
O cotidiano em narrativas femininas no YouTube: uma análise dos canais Clarear e Jéssica Barbosa¹

Camila FREGONA²
Daniela ZANETTI³

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo

Este artigo analisa os canais Clarear e Jéssica Barbosa e explora como as imagens do cotidiano tem se tornado um recurso para alcançar visibilidade na plataforma YouTube. O artigo traz os mapas descritivos dos canais em estudo e apresenta como resultado as categorias conceituais dos vídeos publicados em cada canal, quais sejam: intimidades, canal, casa, rotina, culinária, casamento e beleza, em Jéssica Barbosa; culinária, canal, casa, rotina, intimidades e conselhos, no canal Clarear.

Palavras-chave: cotidiano; narrativas femininas; YouTube.

INTRODUÇÃO

Desde sua criação em 2005, o YouTube tem se consolidado em diferentes países como um popular site de compartilhamento gratuito de vídeos, que promove a cultura participativa (JENKINS, 2009) e que também é considerado uma rede social por suas ferramentas de interação (BURGESS; GREEN, 2009). É o segundo site mais acessado no mundo, atrás apenas do Google, e no Brasil, mantém a posição de destaque e ocupa o terceiro lugar no ranking do país (ALEXA, 2018). Com 98 milhões de brasileiros conectados (YOUTUBE INSIGHTS, 2017), a plataforma é palco para as mais diferentes “tribos” e possui diversos segmentos de conteúdo, com destaque para canais sobre música, humor, jogos, gastronomia, moda, beleza, estilo de vida e o “estrelato” de pessoas, antes anônimas, mas que após muitos *views* e seguidores em seus respectivos canais, tornaram-se influenciadores em seus nichos e até webcelebridades, lançadoras de tendências, seja para adultos seja para crianças. O fácil acesso à plataforma de vídeos

¹ Trabalho apresentado na DT 5 – Comunicação Multimídia do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019.

² Mestranda em Comunicação e Territorialidades – PÓSCOM-UFES, camilafregona@gmail.com

³ Orientadora da pesquisa. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas daniela.zanetti@gmail.com

leva a imaginar que basta uma simples conta no Gmail e um celular com câmera poderia tornar o indivíduo comunicador de suas próprias histórias. E em muitos casos isso acontece, apesar de a audiência permanecer como um diferencial para o sucesso.

Por tais características, e por ser uma plataforma que possibilita a autocomunicação de massas (CASTELLS, 2015), o site foi escolhido como território de pesquisa no mestrado em Comunicação e Territorialidades na Universidade Federal do Espírito Santo, cujo projeto é intitulado “Oi, meus amores! O cotidiano e o popular em narrativas femininas no YouTube”. O interesse na temática partiu da observação da existência de canais protagonizados por mulheres da classe trabalhadora, que apresentam atividades comuns do dia a dia, como “ida ao mercado”, “fazendo faxina”, “fazendo almoço”, entre outros.

A partir de uma pesquisa no campo de buscas da própria plataforma, realizada entre outubro e novembro de 2017, foram selecionados os canais Jéssica Barbosa e Clarear. O primeiro foi criado em agosto de 2012 e iniciou as atividades em dezembro de 2015; somava 112 mil inscritos e 9 milhões de visualizações, em março de 2019. Já o segundo foi criado em junho de 2016 e reunia 773 mil inscritos e 141 milhões de visualizações, no mesmo período. A imersão na plataforma localizou a existência de outros canais, tais como Jé Prado, Letícia Veloso, Oxente Aninha. Para a definição dos canais Jéssica Barbosa e Clarear, portanto, foram três critérios de escolha: relevância dentro do YouTube (tempo de existência do canal, número de seguidores, número total de visualizações), periodicidade nas postagens e interação dos seguidores na plataforma. O trabalho em andamento guia-se por uma investigação qualitativa, que adota como procedimentos metodológicos a etnografia, com a utilização de técnicas como a observação, a descrição densa e a construção de mapas descritivos, e a análise de conteúdo. Os objetivos a serem alçados na pesquisa em curso são: i) levantar quais temas estão presentes nos vídeos das youtubers Jéssica Barbosa (Canal Jéssica Barbosa) e Rúbia (Canal Clarear); ii) compreender de que forma esses temas atraem e agregam um determinado tipo de público; iii) entender como o público interage e quais relações são construídas nesses territórios; iv) refletir os conceitos de popular e de cotidiano a partir da análise dos canais, e perceber como é construída a sensação de “intimidade”

que faz com que as pessoas se sintam à vontade para comentar, sugerir e até depreciar o canal e o criador de conteúdo.

