

A Influência do Ciberespaço na Realidade: O Caso JoutJout¹

Ana Domitila Rosa Lemos SILVA²
Jéssika Coelho Pimentel OLIVEIRA³
Lohanne Silva ASSIS⁴

Flávia Martins dos SANTOS⁵
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Este *paper* tem por objetivo apresentar uma análise acerca das influências que sofre e instiga a internet. Como objeto de estudo definiu-se o contexto no qual o vídeo “NÃO TIRA O BATOM VERMELHO”, produzido pela *vlogueira* JouJout, se insere. O caso será introduzido a partir de uma crítica ao machismo, presente nos relatos coletados por ela em sua *FanPage* no *Facebook*. A análise permite um estudo sobre como a influência da opinião publicizada afeta as mídias digitais e seus públicos e como o contexto social pode influenciar esses discursos.

PALAVRAS-CHAVE: Feminismo; Internet; Cibercultura; Cibercelebridade; Dominação masculina.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo apresentar uma análise a respeito das influências que sofre e instiga a internet. Como objeto de estudo, foram escolhidas as chamadas cibercelebridades, apresentando suas características e o seu surgimento a partir de seus contextos sociais. O caso do vídeo “NÃO TIRA O BATOM VERMELHO”, produzido pela *vlogueira* JouJout, é introduzido a partir de sua crítica à dominação masculina, presente nos relatos coletados por ela em sua *FanPage* no *Facebook*. Para tanto, utiliza-se o conceito de sociedade do espetáculo para contextualizar o momento em que surgem as celebridades e como adquirem notoriedade na sociedade. A partir disso, definiu-se o conceito de celebridade e suas atribuições.

¹ Trabalho apresentado no IJ 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 19 a 21 de maio de 2016.

² Coautora 1: Ana Domitila Rosa Lemos Silva. Estudante de graduação 7º período do curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas, e-mail: anadomilsr@gmail.com

³ Coautora 2: Jéssika Coelho Pimentel Oliveira. Estudante de graduação 7º período do curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas, e-mail: jessikaoliveirap@gmail.com

⁴ Estudante de graduação 7º período do curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas, e-mail: lohanneassis@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da FIC – UFG, e-mail: flaviamartins21@gmail.com

Com o advento da internet e das redes sociais, é possível utilizar-se de diferentes meios de comunicação como forma de atingir a fama, não sendo mais imprescindível para tanto as mídias massivas. Jenkins (2009, p. 29) expõe que “[...] no mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia”, o que implica em um espectador cortejado a todo momento por várias informações de múltiplos enunciadores. Assim, para Primo (2009), o fenômeno das *camgirls*⁶ quebrou barreiras ao mostrar que qualquer pessoa conectada à Internet poderá atingir a fama, mesmo que apenas em um pequeno nicho, pois este depende da correspondência entre os interesses de seus espectadores e o conteúdo apresentado.

As Cibercelebridades são pessoas que ficaram conhecidas a partir da internet. Segundo Rojek (2008), quando surgiram os heróis na antiguidade, estes eram reconhecidos pelos seus grandes feitos, conquistas e atos de coragem. Já a celebridade denomina assim, pessoas que são lembradas pela sua imagem ou marca. O autor corrobora ainda que o herói criou a si mesmo, diferente da celebridade que é uma criação da mídia.

Atualmente o avanço tecnológico permite a criação de várias ferramentas para o ser humano se comunicar possibilitando que qualquer indivíduo exponha sua opinião, pensamentos, críticas, dentre outros. Com essa independência da mídia tradicional, pessoas passam a construir sua imagem dentro da rede podendo alcançar a fama através desse mecanismo e assim, se tornando celebridades dentro desse espaço e sendo denominadas como cibercelebridades ou celebridades da *WEB*.

