divertida e despreziosa, que influencia a forma como texto é tratado: dá leveza a assuntos constrangedores. Assim, a performance de Jout Jout tem sido elogiada e bem recebida pela audiência.

Em se tratando especificamente do vídeo que conferiu visibilidade à Jout Jout, *Não tira o batom vermelho*, o fato de que muitas mulheres se descobriram em relacionamentos abusivos após assistirem à *vlogger* – seja por se enxergarem no vídeo em relações antigas ou até mesmo por reconhecerem que seu namoro/casamento atual é opressor – demonstra o potencial de criação ou aumento de consciência possível na abordagem de temas pertinentes através de veículos de mídia alternativa como os *vlogs*. Esse tipo de produção amplia a mobilização social em torno de questões importantes sobre a posição da mulher na sociedade, dando voz a cidadãs que, enquanto viveram a supremacia da indústria de mídia massiva, não tiveram possibilidade de ser ouvidas por audiências maiores.

Além disso, o tom confessional e particular do vídeo – que compartilha situações vividas pela própria Jout Jout e por tantas outras mulheres – estimula o retorno do público através de comentários em texto e vídeos-resposta, promovendo o diálogo entre pessoas desconhecidas que se reúnem em torno de um interesse em comum. Assim, formam novos círculos sociais em que ocorrem trocas de experiências, opiniões e conselhos, no que configura um processo de reconstrução de autoestima de mulheres que compreendem o que é ser oprimida em um relacionamento afetivo e, assim, apoiam e encorajam umas às outras. Tal mobilização pode, inclusive, tomar proporções maiores, como a campanha #NãoTiraOBatomVermelho, pautada pela liberdade e independência femininas, demonstrando o potencial de mudança social possível de ser atribuído ao formato *vlog*.

Compreende-se, por fim, que um olhar aprofundado permite entender Jout Jout como uma mulher que, de dentro do seu quarto, através de um vocabulário acessível e autenticidade no formato e conteúdo de seus vídeos, é capaz de levantar debates anteriormente pouco presentes na

mídia, que agora nela ecoam e repercutem na vida das pessoas. O papel que Jout Jout vem desempenhando na desmistificação de assuntos problemáticos e no incentivo ao empoderamento feminino, especialmente de mulheres carentes de incentivo emocional e em processo de recuperação de autoestima, é certamente muito importante.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. Campinas: Papirus, 2003.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

BOYD, Danah. **Streams of content, limited attention**: The flow of information through social media. Disponível em: <<http://goo.gl/j7BvNX>>. Acesso em: 15 jun 2015.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube: Online Video and Participatory Culture**. Cambridge: Polity Press, 2009a.

_____. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009b.

GALLAGHER, Margaret. Feminist scholarship and the debates on gender and communication. In: INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR MEDIA AND COMMUNICATION RESEARCH. **Media and gender**: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender. Paris: UNESCO, 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/Sxj3YT>>. Acesso em: 15 jun. 2015.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1975.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOHNSON, Steven. **Everything is bad is good for you**: how today's popular culture is actually making us smarter. Nova Iorque: Penguin Group, 2005.

KAREITHI, Peter J. Hegemonic masculinity in media contents. In: INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR MEDIA AND COMMUNICATION RESEARCH. **Media and gender**: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender. Paris: UNESCO, 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/Sxj3YT>>. Acesso em: 15 jun. 2015.

LANGE, Patricia. **The vulnerable video blogger**: promoting social change through intimacy. Disponível em: <<http://goo.gl/haHK5I>>. Acesso em: 15 jun. 2015.

NOELLE, Stephanie. Fenômeno Jout Jout. **QUATROOLHO**, 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/R1T4XN>>. Acesso em: 03 jun. 2015.

URICCHIO, William. The future of a medium once known as television. In: SNICKARS, Pelle; VONDERAU, Patrick. **The YouTube Reader**. Estocolmo: Logotipas, 2009. Disponível em: <<http://goo.gl/kLb8Nc>>. Acesso em: 15 jun. 2015.