Neste artigo, apresentamos parte dos resultados obtidos no primeiro ano de estudos, como os mapas descritivos de cada canal em análise, a categorização dos temas tratados pelas criadoras de conteúdo e uma seleção de vídeos a serem analisados em etapas posteriores da pesquisa em curso.

VISIBILIDADE NO YOUTUBE

As youtubers em estudo neste artigo integram um cenário em que a exposição da intimidade e a busca constante por visibilidade tem se tornado um fenômeno, potencializado pela popularização da internet. Como ressalta a pesquisadora Paula Sibilia (2008), milhões de usuários em todo mundo têm sido levados a se apropriar de ferramentas *on-line* para expor publicamente sua intimidade, por meio de práticas confessionais. Fotos e *stories*, assim como vídeos e *lives*, fazem parte do cotidiano das pessoas, que acompanham a vida de outras, conhecidas ou não, por meio de postagens em diferentes redes sociais. E assim a intimidade, antes preservada, é exposta em busca de *likes* e seguidores em diários íntimos, ou melhor, em diários “*éxtimos*” - como propõe Sibilia, ao buscar dar conta dessa exposição da intimidade. “Gerou-se, assim, um verdadeiro festival de ‘vidas privadas’ que se oferecem despidoradamente aos olhares do mundo inteiro” (SIBILIA, 2008, p. 27).

No YouTube, o formato predominante⁴ de postagens - o vlog - exemplifica como as práticas confessionais têm sido utilizadas para promover a sensação de intimidade. Segundo Burgess e Green, a intimidade propiciada pelo discurso direto é um dos elementos que fazem dos vlogs o formato dominante de conteúdo criado por usuários e que contribuem para dar sentido de comunidade ao YouTube. Os autores ressaltam que o ato de “vlogar” não é novo ou exclusivo do YouTube, uma vez que essa forma direta de se comunicar pode ser observada na cultura da webcam, nos blogs

⁴Um estudo realizado em 2017 pela pesquisadora brasileira Amanda Vasconcellos identificou que 49,3% dos vídeos por ela analisados eram no formato vlog (ou em sua variação: o *daily vlog*) – narrativa muito utilizada por criadores de conteúdo. O número encontrado foi muito similar à pesquisa feita uma década antes pela pesquisadora australiana Jean Burgess e pelo jornalista norte-americano Joshua Green, que observaram que 40% dos vídeos estudados utilizavam a linguagem do vlog.

peçoais presentes em uma fase anterior da internet e na difundida “cultura confessional” presente em programas de entrevistas na TV e em reality shows, que se baseiam na observação da vida cotidiana (BURGESS; GREEN, 2009, p. 78). Muitos youtubers utilizam como cenário para gravação dos vlogs seu quarto ou alguma outra parte de sua casa (VASCONCELLOS, 2018, p. 105), fatores que contribuem para dar sentido de intimidade e proximidade com seus seguidores. No caso dos *daily vlogs*, variação em que o youtuber mostra sua rotina, este sentido se faz ainda mais presente, uma vez que os seguidores acompanham as atividades cotidianas do criador de conteúdo.