Assim como as efetivas celebridades, essas novas celebridades irão orientar, inspirar e guiar aqueles que as seguem. Assim como o fez a jornalista JoutJout, personalidade estudada neste trabalho, que atingiu sua fama através de seus vídeos postados em seu canal na plataforma online *YouTube*. No vídeo “NÃO TIRA O BATOM VERMELHO”, a *vlogueira*⁷ aborda o tema “relacionamentos abusivos”, apresentando uma visão crítica que vai ao encontro da teoria da dominação masculina de Pierre Bourdieu (1998). Tal vídeo gerou grande comoção da comunidade online e repercutiu no cotidiano de diversos indivíduos que se viram conscientizados através do vídeo.

⁶ Garotas que ficaram conhecidas a partir da *WebCam*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-news/noticia/2015/10/conheca-o-universo-das-cam-girls-garotas-da-web.html>>. Acesso em: 06 abr. 2016.

⁷ Pessoa que alimenta os conteúdos de um *vlog*. “*Videoblogue (Videoblog, Videolog ou Vlog)* é uma variante de *weblogs* cujo conteúdo principal consiste de vídeos.”. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Videoblog>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

Neste artigo, como principais conceitos foram utilizados os de sociedade do espetáculo, celebridades e dominação masculina, sendo seus principais autores: Debord (1997), Primo (2009) e Bourdieu (1998).

A pesquisa se dispôs em dois grandes tópicos: A formação da cibercelebridade e Caso Jout Jout: o blog como forma de denúncia da dominação masculina. No primeiro tópico desenvolveram-se conceitos e contextos históricos que contribuíram para a formação das cibercelebridades e no segundo, analisou-se o caso do vídeo “NÃO TIRA O BATOM VERMELHO” da *youtuber* JoutJout, e suas repercussões no cotidiano de seus espectadores.

METODOLOGIA

Nesse artigo, a abordagem se dá pela pesquisa qualitativa com métodos descritivos. Utilizaram-se pesquisas de cunho bibliográfico e documental como metodologia do presente trabalho, além de utilizar técnicas abordadas pelo estudo da Hermenêutica da Profundidade. A primeira sendo definida por Martins (2008) como um trabalho que deve conter o planejamento de pesquisa, a elaboração dos elementos textuais e redação final, apresentando explicações que facilitarão a sua aplicação e compreensão, além de reunirem-se materiais já desenvolvidos acerca dos assuntos estudados.

A pesquisa documental, de acordo com Santos (2000), é realizada através de fontes como tabelas estatísticas, cartas, pareceres, fotografias, atas, relatórios, diário, entre outros, e para Ludke e André (1986) a análise documental constitui uma técnica importante na pesquisa qualitativa, seja complementando informações obtidas por outras técnicas, seja desvelando aspectos novos de um tema ou problema.

Primeiramente foram definidos os conceitos epistemológicos de cibercelebridades, como são definidas, segmentadas e como conseguem influenciar de forma significativa os indivíduos que, de alguma forma, entram em contato com elas. Posteriormente, foram apontados meios de comunicação e como suas plataformas sociais são utilizados a favor destas celebridades da Internet.

A análise realizada aplica as técnicas abordadas pelo estudo da Hermenêutica da Profundidade de Thompson (1995), que constitui-se sob três movimentos de análise: análise sócio-histórica, análise formal e a interpretação ou re-interpretação. Como amostra para o estudo realizado, foi selecionado o vídeo “NÃO TIRA O BATOM VERMELHO” feito pela jornalista JoutJout sobre relacionamentos abusivos.

Thompson (1995, p. 33) afirma que a teoria da HP é definida como um “referencial metodológico geral para análise dos fenômenos culturais, isto é, para a análise das formas simbólicas em contextos estruturados” e, sendo assim, é aplicável na análise cultural e ideológica, onde ambas contribuem para a construção de sentidos através das formas simbólicas.

