

---

## **Feminismo Digital: As *Youtubers*<sup>1</sup>**

Nicole Costa de ALMEIDA<sup>2</sup>  
Fernanda Sagrilo ANDRES<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Pampa

### **Resumo**

Este artigo tem como finalidade analisar as estratégias comunicacionais utilizadas pelos canais “JoutJout Prazer” e “Ellora Haonne” para abordar assuntos relacionados ao feminismo. Para isso identifica os assuntos mais abordados nesses canais, investiga os formatos que são utilizados para a divulgação de conteúdo, verifica quais temas recebem e, por fim, compara os canais analisados. Para isso, nesta pesquisa, utiliza-se como metodologia a pesquisa qualitativa através da análise de conteúdo dos vídeos de maior destaque de cada canal. Com isso, constata-se que os canais analisados se tornam referências na luta feminista através da viralização dos vídeos. Ainda que, ambos se diferenciam em diversos aspectos, por ser canais distintos em seus objetivos, se assemelham por incentivar o empoderamento.

**Palavras-chave:** Feminismo digital; Youtube; Influenciadores digitais; Comunicação digital.

### **1 INTRODUÇÃO**

A busca por equidade entre os gêneros enfrenta diferentes desafios ao longo de sua trajetória, uma vez que a luta feminista está cercada de tabus, pois a falta de conhecimento do que realmente é o movimento traz grandes preconceito daqueles que estão distantes do mesmo. Se nomear feminista gera um espanto a algumas pessoas, a palavra geralmente é associada a ódio e depravação. A opressão ao movimento é evidente, porém o meio digital rompe barreiras e renova as formas do movimento se manifestar.

As mulheres, que por milênios fora oprimidas, estão conquistando novos espaços, tendo um discurso cada vez mais democrático, aproximando-se do seu objetivo de ser uma luta de todas e para todas as mulheres. Mas, antes de alcançar este feito,

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ 03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Acadêmica do terceiro semestre do Curso de Relações Públicas - Universidade Federal do Pampa. E-mail: [nicolecosta213@gmail.com](mailto:nicolecosta213@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Relações Públicas - Universidade Federal do Pampa. E-mail: [fersagrilo@gmail.com](mailto:fersagrilo@gmail.com)

---

deve-se ressaltar a longa trajetória do movimento feminista. Sua evolução enfrentou diversos obstáculos e transformações, sendo divididas em ondas.

O movimento se divide em ondas, momentos históricos em que há pautas e questões que dominavam o debate. Sendo assim, a primeira onda se identifica pela luta da igualdade política entre os gêneros, o movimento das sufragistas. Já a segunda, é caracterizada por discussões em relação a libertação sexual, estendendo as discussões do feminismo para questões culturais. Contudo, a terceira onda se caracteriza por críticas internas, assim, permitindo redefinições de estratégias que apresentaram falhas nas ondas anteriores, questionando seu padrão branco e classe média-alta. Com isso, fornece espaço para revelar as diferenças vividas por mulheres em condições sociais e étnicas distintas. Além deste progresso inclusivo, na atual fase, o movimento desfruta do meio digital, caracterizando assim a quarta onda, a qual será o cenário deste estudo.

Pelo ponto de vista da comunicação, o meio digital rompe barreiras e renova as suas práticas, possibilitando o crescimento do movimento. Une mulheres feministas, de diversas partes do mundo, proporcionando assim, um ativismo digital que supera as barreiras da distância. A plataforma Youtube é uma das ferramentas que auxilia no desenvolvimento do movimento, havendo diversos canais feitos por mulheres que possuem o objetivo de trabalhar essa temática ao mostrar as suas realidade. Os vídeos produzidos apresentam simplicidade ao expor situações cotidianas, mas são inovadores ao abranger o conteúdo, possibilitando a identificação por parte do seu público.

Nesse novo cenário, as mulheres estão conscientizando outras, divulgando novos olhares sobre as suas realidades, criticando e expondo o machismo enraizado na sociedade, produzindo discursos que buscar a igualdade entre os gêneros. Desta forma, o Youtube é utilizado para divulgar a necessidade da luta pela equidade, conscientizando e fornecendo um espaço de fala àquelas que foram caladas por décadas

Nesse sentido, os canais “JoutJout Prazer” e “Ellora Haonne” chamam atenção para essa discussão, uma vez que são canais considerados referência feminista. Por sua vez, o canal “JoutJout Prazer”, destaca pois a *youtuber* carioca, Julia Tolezano, se possui leveza em mostrar temáticas intensas, como os relacionamentos abusivos. Fazendo com que, só assim, muitas de suas inscritas percebessem que estão vivenciando

---

um. Já, a Ellora Haonne, rege um conteúdo que critica os padrões de beleza, evidenciando sua busca por aceitação e empoderamento.