A exposição de si – tanto em termos da própria imagem quanto da vida pessoal, casa, relacionamentos, viagens, dia a dia do youtuber – é uma característica presente em determinados canais, tal como acontece em Clarear e Jéssica Barbosa. Criar um canal e postar vídeos sobre a rotina, contudo, não é uma garantia de visibilidade. Segundo Burgess e Green, para construir sua imagem na comunidade do YouTube, o youtuber precisa “dispor de tempo, paciência e persistência”, elementos que vão além de um envolvimento casual com a plataforma, ou seja, a postagem esporádica de vídeos. Como sintetizam os autores: “a participação contínua como vlogueiro exige que a pessoa queira se comprometer e estar visível para a comunidade e, potencialmente, para um público mais amplo - colocar a ‘cara’ na frente da câmera e se ‘exibir’” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 103). Visibilidade, portanto, é um aspecto essencial na plataforma e a contínua produção de conteúdo (feita pelos youtubers e incentivada pelo YouTube) é uma das estratégias para garanti-la. Como afirma Paula Sibilia (2008, p. 25), “nesta sociedade do espetáculo, onde só é o que se vê”, não estar presente na internet (ou não ter acesso a ela) é uma condenação à “invisibilidade total”.

Ainda na década de 1990, John Thompson explanou sobre a “era visibilidade mediada”, surgida a partir de novas maneiras de agir e interagir com os meios de comunicação.

Nessa nova forma de visibilidade mediada, o campo da visão não está mais restrito às características espaciais e temporais do aqui e agora, ao invés disso molda-se pelas propriedades distintivas das mídias comunicacionais, por uma gama de aspectos sociais e técnicos (como angulações de câmera, processos de edição e pelos interesses e

prioridades organizacionais) e por novas formas de interação tornadas possíveis pelas mídias. (THOMPSON, 2008, p. 7)

A nova lógica mediada gerou também uma disputa por visibilidade; ser visto e lembrado tornou-se um pressuposto para não cair na obscuridade ou ter uma “morte por desaparecimento” (THOMPSON, 2008). Aplicado ao tempo atual, o conceito de “visibilidade mediada” contribui para dar luz à forte presença de organizações, instituições, figuras públicas e pessoas comuns nas diferentes redes digitais, tal como o YouTube, no intuito de se manterem “visíveis”. Nos canais Jéssica Barbosa e Clarear, as atividades do cotidiano são exploradas para manter a produção de seus canais, bem como a visibilidade das criadoras de conteúdo na plataforma de vídeos.

O COTIDIANO NO CENTRO DAS ATENÇÕES

Michel de Certeau (1998), no livro *A invenção do cotidiano*, dedicou-se a pensar as práticas cotidianas não apenas de forma orgânica e passiva como uma análise superficial do termo sugere, e sim de uma forma relacional, inserindo-as em um sistema de fabricações e apropriações no mundo moderno. Ao relacionar cotidiano e história, Agnes Heller (2008) contribuiu com essa discussão ao ressaltar que a vida cotidiana está no centro do fazer histórico, logo o acontecimento de determinados fatos pode alterar o que chamamos de cotidiano. A autora também resgatou a relação entre a vida cotidiana e a vida do indivíduo, que é sempre marcada por duas características: o particular e o genérico – particular pelas necessidades do “eu”; genérico por ser produto e expressão de suas relações sociais, pela “consciência do nós”. A proposta de remontar tais discussões será demonstrar como a concepção de cotidiano é um elemento fundamental para a compreensão das práticas comunicativas das pessoas comuns, corroborando com o pensamento de Beatriz Bretas (2006). Tais discussões teóricas acerca do conceito de cotidiano integrarão a pesquisa em andamento e serão importantes para análise dos canais Jéssica Barbosa e Clarear, que apresentam atividades do dia a dia como temas centrais de seus vídeos, tal como organizar a casa, preparar o almoço e lavar o cabelo.

Para contextualizarmos como temas ordinários e cenas do cotidiano fazem parte das narrativas dos objetos em análise, fazemos, a seguir, uma breve apresentação dos canais e das criadores de conteúdo.



Figura 1. Imagem do vídeo “Tour pela minha casa” - Canal Jéssica Barbosa. Capturado em: 9 mar. 2019.