Sua primeira fase constitui-se pela análise sócio-histórica do objeto de estudo. Segundo Thompson (1995, p. 365) “as formas simbólicas a partir das quais as pessoas, criando-as e interpretando-as, constroem sentidos e sua percepção da realidade, são concebidas sob “condições sociais e históricas específicas”. Sendo as formas simbólicas produzidas pela sociedade, são necessários espaço e tempo delimitados e uma base lógica enraizada em nossa estrutura social para que essas formas simbólicas possam ser interpretadas.

Na segunda fase, há a compreensão dos sentidos das formas simbólicas e como eles podem fazer sentido para o interlocutor. Nessa fase de análise formal ou discursiva, destacam-se alguns trechos do vídeo, os quais foram considerados relevantes para a compreensão das relações social-culturais do assunto tratado. Na terceira e última fase da HP, interpretação ou re-interpretação simbólica, é possível compreender a conexão feita entre o objeto de estudo e as teorias de estudo utilizadas para analisá-lo através dos discursos, posturas, gestos e contextos que permeiam o objeto, momento em que foi possível se tecer leituras mais profundas dos trechos selecionados, que culminam em conclusões sobre o tema.

A formação da Cibercelebridade

A sociedade do espetáculo, advinda da pós-modernidade, se caracteriza como um período ligado à aparência no qual o consumo, a mídia e as próprias imagens estão em destaque no cotidiano, desenvolvendo o olhar e atrofiando os outros sentidos. As relações sociais são criadas e desenvolvidas por intermédio das imagens. Para Debord,

Quando o mundo real se transformou em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência a fazer ver (por diferentes mediações especializadas) o mundo que já não se pode tocar diretamente, serve-se da visão como um sentido privilegiado da pessoa humana – o que em outras épocas fora o tato; o sentido mais abstrato, e mais sujeito à mistificação, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual (DEBORD, 1997, p. 18)

Nesse contexto, a mídia trabalha para que o indivíduo sinta-se pertencente a um grupo, tendo sua realidade sempre baseada no consumo, influenciando seu trabalho, na vida familiar, na vida social até mesmo aos momentos de lazer, complementando as lacunas individuais de cada pessoa.

Para fomentar cada vez mais o consumo e atender aos seus interesses particulares, a mídia se deparou com a necessidade de criar algo que a complementasse. Assim, nascem as celebridades, com o papel de inspirar, criar desejo, guiar pessoas, despertar inveja, entre outras formas de representar a sociedade. Segundo Primo (2009), a forma como as conhecemos hoje nasce no apogeu *hollywoodiano*, mas o termo celebridade surgiu no século XVI e deriva do vocábulo latino *celebritas* possuindo a mesma raiz do termo célebre.

Para Rojek (2008) o termo “celebridades” possui três vertentes: celebridade adquirida, atribuída e conferida. A primeira a define como aquelas que ficaram conhecidas pelos seus feitos, pelo seu próprio trabalho. A segunda refere-se àquela que o indivíduo não dispõe de talento ou habilidades extraordinárias para ser reconhecido e outros fatores o transforma em tal. A terceira e última, se refere àquela que foi estabelecida como tal de acordo com sua família. Há também os chamados “celetóides” que são celebridades atribuídas, geradas, comprimidas e concentradas pela mídia. São conhecidas principalmente pelo sucesso efêmero.

Com o avanço da sociedade de forma tecnológica e social, o tempo passou a ser cada vez mais efêmero. Das informações às interações, tudo precisa ser rápido, eficiente e de fácil acesso impulsionando, assim, o surgimento da internet⁸. A Internet revelou-se no período da Guerra Fria com o objetivo de manter comunicação entre os aliados no caso de seus meios de comunicações convencionais fossem destruídos. Na década de 1990, a internet passou a alcançar grande parte da população mundial e foram criadas várias ferramentas que facilitaram a navegação na web. Foi então que o engenheiro inglês Tim Bernes-Lee desenvolveu a *World Wide Web* (WWW), que possibilitou a utilização de uma interface gráfica e a criação de sites mais dinâmicos e mais interessantes visualmente.