Exposto tais fatos do movimento feminista e suas ondas, esta pesquisa se delimita a apresentar as inovações da luta no meio digital, na plataforma Youtube. Sendo analisadas as estratégias comunicacionais, métodos usados para atrair a audiência, as questões levantadas, o tempo e o formato de edição de cada vídeo. No caso, para uma melhor observação, são analisados os vídeos de mais populares dos canais.

## **2 GÊNEROS: QUESTÃO CULTURAL**

Estudos feministas buscam desprender o conceito sexo do gênero, uma vez que gênero está fielmente ligado à sociedade e sua cultura histórica, sendo assim desapropriado reduzi-lo à anatomia. Desta forma, nega a lógica de que gênero é algo que se manifesta de acordo com o sexo, esta que, por sua vez, afirma que as mulheres expressam feminilidade por terem um corpo do sexo feminino. A questão não é biológica, a sociedade está presa em um sistema que a treina expressar um gênero de acordo com os respectivos sexos. Segundo Chanter (2011):

Com certeza, nascemos com uma determinada genitália, de acordo com a qual nossos gêneros esperados são lidos. Expectativas são formadas, ideologias culturais são absorvidas, e se espera que aquelas que sejam identificadas anatomicamente como garotas ajam como garotas, e aquelas que sejam identificados como garotos ajam como garotos (CHANTER, 2011, p. 9).

Percebe-se assim que, as normas de comportamento, associadas ao gênero, são impostas logo que o indivíduo nasce. Desta forma, tornando-se as expressões de gênero “naturais”, uma vez que desde o nascimento os indivíduos são programados a seguir essas expectativas para se encaixarem na sociedade, tendo seus desejos determinados por essas expectativas. Admitindo assim que, as mulheres naturalmente são mais sensíveis que os homens, por questões biológicas. Em relação a isso, Chanter (2011, p.12) afirma que “A ‘verdade’ sobre nossos corpos acabará refletindo certas tendências culturais, incluindo a ideia de que as explicações naturalistas podem melhor relatar os fenômenos sociais.”

---

Por outro lado, o mais agravante do gênero ser uma questão cultural, são as diferenças impostas que alegam uma certa “inferioridade” do sexo feminino. Todas essas normas de gênero caracterizam a mulher como o sexo frágil e irracional, impondo limitações às mesmas. Introduzindo padrões e as pressionando a segui-los.

Havia uma espécie de disciplina corporal feminina, já que o convencimento passava pela argumentação de que, para ser aceita ou se enquadrar nos parâmetros sociais e morais vigentes, era necessário comprar, consumir, se comportar ou ser da forma apresentada pelos diversos meios de comunicação vigentes. Ela estava em constante observação e pressão para ser aceita, seja no seio familiar, seja em âmbito social (SANTOS, 2016, p. 5).

Devido à isso, por muitos anos, a sociedade as encaixou em papéis reprodutivos e as excluiu de importantes atividades, como o direito ao voto. Conforme Beauvoir (1970, p.153): “A razão profunda que, na origem da história, volta a mulher ao trabalho doméstico e a impede de participar da construção do mundo é sua escravização à função geradora”. Torna-se assim necessário um movimento que busque estabelecer igualdade entre os gêneros.

### **3 MOVIMENTO FEMINISTA, SUAS ONDAS E DISCURSO PRÓPRIO**

O feminismo se preocupa em desfazer essa soberania masculina, para isso busca direitos equânimes através da libertação de padrões patriarcais que se baseiam nas normas de gênero. Essa luta apresenta inúmeras reflexões e discussões sobre a sua complexidade e suas teorias não buscam apresentar uma fórmula de como participar da luta. Seu campo teórico como apresentado por Tomazetti (2015, p.3), é formado por ele mesmo, pois o movimento produz as suas teorias e reflexões. Dessa forma, o feminismo se divide em ondas para formar suas reflexões, ou seja, marcos históricos em que determinadas pautas dominam seu debate. Cada onda tem sua particularidade, pois as mulheres apresentam demandas diferentes ao longo dos anos.