Jéssica Barbosa é moradora de Nova Iguaçu, no Rio de Janeiro, que compõe a região metropolitana, na chamada “Baixada Fluminense”. A jovem criou o canal homônimo no YouTube em agosto de 2012, à época com 20 anos, mas o primeiro vídeo foi publicado três anos depois, em dezembro de 2015, com o título “Chá de Panela: Lista de Presentes”. O conteúdo não tem explicações sobre o início do canal, assim como ocorreu na segunda publicação (“Produtos para minha dieta”), contudo, ao fim de cada vídeo havia o pedido de inscrições e curtidas para “ficar por dentro de tudo”. As duas primeiras postagens, no entanto, dão o tom do canal: vídeos sobre o casamento, dieta, compras, rotina de dona de casa. No sexto vídeo publicado (“Metas para 2016”), Jéssica contou um pouco sobre sua história e seus planos para aquele ano, entre eles fortalecer a fé, voltar a estudar (pois parou na 8ª série), continuar a dieta, economizar no cartão de crédito, aprender a dirigir, conquistar a casa própria, conseguir um emprego, fazer curso de cabeleireira e abrir seu próprio salão. Nesse vídeo, também contou que se

inspirou nos canais de Ingrid Santanna (casada com um colega do seu marido) e Thamiris Chambarelli (youtuber carioca que à época já tinha um canal há dois anos); e que em 2016 pretendia se dedicar ao canal e postar, pelo menos, um vídeo por semana. O canal prosseguiu com vídeos sobre os preparativos do casamento, organização da casa, rotina da dieta com a qual emagreceu 35 kg, receitas, produtos recebidos, perguntas e respostas, vlogs com o dia a dia.

A publicação com maior repercussão foi postada em junho de 2016. Até o momento de escrita desta pesquisa, em março de 2019, o vídeo “Tour pela minha casa” (Figura 1) somava mais de 2,3 milhões de visualizações e 14.500 comentários. Na postagem, Jéssica apresentou os cômodos da casa onde morava, emprestada pela cunhada. Filmando a si mesma, com uma câmera de baixa resolução e sem o uso de muitos recursos na edição, Jéssica deu continuidade a seu canal, apesar de ter interrompido por três momentos as postagens, devido a defeitos no computador em que edita o material, problemas de saúde na família e sua separação.

Muitos seguidores do canal apreciam a simplicidade de Jéssica; outros a criticam pela falta de zelo com o canal (tanto por problemas técnicos, como baixa resolução de imagens e falta de sincronia no áudio, quanto pela falta de postagens constantes). Existem também comentários ofensivos a sua aparência, a forma de escrita dos textos e ao seu linguajar – ambos fora dos padrões da norma culta.



Figura 2. Imagem do vídeo “Pudim em 15 minutos”- Canal Clarear. Capturado em: 9 mar. 2019.

Rúbia, protagonista do Canal Clarear, é moradora de Nova Friburgo, no Rio de Janeiro. O canal foi criado em julho de 2016 por sua filha Alezzandra, que incentivou a mãe (à época com 49 anos) a gravar vídeos para a internet por ser uma pessoa “especial” e “engraçada”. O primeiro vídeo, “Doce de leite em barra caseiro”, foi publicado em agosto de 2016 e desde então o canal permanece em atividade com postagens constantes. Com a proposta de apresentar aos seguidores o estilo “como viver uma vida melhor mesmo sem dinheiro”, o Clarear traz receitas, idas ao mercado, dicas de limpeza e organização da casa, entre outros temas como família e relacionamento.

A publicação com maior repercussão no canal foi postada em dezembro de 2016. Até o momento de escrita desta pesquisa, em março de 2019, o vídeo “Pudim em 15 minutos | Economize seu gás” (Figura 2) somava cerca de 7,4 milhões de visualizações e 10.250 comentários. Na publicação, Rúbia dá dicas de como fazer um pudim na panela de pressão, de forma rápida e barata, conforme a proposta do canal. A receita foi enviada por uma de suas seguidoras e no vídeo, Rúbia agradece presentes recebidos e envia beijos aos seguidores, chamados por ela de “amigos e amigas”. O conteúdo foi gravado por Alezzandra, a filha que incentivou a criação do Clarear e que – na mesma época – também criou dois canais para si: um para divulgar seu dia a dia e outro para mostrar seu trabalho como cantora e dançarina amadora. Além da filha, o sucesso do Canal Clarear também levou a irmã de Rúbia a criar um canal, a fim de mostrar os “Bastidores da Lene”.