De acordo com a TIC Domicílios 2014, executada pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br) e exibida no dia 15 de setembro de

⁸ Surgimento da internet disponível em: <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/9888/9888_4.PDF>. Acesso em: 20 fev. 2016

2015, 50% das casas no Brasil possuem acesso à internet⁹. Dados de 26 de maio de 2015, da União Internacional das Telecomunicações, órgão vinculado à Organização das Nações Unidas (ONU), demonstram que no mundo há 3,2 bilhões de pessoas conectadas à internet¹⁰. Com os *smartphones* e *tablets* o acesso à internet se tornou mais frequente na vida em sociedade. A pesquisa TIC Domicílios 2014 aponta, ainda, que nos últimos três anos referente à pesquisa o número de brasileiros utilizando o celular para se conectar triplicou e 47%, e pessoas com 10 ou mais anos afirmaram que utilizam o telefone móvel para esse fim. Destes, 84% afirmaram utilizar a internet quase todos os dias¹¹.

Kerckhove (2009, p. 205) define: "com o advento da Internet temos o primeiro meio que é oral e escrito, privado e público, individual e coletivo ao mesmo tempo". A partir da evolução desse meio de comunicação surgiram plataformas de interação denominadas mídias sociais, tais como: *Blogs*, *Orkut*, *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, entre outros. Nas redes sociais as pessoas são conectadas por um objetivo ou valores em comum: nelas, os relacionamentos se dão de forma horizontal e não de forma hierárquica. Para Gabriel (2010, p. 194)

Redes sociais são estruturas sociais que existem desde a antiguidade e vêm se tornando mais abrangentes e complexas devido à evolução das tecnologias de comunicação e informação. No entanto, é importante ressaltar que redes sociais têm a ver com pessoas, relacionamento entre pessoas, e não com tecnologias e computadores. Tem a ver com "como usar as tecnologias" em benefício do relacionamento social. A essência das redes sociais é a comunicação, e as tecnologias são elementos catalisadores que facilitam as interações e o compartilhamento comunicacional

Uma das primeiras redes sociais que surgiram, foi o *GeoCities* em 1994 e tinha como propósito agrupar os sites em cidades. *The Globe* em 1995 que permitiu aos usuários uma personalização das suas interações *online* publicando seu próprio conteúdo e interagindo com as pessoas de interesse e *Classmates* onde era possível encontrar pessoas da mesma turma do colégio. Após isso, surgiram as principais redes: os *Blogs* nos anos 1990, *Windows Live Messenger* (MSN) em 1999, *Fotolog* em 2000, *MySpace* e *Skype* em

⁹ Matéria sobre a pesquisa de acesso dos brasileiros à internet disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/09/pela-1-vez-acesso-internet-chega-50-das-casas-no-brasil-diz-pesquisa.html>. Acesso em: 27 fev. 2016.

¹⁰ Matéria sobre os dados de acesso do mundo à internet disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/05/mundo-tem-32-bilhoes-de-pessoas-conectadas-internet-diz-uit.html>. Acesso em: 27 fev. 2016.

¹¹ Matéria estatística sobre a pesquisa TIC Domicílios 2014 disponível em: <http://www.avellareduarte.com.br/fases-projetos/conceituacao/demandas-do-publico/pesquisas-de-usuarios-atividades-2/internet-no-brasil-2015-dados-e-fontes/>. Acesso em: 27 fev. 2016.

2003, *Orkut* e *Facebook* em 2004, *YouTube* em 2005, *Twitter* em 2006, *Instagram* em 2010 e *Snapchat* em 2013.

Cada plataforma possui particularidades comunicacionais e estruturais e são classificadas em algumas categorias, como: redes de relacionamento (*Facebook*, *Blog*, *MySpace*, etc.), redes profissionais (*LinkedIn*), redes comunitárias (de cidades ou bairros), redes militares, políticas, entre outros. No caso dos *Blogs*, o autor tem a possibilidade de fazer um diário público, possibilitando interações e debates sobre os mais diversos temas, além de se caracterizar por um local de expressão da individualidade e personalidade de seus autores.