A sua primeira onda é marcada essencialmente pela luta por direitos, como o direito ao voto, trabalho e educação. A sua ascensão é marcada principalmente nos Estados Unidos e na Inglaterra. Sendo este o início da organização de mulheres em prol do movimento. Seus argumentos se baseiam nas injustiças sofridas, já que eram

---

excluídas de atividades fundamentais da sociedade, como a participação política, questionavam essa imposição de papéis passivos às mulheres. Já a segunda onda, é caracterizada por uma fase de discussões acerca da sexualidade. Identificava o problema da desigualdade como a junção de problemas políticos e culturais. Uma das táticas que utilizou, para disseminação nesse momento, foi a de conscientizar as mulheres por meio de atividades coletivas, possuindo o jargão de que “o pessoal é político”. Encorajando as mulheres a serem politizadas e combaterem, juntas, as estruturas sexistas de poder. Por fim, a terceira onda é marcada por um feminismo contemporâneo. Este tenta preencher as lacunas que as demais ondas deixaram, pois antes se baseavam em um feminismo feito por mulheres brancas de classe média-alta. A sua importância, por estar inserida em um contexto de novas perspectivas da ciência, é reconhecida e tratada de forma mais detalhada. Desta forma, preocupa-se com as diferenças existentes entre cada mulher.

Em sua totalidade, as teorias feministas buscam identificar a origem dessa opressão, descobrir a causa das mulheres estarem em situação inferior ao homem, de forma geral. Conforme Pinto (2003), o movimento desde cedo reconhece a importância dos meios de comunicação na sociedade, como fonte de visibilidade das mulheres quanto como quem realiza a manutenção da ordem da dominação masculina através do reforço dos estereótipos de gênero.

O feminismo contemporâneo é um terreno de investigação valioso em relação a sua comunicação. Pois “a necessidade de construir um discurso próprio, provocar mudanças e empoderar as mulheres, fez o movimento organizar sistematicamente a produção de seus espaços de comunicação” (TOMAZETTI, 2015, p.4). Desta forma, nota-se o uso estratégico para comunicar sua causa. Utilizando os avanços tecnológicos para expandir as relações do movimento, assim o avanço tecnológico cria plataformas que possibilitam a divulgação de informações e criação de conteúdos feminista, de forma a abranger um público cada vez maior, pois possui menores limitações que os meios de comunicação tradicionais.

---

Em meio disso, no atual cenário surge a quarta onda, a qual se desprende na terceira por ser definida pela tecnologia. Este momento está associado ao uso das redes sociais, sendo demarcado por ativismos em páginas de Facebook, vídeos abordando a temática feminismo e postagens no Instagram que também contribuem para a troca de experiências, possibilitando assim intenso contato entre os usuários.

#### **4 COMUNICAÇÃO DIGITAL COMO FERRAMENTA DE INTERATIVIDADE**

A comunicação vai se modificando ao longo dos anos, se reconfigurando em meio aos novos cenários tecnológicos. Devido ao seu desenvolvimento, surgem plataformas que tomam conta do cotidiano de muitos na sociedade. Esta evolução da comunicação promove um grande investimento no campo da tecnologia, assim os meios de comunicação estão modificando o seu conteúdo e a forma de comunicar. Concordando com o autor Primo (2013), que relata sobre uma maior liberdade de expressão, pois esta era digital possibilita, através dos meios digitais, que qualquer indivíduo produza conteúdo ou informação, abrindo espaço para que mais vozes se expressem e consigam ser ouvidas. Dessa forma, a comunicação passa proporcionar meios participativos.

Essa mudança – de distribuição para circulação – sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes. E estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que lhes permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica (JENKINS, 2014, p. 4).

Com isso, pode-se notar que a sociedade usa a mídiatização para compreender o mundo, existindo e agindo no processo de recepção e produção das mensagens. Visto também que, atualmente, a mídiatização se alarga para além dos meios dispositivos tecnológicos tradicionais. Tal fato junto a esta comunicação livre e interativa, aumenta o potencial de espalhamento de movimento sociais. A internet proporciona um espaço

---

contínuo o qual o fluxo de informações acontece de forma livre, como apontado por Castells (2013), sem uma liderança formal e com uma estrutura descentralizada, potencializando assim as chances de o movimento ter maior participação.