O Canal Clarear possui uma legião de “rubietes”, de diferentes regiões do país e até mesmo do exterior, que acompanham os vídeos e elogiam dona Rúbia por sua simplicidade e amabilidade. Alguns seguidores visitam a casa da criadora de conteúdo para conhecê-la pessoalmente – momentos também filmados e postados no YouTube. Há também muitas críticas ao canal e à criadora de conteúdo; Rúbia é acusada, por exemplo, de representar uma personagem, que se expressa fora dos padrões da norma culta de maneira proposital, tal como no bordão “Oi, meus amor!”.

Pouco menos de um ano após a criação, o Clarear já contava com cerca de 300 mil inscritos e a repercussão alcançada no YouTube levou Rúbia a participar do programa Hora do Faro (Rede Record), em junho de 2017, quando conquistou prêmios para sua casa e, principalmente, visibilidade na mídia tradicional. Em outubro de 2018, participou do programa Edu Guedes e você (Rede TV!), fazendo receitas culinárias. Em março de 2019, participou do Domingo Espetacular (Rede Record) refazendo sua receita de maior sucesso no YouTube. Outros canais utilizam a repercussão conquistada pelo Clarear e produzem novos vídeos sobre a vida pessoal da criadora de conteúdo, polêmicas sobre o canal e seus seguidores, e críticas à “personagem” criada por Rúbia.

MAPAS DESCRITIVOS E CATEGORIAS CONCEITUAIS

No modelo da etnografia clássica, Schatzman e Strauss (1973) propõem a construção de os mapas que contemplem aspectos sociais, espaciais e temporais. Transpondo tal modelo para a etnografia em mídias sociais, a socióloga Débora Zanini (2016, p. 178-179) sugere: descrever as pessoas que fazem parte do ambiente (quantidade de perfis, tipos, características e hierarquização deles, além dos temas discutidos) no Mapa Social; descrever as características do ambiente (formato de postagens, tipo de interação, características e tipo do ambiente) no Mapa Espacial; descrever questões relacionadas ao tempo (rotina de discussão e postagens, histórico, contexto) no Mapa Temporal. Inspirados nesse modelo, foram construídos os mapas descritivos iniciais dos canais Jéssica Barbosa e Clarear, a partir das observações e análises do pesquisador, conforme mostra as tabelas 1 e 2.

Tabela 1 - Mapas Descritivos iniciais do canal Jéssica Barbosa

MAPA SOCIAL	Quantidade de perfis (População total)	O canal conta com 112.243 inscritos ⁵ e soma 9.032.060 visualizações desde sua criação
	Possibilidade de identificação dos perfis	Parcialmente existente. É possível identificar o perfil de seguidores que interagem por meio dos comentários, que mostram o nome e a imagem do perfil (vinculados a uma conta Google e necessários para interagir por meio das opções “Gostei”, “Não Gostei” e comentários). Ao clicar no nome ou foto, é possível ter acesso a informações como: número de inscritos no canal, canais

⁵ Dado extraído do canal Jéssica Barbosa em 16 mar. 2019.