Mas ao contrário do que se acredita, e como define Derrick Kerckhove (2009, p. 200), “o espaço da Internet não é neutro, não tem fronteiras, não é estável nem unificado. É orgânico. Comporta-se como um sistema autorregulado em perpétuo movimento. E tornará totalmente obsoletas as nossas ideias políticas”. Nesse espaço da internet e das redes sociais, torna-se conhecido quem demonstra assuntos de relevância e entretenimento de forma interessante para algum grupo de indivíduos podendo ser em forma de texto, imagens e produções audiovisuais, o que possibilitou que pessoas fossem reconhecidas sem estarem ligadas às mídias massivas. Essas estrelas da rede são então denominadas como Cibercelebridades.

Com a capacidade de influenciar, algumas cibercelebridades também perpassam no universo de debates sociais, interagindo com seus espectadores a fim de gerar discussões construtivas sobre determinados temas tais como as lutas de gênero, questões sobre sexualidade, questões políticas e culturais, entre outros.

Lutas de gênero: a situação das mulheres no Brasil

O movimento feminista no Brasil se origina na década de 1910, com Bertha Lutz e as reivindicações pelo direito de voto feminino, porém foi em 2015 que o país se encontrou em um contexto que propiciou o crescimento e a retomada de expressão do movimento. Em meio ao caos político e econômico movimentos sociais, os quais tiveram início em 2013¹² que tiveram como estopim o aumento das tarifas de ônibus em várias cidades brasileiras, se viram empoderados e ganhavam força de expressão no cotidiano do país. Em consequência dessa nova realidade, os indivíduos se viram estimulados a pensar criticamente sobre

¹² Protestos no Brasil em 2013. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Protestos_no_Brasil_em_2013>. Acesso em 20 fev. 2016.

assuntos que os cercam. Assim, o movimento feminista destacou-se dentre tantos outros pelo rápido crescimento de adeptos e simpatizantes, encontrando seu local de maior espaço para discussões nas redes sociais, onde o anonimato e a publicidade - no sentido de local público - parecem dar forças àqueles que na realidade talvez se manteriam calados por falta de contato com histórias com as quais poderiam se identificar.

No Brasil, um dos principais desdobramentos da reivindicação da luta feminista é o empoderamento do corpo e do ser feminino, trazendo para discussão as formas de tratamento dado a mulheres com relação a suas expressões de identidade e gênero (aparência física, vestes, linguagem, comportamento etc.) e como isso afeta a vida dessa parcela da sociedade, discussões essas fomentadas pela ideologia da igualdade de gêneros que norteia o movimento. Por exemplo, pode-se notar claramente esses discursos na Marcha das Vadias, um dos eventos de maior expressão no País que ocorre desde 2011¹³. Assim como Pierre Bourdieu (1988) aponta, a sexualidade o principal mecanismo da dominação masculina, exercendo enorme influência nos corpos e psiques humanas (comportamentos, vestes, relacionamentos etc.).

O autor ainda estabelece uma clara diferença cultural, também presente na realidade brasileira, entre a sexualidade feminina e a masculina: a primeira é tomada como tabu, precisando ser suprimida e estigmatizada, a fim de situá-la como quase inexistente, ou quando existente, aflorada apenas em contato com um indivíduo do sexo masculino pelo qual a mulher sente atrações mais complexas do que apenas físicas; já a segunda é tomada como principal característica do sexo masculino, partindo de sua virilidade, tendo como único motor a atração física. Ou seja, a sexualidade feminina é condicionada a existir apenas na presença de sentimentos afetivos, enquanto a sexualidade masculina não prescinde dos mesmos critérios, sendo uma maneira de reafirmação de sua virilidade.