Como apresentado anteriormente, os usuários de redes sociais, passam a construir seus discursos, assim tornando-se simultaneamente produtores e receptores. Logo, essas novas formas de relação, comunicação e atividades humanas, beneficia o movimento feminista. Pois, este apresenta um novo cenário, ou melhor, uma nova onda, em razão das mídias digitais, que possibilita o maior fluxo de informações. Dessa forma, uma maior diversidade de pessoas tomam conhecimento sobre a luta, devido às variadas formas que a mesma está sendo disseminada. Assim, proporciona novas reflexões por diversificar o seu público e facilitar a comunicação de seus membros, fugindo do padrão de que somente mulheres brancas e no ambiente acadêmico poderiam informar-se sobre o assunto.

Além disso, a internet, por meio das redes sociais em especial, fomenta a disseminação dos ideais feministas porque propicia que as próprias feministas produzam e divulguem o conteúdo, com facilidade e de forma ampla na rede. Mas também, até aqueles que não buscam pelo assunto, acabam se deparando com postagens feministas, como campanhas contra o assédio, cards que explicam sobre o movimento e vídeos de diferentes temas que acabam por abordar o assunto. Pode-se dizer que, nessa nova onda, o movimento feminista está aumentando a sua visibilidade, ultrapassando as barreiras antes vividas. Não há mais limitações das mídias tradicionais. Cada vez mais, um maior público pode ter fácil acesso ao conteúdo, nas diferentes plataformas proporcionadas pela internet.

## **5 O YOUTUBE E SEUS INFLUENCIADORES DIGITAIS**

No cenário da comunicação digital, uma das maiores plataformas utilizadas é o Youtube, sendo considerado um dos maiores cases de cultura participativa do mundo. Esta plataforma modificou completamente a relação da propriedade intelectual, do entretenimento e do conteúdo audiovisual com os seus usuários. Apresenta diversos

---

conteúdos por visões únicas, possibilitando que qualquer pessoa se torne a própria mídia e até mesmo influencie outras pessoas.

O Youtube na realidade não está no negócio de vídeo - seu negócio é, mais precisamente, a disponibilização de uma plataforma conveniente e funcional para o *compartilhamento* de vídeos on-line: os usuários fornecem o conteúdo que, por sua vez, atrai novos participante e novas audiências. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 21).

Dessa maneira, se utiliza o termo “cultura participativa”, de Jenkins, que descreve a ligação entre tecnologias digitais acessíveis, em que os consumidores são convidados a participar ativamente da criação e circulação de novos conteúdos. Logo, uma ferramenta de fácil acessibilidade e que permite a fácil interação entre os que produzem o conteúdo e aqueles que o consomem.

A plataforma Youtube, por ser uma das que proporciona esta “cultura participativa”, também é utilizada para disseminar o movimento feminista. Não sendo uma simples disseminação, mas um compartilhamento de experiências. As pessoas que produzem conteúdo nessa mídia, conhecidas como *Youtubers*, por muitas vezes, apenas estavam expondo o seu cotidiano. Ou seja, não produziam vídeos com o fim de incentivar pessoas a agirem de certo modo, mas estão expondo suas opiniões e compartilhando suas visões de mundo. Um conteúdo antes visto como simples entretenimento, que acaba por trazer a identificação de seus públicos, dando visibilidades a esses produtores. Os *Youtubers* se tornam comunicadores digitais.

Nesse cenário da comunicação digital, surge o termo “influenciadores digitais”, que se trata das pessoas que detém o poder de influenciar um determinado grupo de pessoas, impactando grande número de seguidores, todos os dias, com as suas opiniões. Pode-se dizer esta reconfiguração da influência, antes designado aos artistas de mídias tradicionais como a TV, beneficia o desenvolvimento do feminismo. Pois há *Youtubers*, que estão retratando seus cotidianos machistas e utilizando de sua influência para incentivar mudanças nesse cenário, apresentando uma imagem de o que se passa na vida de pessoas comuns. Não é mais um perfil de artista inalcançável, mas pessoas que possuem uma realidade semelhante a grande parte da população. A identificação é espontânea, uma vez que esses influenciadores possuem seguidores com perfis semelhantes, os quais compartilham do mesmo interesse.