		em que a pessoa está inscrita, playlists criadas, vídeos enviados. Caso seja um canal de criadores de conteúdo, é possível ter acesso à descrição feita pelo proprietário do canal na aba “Sobre” (o que pode incluir contatos), assim como a data de criação do canal e as estatísticas de acesso (inscritos, visualizações totais), além dos canais recomendados pelo youtuber.
	Diversidade	Existente. O canal possui seguidores que acompanham a trajetória de Jéssica e a apoiam; e outros criticam a youtuber por suas características pessoais (sendo chamada de “feia”, “gorda”, “vaca”, “pobre”) ou pela qualidade do canal (vídeos com baixa resolução de imagem, áudio não sincronizado, conteúdos com pouca periodicidade). Pelas citações feitas nos vídeos de “perguntas e respostas” e <i>lives</i> (conteúdos ao vivo), há seguidores do Brasil e do exterior.
	Possibilidade de interação	Existente. Se o usuário estiver logado em uma conta Google, é possível interagir por meio dos botões “Gostei”, “Não Gostei”, enviar comentários e participar da guia “Comunidade”. A maioria dos vídeos está com a seção “comentários” ativada.
MAPA ESPACIAL	Formato de postagem (texto, imagens, vídeos, gifs)	Vídeos (em especial a produção feita em formato vlog). Há também a utilização de fotos e imagens ilustrativas nas postagens da seção “Comunidade”.
	Tipos de interação (curtidas, retweets, comentários)	Inscrição; botões “Gostei” e “Não Gostei”; comentários. De maneira mais ampla, é possível se considerar também a visualização do vídeo e o compartilhamento (como forma de indicação para outros).
	Descrição do ambiente (fanpage, grupo fechado, canal de youtube)	Canal do YouTube. É um ambiente aberto que pode ser visualizado por qualquer pessoa (mesmo sem possuir conta Google), a partir do acesso ao endereço www.youtube.com
	Delimitação do tamanho espacial (ego-centrada / sócio-centrada / rede infinita)	Rede ego-centrada – a partir de cada canal forma-se uma rede, que desdobra-se no território do YouTube e em perfis de outras redes, tais como Facebook, Instagram e Snapchat.
MAPA TEMPORAL	Permanência da rede / Data de inscrição	Inscreeveu-se em 22 de agosto de 2012. Em atividade desde então.
	Histórico	Jéssica criou o canal em agosto de 2012, mas só iniciou a postagem de vídeos em dezembro de 2015. Inspirada em canais como Kamilla Pink e Tamires Chambarelli, a criadora de conteúdo tem a proposta de compartilhar vídeos de faxina, organização da casa, receitas, temas que sempre gostou de assistir. Jéssica afirmou (em julho de 2016, no vídeo “Respondendo a perguntas E01) que o canal não seria sua profissão, mas

		que continuaria a postar vídeos “por amor”. Em dezembro de 2017, chegou a marca de 100 mil inscritos, mas desde então o canal não apresentou grande crescimento e, em março de 2019, contava com 112 mil seguidores.
	Rotina de postagem	Variável. Durante o tempo de existência do canal, ficou ausente em três momentos. Em 2019, Jéssica tem publicado cerca de três vídeos por semana.

Fonte: elaboração da autora

Tabela 2 - Mapas Descritivos iniciais do Canal Clarear

MAPA SOCIAL	Quantidade de perfis (População total)	O canal conta com 774.539 inscritos ⁶ e soma 141.7321.490 visualizações desde sua criação
	Possibilidade de identificação dos perfis	Idêntico ao canal Jéssica Barbosa.
	Diversidade	Existente. O canal possui seguidores que acompanham a trajetória de Rúbia e a apoiam; e outros criticam a youtuber e o canal por ela representar uma personagem, ser uma “farsa”, que se expressa de forma errada propositalmente. Pelas citações feitas nos vídeos e comentários no canal, Rúbia é acompanhada por seguidores do Brasil e do exterior.
	Possibilidade de interação	Idêntico ao canal Jéssica Barbosa.
MAPA ESPACIAL	Formato de postagem (texto, imagens, vídeos, gifs)	Prioritariamente vídeos (em especial a produção feita em formato vlog). Na seção Comunidade, foram publicadas apenas duas fotos.
	Tipos de interação	Idêntico ao canal Jéssica Barbosa.
	Descrição do ambiente	Idêntico ao canal Jéssica Barbosa.
	Delimitação do tamanho espacial	Rede ego-centrada – a partir de cada canal forma-se uma rede, que desdobra-se no território do YouTube e em perfis de outras redes, tais como Facebook e Instagram.
MAPA TEMPORAL	Permanência da rede / Data de inscrição	Inscreveu-se em 31 de julho de 2016. Em atividade desde então.
	Histórico	O Canal Clarear foi criado em julho de 2016, pela filha de dona Rúbia, que a incentivou a postar vídeos na internet pelo fato da mãe ser “especial” e “engraçada”. Desde sua criação, as postagens são frequentes e trazem receitas, rotinas de compras, dicas de limpeza e