Esse tipo de pensamento leva a várias situações de violência contra a mulher, sendo um dos mais grotescos e invasivos, o estupro. A conscientização sobre a desnaturalização das violências de gênero estão em crescente pauta no mundo todo, principalmente com a crescente força dos movimentos feministas ao redor do globo. No Brasil é notória a recorrência desse tipo de abuso, como vemos na imagem a seguir.

¹³ Marcha das Vadias disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922014000200007. Acesso em: 20 fev. 2016.

Figura 1: Gráfico de Violência contra a mulher



Fonte: <http://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2014/12/entre-as-jovens-78-afirmam-ja-terem-sofrido-assedio-em-espacos-publicos-1702.html/grafico.JPG>

Segundo o Código Penal - Lei 2.848/1940 art. 213, define-se o crime de estupro como “constranger alguém, mediante violência ou grave ameaça, a ter conjunção carnal ou a praticar ou permitir que com ele se pratique outro ato libidinoso”¹⁴. Observa-se aqui, porém que tal definição não corresponde àquela culturalmente construída, uma vez que vários fatores influenciam no que se considera um crime dessa natureza, como pôde ser observado na figura acima, onde as opiniões masculinas reafirmam práticas abusivas e discriminatórias baseadas nas vestes e comportamentos femininos, o que significa dados alarmantes. Dados do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) apontam que cerca de 527 mil mulheres são estupradas por ano no Brasil e apenas 10% desses casos chegam até a polícia (Dados 2015).

O projeto “Chega de FiuFiu”, elaborado pelo OLGA – um projeto feminista criado em abril de 2013 pela jornalista Juliana de Faria, com a missão de empoderar mulheres por meio da informação e da representatividade – foi pensado com a finalidade de discutir as práticas de assédio sofridas pelas mulheres nas ruas do Brasil. O famoso “fiufiu”, assvio destinado à mulheres passantes, é tratado aqui como uma das formas de legitimação do abuso sofrido pelo sexo feminino no país, uma vez que é um ato corriqueiro e tido como normal, sendo inclusive estereotipado como atitude de homens de classes operárias ou de construção civil - os pedreiros – como forma de “cumprimento” ou “elogio”, intenções

¹⁴ Dados do IPEA disponível em: <http://www.compromissoeatitude.org.br/cresce-numero-de-denuncias-de-abuso-sexual-no-metro-de-sp-catraca-livre-11022016/>. Acesso em: 27 fev. 2016.

questionáveis uma vez que invadem o espaço particular de outras pessoas e objetificam os corpos femininos como “alvos”, sendo sua serventia “servir” aos corpos masculinos.

Nota-se que mesmo com todos os movimentos sociais e a luta constante das mulheres pelos seus direitos, ainda há o preconceito, violências e abusos decorrentes da dominação masculina no Brasil. Persistem, ainda, estereótipos criados a partir de visões que excluem e diminuem o gênero e a imagem feminina em detrimento do masculino sobre a reputação diante à sociedade, como o uso de vestimentas ou acessórios e suas relações afetivas ou não com seus parceiros. Portanto discussões sobre as questões das violências praticadas e sofridas pelas mulheres no País se tornam cada vez mais emergentes e passam a ganhar notoriedade.

Caso JoutJout: o vlog como forma de denúncia da dominação masculina

Julia Tolezano de 24 anos, mais conhecida como JoutJout é a autora de um canal no *YouTube* que recebe o nome de “JoutJout Prazer” e conta com aproximadamente 696 mil inscritos, além de mais de 76 milhões de visualizações¹⁵, o que lhe atribuiu status de cibercelebridade advinda do mundo dos *vlogs*. Ficou nacionalmente conhecida através de seu vídeo “NÃO TIRA O BATOM VERMELHO”¹⁶, postado em fevereiro de 2015 e que conta com quase 2 milhões de visualizações, no qual aborda o tema relacionamentos abusivos.