---

Sendo assim, uma nova ferramenta que causou grande impacto no movimento, possibilitou a diversidade que este buscava. A quantidade de interação que os *Youtubers* alcançam produz grande impacto na propagação do movimento. Há, nesta plataforma, uma gama de estilos de vídeos que abrangem a temática, cada um com sua forma única, causando diferentes impactos e conquistando diversos públicos. Dessa forma, o objetivo de atender a distintos grupos de mulheres, corrigindo a falha das ondas anteriores de apenas atender um perfil de mulher, está sendo atendido por essa plataforma. O movimento está se diversificando, chegando a novos patamares.

Perante ao apresentado, nota-se o quão distintos podem ser canais que abordam uma mesma temática. Sendo que, existem diversos canais feministas, cada qual com seu conteúdo. Alguns desses possuem vídeos voltados para uma visão política do movimento, outros discutem as questões sociais e ainda tem aqueles que produzem conteúdos direcionados para o público masculino. Dessa forma, demonstrando as suas diversas estratégias comunicacionais em meio a esse ambiente digital, se beneficiando dessa ferramenta. Com isso, apresentado uma área diversificada e de interessante pesquisa para o âmbito da comunicação.

## **6 METODOLOGIA**

### **6.1 NATUREZA DA PESQUISA**

Para este trabalho, realiza-se uma pesquisa de natureza qualitativa exploratória de cunho comparativo, iniciada com um levantamento bibliográfico. A pesquisa bibliográfica, de acordo com Fonseca (2002, p. 32) é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas, sendo de suma importância para o início de qualquer trabalho científico. Uma vez que esse levantamento de material permite ao pesquisador tomar conhecimento do que já foi estudado sobre a temática.

Nesta etapa do trabalho, levantamento bibliográfico, foi abordada uma contextualização sobre o assunto, feminismo digital. Iniciada com a questão de gêneros, seguindo para introdução do movimento feminista e suas ondas, assim, abordando a

---

comunicação no meio digital e a plataforma youtube como uma forma de influência digital feminista.

Desta maneira, segue-se para a pesquisa qualitativa, a qual possui essa abordagem pois há a preocupação com os aspectos da realidade do feminismo no meio digital, centrando na compreensão e explicação das relações que a plataforma Youtube proporciona para o movimento. A natureza da pesquisa é exploratória por ter o objetivo de buscar uma maior compreensão do assunto, trazendo assim, a familiarização com o objeto de estudo. Já o seu cunho comparativo se dá devido o propósito de solucionar a problemática deste projeto, visto que, para um melhor resultado a ser interpretado, será realizada uma comparação entre os objetos empíricos.

## 6.2 MÉTODO/TÉCNICA

A metodologia utilizada para realizar a pesquisa é a de análise de conteúdo. Segundo Bardin (1979, p. 42), este procedimento representa um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visam a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores quantitativos ou que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e recepção dessas mensagens.

Neste caso, os objetos de estudo a serem analisados serão os canais “JoutJout Prazer” e “Ellora Haonne”. A fim de selecionar o corpus de análise, ou seja, os conteúdos audiovisuais que deem conta de verificar a questão apontada nesta pesquisa, o critério será: vídeos de maior audiência, que abordam o feminismo e possuem um bom nível de repercussão. Dessa forma, foram selecionados dois vídeos, sendo um de cada canal, expostos no tópico de “Objetos metodológicos”.

A fidelidade desse trabalho é expor a forma como o feminismo está sendo explorado no Youtube, a escolha de comparar os canais analisados se dá pelo intuito de mostrar faces distintas do movimento no meio digital.

## 6.3 ESCOLHAS METODOLÓGICAS

Para realizar a análise de conteúdo é necessário traçar os critérios para análise, os quais são: tempo de vídeo, características de edição, métodos usados para atrair atenção e questões abordadas em cada vídeo. Feito isso, é realizada a seleção do material a ser analisado.