⁶ Dado extraído do Canal Clarear em 16 mar. 2019.

		organização da casa, entre outros temas como reformas, artesanato, família e relacionamento. Em dezembro de 2016, chegou a marca de 100 mil inscritos. Participou de três programas de televisão veiculados em rede nacional (Hora do Faro/Rede Record, em junho de 2017; Edu Guedes e você/Rede TV!, em outubro de 2018; e Domingo Espetacular/Rede Record, em março de 2019). Antes da veiculação do último programa televisivo, contava com 773 mil seguidores.
	Rotina de postagem	Diária. Em algumas semanas, chega a publicar mais de um vídeo por dia.

Fonte: elaboração da autora

A construção desses mapas descritos contribuiu para a compreensão das dinâmicas dos canais. Além deles, o monitoramento dos perfis de Jéssica Barbosa e Rúbia no YouTube resultou na categorização das temáticas mais abordadas pelas criadoras de conteúdo. Os vídeos publicados por Jéssica Barbosa foram classificados em sete categorias, em ordem crescente de frequência, conforme descrito a seguir:

- I) *Intimidades* (relatos da vida íntima, histórias progressas, respostas aos seguidores);
- II) *Canal* (temáticas sobre problemas nos vídeos, além de parcerias e recebidos);
- III) *Casa* (vídeos sobre organização e limpeza da casa ou do ambiente externo);
- IV) *Rotina* (vídeos sobre o dia ou o fim de semana, além de compilados de atividades, tal como: ir ao mercado, organizar a casa, visitar alguém, por exemplo);
- V) *Culinária* (receitas ou idas ao mercado para comprar mantimentos);
- VI) *Casamento* (preparativos, chá de panela, chá virtual, festa, álbum);
- VII) *Beleza* (maquiagem, cabelo, dieta, alimentação, peso perdido, academia).

Crítérios semelhantes foram adotados para a categorização de temas e a seleção de conteúdos no Canal Clarear. Os vídeos protagonizados por Rúbia foram classificados em seis categorias, em ordem crescente de frequência, conforme descrito a seguir:

- I) *Culinária* (receitas ou vídeos de ida ao mercado para comprar mantimentos);
- II) *Canal* (presentes recebidos, felicitações aos seguidores, bastidores do canal);
- III) *Casa* (organização e limpeza da casa ou do ambiente externo);
- IV) *Rotina* (vídeos sobre o dia ou o fim de semana, além de compilados de atividades);

V) *Intimidades* (relatos da vida íntima, histórias progressas, respostas aos seguidores);

VI) *Conselhos* (opinião de Rúbia sobre situações enfrentadas por seus seguidores).

Para cada uma das categorias encontradas, foi selecionado um exemplar de maior repercussão nos canais, entre os vídeos “mais populares” da classificação automática do YouTube, conforme apresentado nas Tabelas 3 e 4.

Tabela 3 - Vídeos mais populares, por categoria, do canal Jéssica Barbosa

<i>Vídeo</i>	<i>Categoria</i>	<i>Data da publicação</i>	<i>Views</i>	<i>Likes</i>	<i>Deslikes</i>	<i>Comentários</i>
Falando sobre o meu apê e mostrando o apartamento da minha irmã	Intimidades	1 dez. 2016	127.427	4,3 mil	499	828
Recebidos: caixa postal e leitoras	Canal	9 set. 2016	62.553	4,4 mil	157	858
Tour pela minha casa	Casa	16 jun. 2016	2.348.647	102 mil	13 mil	14.494
Um domingo na praia	Rotina	31 dez. 2015	147.185	5,8 mil	381	757
Cozinhando com a Jéssica: Peixe	Culinária	16 jan. 2016	103.942	3,9 mil	220	393
Vlog/Casamento: chegou o grande dia	Casamento	7 set. 2016	403.139	25 mil	753	3.916
Produtos que uso para alisar meu cabelo	Beleza	14 jul. 2016	45.186	2 mil	67	441

Fonte: elaboração da autora. Dados extraídos do canal em 18 mar. 2019.