Em seu vídeo, JoutJout ilustra situações de abuso em relacionamentos, baseadas em relatos coletados em sua página no *Facebook*. Durante o decorrer de seu vídeo, JoutJout aconselha suas espectadoras a não tolerar tratamentos do tipo, explicando que tais situações qualificam o relacionamento como condição de abuso, a fim de conscientizar e empoderar mulheres que se encontram em situações parecidas.

Júlia inicia seu vídeo dizendo “Esse vai ser um vídeo tenso de gravar, mas eu vou conseguir porque ele tem que existir”, assumindo a necessidade da discussão acerca dos abusos enraizados na nossa cultura. Segundo Pierre Bourdieu (1998), a origem das violências simbólicas – que são uma forma de coação apoiada em uma imposição determinada e reconhecida culturalmente se dando de tal forma que o oprimido legitima a opressão através de um histórico pré-determinado socialmente – sofridas pelo sexo

¹⁵ Canal “JoutJout, Prazer”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCbE7YGLZ-VY0oCgIsCSJ5Sg>>. Acesso em: 20 fev. 2016

¹⁶ Vídeo “NÃO TIRA O BATOM VERMELHO”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=I-3ocjJTPHg>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

feminino, que culminam majoritariamente em sua subjugação e dominação pela sociedade androcêntrica, advém de um conjunto de juízos tidos como verdades universais e imutáveis, sendo considerada resultado de relações naturais entre os sexos, muitas vezes explicadas pela ciência como decorrência de características e diferenças biológicas.

Por ter coletado depoimentos de mulheres no *Facebook*, Júlia decide retratar formas de abuso em relacionamentos heteronormativos, nos quais a vítima é a mulher, porém ressalta que tais situações não se restringem a esse tipo de relacionamento, podendo ocorrer também de forma contrária, em que a mulher é a agressora, além de se darem também em relacionamentos homoafetivos.

A *youtuber* decide então tratar com humor o tema, partido do princípio de que é uma situação muito recorrente, porém quando se está em um relacionamento abusivo, apesar de às vezes se ter consciência da situação, prefere-se ignorar tal fato, por uma série de fatores, entre eles, o de a mulher se colocar - e ser colocada - em uma bolha de chantagens emocionais, na qual a felicidade depende do parceiro para ser efetiva. JoutJout inicia então uma série de perguntas bem humoradas, porém bastante críticas, a partir das quais é possível detectar se um relacionamento é abusivo ou não. Um dos critérios para tal reconhecimento é identificar se o parceiro controla as vestes, os lugares e as pessoas com quem a mulher se relaciona - podendo estas serem familiares e/ou amigos.

Uma das perguntas-critério para se identificar um relacionamento abusivo nomeia o título do vídeo: “Ele já mandou você tirar o batom, porque você estava com cara deputa com esse batom vermelho? Ele já sacudiu um guardanapinho na tua cara, tira esse batom?”. Ao se considerar a cor vermelha associada à promiscuidade, que culmina na designação “puta” - mulher que pratica prostituição¹⁷ - é possível identificar no discurso citado a intenção de ofensa e subjugação, também identificável nos outros relatos citados no vídeo.

O uso da sexualidade e do corpo como formas de opressão feminina é analisado por Pierre Bourdieu (1998), que questiona a condenação das mulheres que praticam o sexo deliberadamente, das que falam e discutem o assunto abertamente e, principalmente, das mulheres que trabalham profissionalmente como praticantes de sexo. O autor aponta que o critério de condenação de tal postura feminina é o desvio da conduta preestabelecida pela sociedade androcêntrica e assim, ao usar o batom na cor vermelha e contradizer os costumes, a mulher se expressa de forma a romper com estereótipos e exteriorizar suas vontades e identidade.