## 6.4 OBJETOS METODOLÓGICOS

A fim de se obter resultados precisos sobre as características dos canais escolhidos, apenas um vídeo de cada canal, os com maior número de visualização, foram selecionados para análise. No caso, os vídeos que impulsionaram o crescimento desses canais, são estes:

Figura 01 - Não tira o batom vermelho



**NÃO TIRA O BATOM VERMELHO**

3,4 mi visualizações •  
3 anos atrás

Fonte: Youtube (Canal “JoutJout Prazer”)

Figura 02 - Tour pelo meu corpo



**TOUR PELO MEU CORPO - EXPECTATIVA VS...**

3,5 mi visualizações •  
11 meses atrás

Fonte: Youtube (Canal “Ellora Haonne”)

## 7 A ANÁLISE DOS VÍDEOS

### 7.1 CANAL JOUTJOUT PRAZER

Julia Tolezano criou o canal “JoutJout Prazer”, em maio de 2014, com o intuito de perder o medo das críticas, mas após lançar o vídeo “Não tira o batom vermelho” ganha grande visibilidade no Youtube, se tornando uma das *youtubers* brasileiras de destaque. Atualmente, possui mais de dois milhões de inscritos, cerca de 240 milhões de

visualizações e segue a mesma didática, sem utilizar roteiro em seus vídeos e sem medo das críticas ao apresentar assuntos polêmicos.

Mesmo sendo um canal caracterizado como feminista, há outras diferentes temáticas que são discutidas. O canal “JoutJout Prazer” tem vídeos curtos e descontraídos, mas também, em outros, apresenta temas polêmicos e reflexivos. Seja qual for o assunto, a vlogueira segue a mesma dinâmica, possuindo simplicidade e didática em suas produções, mostrando que é possível mudar o mundo ao som do riso fácil.

## 7.2 VÍDEO “NÃO TIRA O BATOM VERMELHO”

O vídeo “Não tira o batom vermelho”, lançado em fevereiro de 2015, é sobre relacionamentos abusivos, trazendo situações típicas deste tipo de relacionamento, ou melhor, sinais para identificar se um relacionamento é abusivo. Possui 3,5 milhões de visualizações e embora que apresente uma temática tensa de ser discutida, JoutJout a expõe com muita simplicidade, pois o seu intuito é informar as pessoas que possuem este tipo de relacionamento. Inovando, já que sua simplicidade atrai o público que precisa ser conscientizado, sem os ofender ou assustar, esclarecendo um assunto que, no ano em que esse vídeo foi lançado, raramente era abordado.

TABELA 01: Tabela da análise do vídeo “Não tira o batom vermelho”

<b>Tempo:</b>	<b>Características de edição:</b>	<b>Chamativos:</b>	<b>Questão abordada:</b>
8:33	- Cortes rápidos; - Falas curtas; - Destaque de “relacionamento abusivo”	Introdução misteriosa e o título “não tira o batom vermelho”	Sinais de um relacionamento abusivo

Fonte: das autoras (2019).

## 7.3 CANAL ELLORA HAONNE

Ellora Haonne, com apenas 21 anos de idade, possui um canal no youtube com mais de um milhão de inscritos. Seu canal aborda temas sobre comportamento, dando

conselhos, ou expondo suas visões, em cima de temáticas como: feminismo, relacionamentos, amor próprio e a quebra de padrões de beleza. O canal ganhou reconhecimento após publicar o vídeo com a tag “Tour Pelo Meu Corpo - Expectativa vs Realidade”. Sendo uma das primeiras *youtubers* a fazer esse tipo de vídeo. Atualmente, o canal possui mais de um milhão de inscritos, fazendo com que Ellora seja referência de *youtubers* brasileiras que abordam o movimento feminista em seu conteúdo.

#### 7.4 VÍDEO “TOUR PELO MEU CORPO - EXPECTATIVA VS REALIDADE”

Publicado em dezembro de 2017, o vídeo com maior visibilidade do canal, chegando a quase 4 milhões de visualizações, expõe sobre os padrões de beleza nas mídias digitais. Ellora fala abertamente sobre seu corpo, sem edições e nem jogos de luz, mostrando assim a naturalidade de seu corpo. Esse tipo de vídeo gerou grande repercussão por ser algo inovador, uma vez que o comum na redes sociais é tentar apresentar o máximo de perfeição. Visto que, as mídias acabam impondo ideais, de beleza e estilo de vida perfeitos, incentivando a constante busca pelo alcance desses padrões.