Tabela 4 - Vídeos mais populares, por categoria, do Canal Clarear

<i>Vídeo</i>	<i>Categoria</i>	<i>Data da publicação</i>	<i>Views</i>	<i>Likes</i>	<i>Deslikes</i>	<i>Comentários</i>
Pudim em 15 minutos Economize seu gás	Culinária	5 dez. 2016	7.388.276	224 mil	10 mil	10.348

Ganhei uma mala cheia de...	Canal	15 dez. 2016	404.680	22 mil	609	1.574
O que fiz com meu primeiro pagamento do YouTube	Casa	12 dez. 2016	701.669	48 mil	1,1 mil	4.051
Nosso almoço de domingo	Rotina	6 maio 2018	215.941	10 mil	732	1.457
O que houve com meu casamento	Intimidades	1 out. 2017	755.655	32 mil	1,6 mil	4.372
Meu marido não trabalha nem deixa eu trabalhar #RubiaResponde	Conselhos	8 nov. 2016	291.783	13 mil	248	1.415

Fonte: elaboração da autora. Dados extraídos do canal em 18 mar. 2019.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresentou alguns dos primeiros resultados da pesquisa de mestrado em andamento sobre o cotidiano e o popular em narrativas femininas no YouTube, tendo como objetos de análise os canais Jéssica Barbosa e Clarear. O aprofundamento teórico nas categorias conceituais dispostas no título do trabalho (quais sejam: cotidiano, popular e feminino), assim como a análise dos vídeos selecionados contribuirão para a compreensão dos processos comunicacionais e culturais que ocorrem nesses canais e promovem a visibilidade dos mesmos.

Tanto o canal Jéssica Barbosa quanto o Canal Clarear apresentam propostas e temáticas afins, o que possibilitará uma análise comparativa. Nota-se que das categorias encontradas nos vídeos das criadoras de conteúdo, cinco delas são comuns aos dois canais: intimidades, canal, casa, rotina e culinária. Dessas, excluindo a categoria “canal”, por se tratar de conteúdos com relação direta à produção ou repercussão dos vídeos publicados, as demais retratam as principais temáticas abordadas nos canais e corroboram a importância do cotidiano nas narrativas femininas em análise. Pelos exemplos dos vídeos selecionados para futura análise, observa-se que atividades como cozinhar, mostrar a casa e falar sobre a rotina, seja o fim de semana na praia ou o almoço de domingo, estão no centro das atenções. Mesmo na categoria intimidades,

nota-se como as “intimidades do lar” estão presentes, seja explicando sobre a aquisição de um imóvel ou sobre problemas no casamento. A casa, portanto, permanece como um ambiente central nesses canais, seja na oralidade do que é narrado seja como cenário dos acontecimentos.

REFERÊNCIAS

ALEXA, 2018. Estatísticas de tráfego no site youtube.com. Disponível em: <<http://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>>. Acesso em: 16 jun. 2018.

YOUTUBE INSIGHTS 2017. Dados divulgados pelo YouTube Insights 2017, com base na pesquisa comScore Multi-Platform - 2014-2017 – Brasil. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/youtubeinsights/2017/de-play-em-play/>>. Acesso em: 19 de setembro de 2017.

BRETAS, Beatriz. Interações cotidianas. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Orgs.). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YOUTUBE e a revolução digital**. São Paulo: Aleph, 2009.

CASTELLS, Manuel. **O Poder da Comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano - 1 A arte de fazer**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

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

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

THOMPSON, John B. **A nova visibilidade**. MATRIZES. São Paulo, n. 2, p. 15-38, abr. 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38190/40930>>. Acesso em 2 jul. 2018.

VASCONCELLOS, Amanda M. **Celebridade 2.0: o Youtube e a nova fábrica de famosos**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades). 2018. 261 f. Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2018.

ZANINI, Débora. Etnografia em mídias sociais. In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016, p. 163-186.