Ellora, como alguém que é idolatrada por sua beleza, em suas redes sociais, busca expor neste vídeo que até ela manipula a sua imagem para alcançar os padrões. Mostrando que estes padrões, tão disseminados nas redes sociais, são inatingíveis, incentivando assim, a valorização do que é natural. Logo, a sua visão feminista está neste empoderamento do amor próprio, já que relata como ela se menosprezava por não atingir os padrões. Sabendo que somente um vídeo não mudará a mentalidade das pessoas, Ellora usa seu canal para dar conselhos e mostrar sua caminhada para o empoderamento.

TABELA 02: Análise do vídeo “Tour pelo meu corpo - Expectativa vs Realidade”

<b>Tempo:</b>	<b>Características de edição:</b>	<b>Chamativos:</b>	<b>Questão abordada:</b>
---------------	-----------------------------------	--------------------	--------------------------

6:54	- Insere fotos para comparação; - Inicia utilizando filtro de cor; - Destaca a palavra “blogueira”.	Título chamativo, aproximação da câmera e expõe a realidade de sua aparência, sem nenhum truque ou edição.	O corpo perfeito e irreal.
------	---	--	----------------------------

## 8.0 COMPARAÇÃO

Apresentado os dados de cada vídeo, pode-se notar duas formas distintas de apresentar pautas feministas, que atingem públicos também diferenciado. O primeiro vídeo, canal “JoutJout Prazer”, trata sobre relacionamentos abusivos e busca o empoderamento feminino através da conscientização do quanto este tipo de relacionamento não é saudável e do incentivo às mulheres a não permitir sofrerem este abuso psicológico. Já o segundo, também deseja o empoderamento feminino ao expor sua visão sobre os padrões de beleza inalcançáveis. Com isso, os canais podem alcançar públicos com interesses distintos, assemelham-se ao incentivar a crítica das imposições de limites inferiorização das mulheres. As duas vlogueiras utilizam de seu poder de fala para informar e engajar mulheres na luta. O segredo do êxito está no fato de serem mulheres reais, que também enfrentam diversas restrições, sabendo exatamente o que mulheres querem e precisam ouvir.

## 9.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As plataformas interativas transformam a sociedade e suas relações. Assim, os movimentos sociais, como o feminismo, encontram nessas redes sociais uma forma de disseminar as suas ideias, criando comunidades que discutem diversas de suas pautas, com diferentes visões, as feministas relatam seu cotidiano e todos os problemas que enfrentam nesta realidade majoritariamente machista. Embora não referenciando diretamente ao feminismo, os vídeos analisados nesta pesquisa estão empoderando, incentivando a autonomia da mulher, a crítica ao que é imposto à elas e, até mesmo, o amor próprio.

---

Ao fim desta pesquisa, pode-se notar que essas produções transformam a imagem das duas vlogueiras, viralizando os seus respectivos canais e as tornando representantes do feminismo. Com isso, produzem conteúdos que promovem o aprofundamento da temática, mas também, essa aproximação da relação entre as influenciadoras digitais e seus públicos, contribui para mulheres se aliarem as lutas feministas. Assim, buscam uma melhora em suas vidas, se informando e fortalecendo o movimento.

## REFERÊNCIAS

- BEAUVOIR, Simone. **O Segundo Sexo: Fatos e Mitos**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 4ª edição. Traduzido por Sérgio Millet, 1970.
- BURGESS, Jean e GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. 2 ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.
- CHANTER, T. **Gênero: conceitos-chave em Filosofia**. Porto alegre: ARTMED, 2011.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.
- YOUTUBE. Site oficial do YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/?gl=BR&hl=pt>> . Acesso em: 20 dezembro. 2018.
- PINTO, C. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Perseu Abramo, 2003.
- PRIMO, Alex. **Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática**. In: PRIMO, Alex (Org.). *Interações em rede*. Porto Alegre, 2013.
- SANTOS, Jasmine. SOUZA, Maicon. **A relação propaganda e identidade feminina na década de 1950**. Curitiba: Intercom Sul, 2016. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-1574-1.pdf>>. Acesso em: dezembro de 2018.
- TOMAZETTI, Tainan Pauli. **O feminismo na era digital e a (re)configuração de um contexto comunicativo para políticas de gênero**. In: RAZÓN Y PALABRA. Número 90 Junio, 2015. Disponível: <<http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/334/371>>. Acesso em: dezembro 2018.