¹⁷ Definição de “Putá”: Garota-de-programa. Mulher que vende o próprio corpo para prática de sexo. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/puta/>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

Uma das maneiras apontadas pela *youtuber* como forma de identificar se a pessoa se encontra em situação de abuso em seu relacionamento é uma auto-avaliação dos estados de ânimo antes e depois do começo da relação, definindo: “O relacionamento é construído de forma tal que ele faz você achar que só ele no mundo poderá te amar e te tratar bem – mesmo ele não te tratando bem - e você nunca vai achar alguém que goste de você, porque você é esquisita, porque você é suja, porque você é uma puta. Mas ele te aceita como você é, então, se você terminar com ele, você está condenada a uma vida solitária, porque ninguém vai querer você”.

Ou seja, de acordo com a *vlogueira*, a base para uma situação de abuso em um relacionamento, é o condicionamento da parceira a um estado de baixa auto-estima e dependência psicológica do parceiro. Julia conclui, porém: “Você não precisa estar com alguém para ser uma pessoa feliz e completa, você pode estar só com você. Aliás, só é possível ser feliz com alguém, quando se consegue ser feliz sozinho”. Reafirmando o poder feminino sobre seu próprio corpo, o vídeo de JoutJout se tornou um dos símbolos da luta de gênero contra abusos em relacionamentos nas rede sociais.

O princípio de perpetuação da relação de dominação não se restringe aos seus lugares de seu exercício mais visível (unidade doméstica), como pode se perceber nos relatos apresentados pela jornalista, sendo encontrado com igual força em instâncias como a Escola, a Igreja e o Estado, como aponta Bourdieu (1988). Porém, nos dias atuais podemos citar além destas, a Mídia como lugar de propagação e perpetuação dessas relações, o que pôde ser percebido na edição do programa de Jô Soares¹⁸, veiculado pela emissora Globo, para a qual Júlia foi convidada. Durante a entrevista, Jô ironiza o comentário do rapaz sobre a cor do batom, questionando “Mas todos dizem que a moça tem cara de puta? Não tem realmente nenhuma que esteja realmente com cara de puta?”, o que constrangeu a entrevistada¹⁹. A situação, observada sob a ótica dos conceitos de Bourdieu (1998), apresenta o que o autor denomina de naturalização da dominação.

O comentário do apresentador foi visto pela comunidade feminista e fãs de Julia como bastante ofensivo, uma vez que a ironia foi entendida como forma de velar as violências sofridas pelos grupos dominados, no caso mulheres, e de empoderar os grupos

¹⁸ Entrevista JoutJout no programa do Jô. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=mVUamChqrvw>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

¹⁹ JoutJout afirmando que ficou constrangida no programa do Jô. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=tMGSUD16mt4>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

dominantes, no caso homens, a partir de uma coerção simbólica, apontada por Pierre Bourdieu (1998), que dispensa justificção, na qual pode se encontrar a intenção da ironia.

Outras propostas e convites de participações em programas e jornais surgiram na vida de Julia Tolezano devido ao grande sucesso de seu vídeo, sendo um deles, o de palestrar para a conferência de Tecnologia, Entretenimento, Design (TED)²⁰. Em sua fala, a jornalista comenta que, após a repercussão do vídeo do batom vermelho, recebeu inúmeras mensagens de pessoas lhe contando, e até lhe agradecendo por ter conscientizado-as sobre a situação de abuso na qual se encontravam.

Alguns movimentos online ganharam notoriedade e força graças ao contexto de visibilidade influenciado pelo vídeo de Júlia. Um deles foi a #MeuPrimeiroAssédio, criado pelo OLGA, pensada como uma forma das mulheres que sofreram assédio em algum momento de suas vidas, contarem suas histórias nas redes sociais a fim de conscientizar a sociedade acerca da recorrência da violência simbólica ou coerciva que sofrem ao terem seus corpos sexualizados desde pequenas. Logo após, a #MeuAmigoSecreto tomou conta do *Facebook* e *Twitter*. Durante a campanha, várias mulheres relataram atitudes, posturas e discursos machistas de pessoas próximas sem revelar nomes, que por sua vez não se dizem machistas, mas, de certa forma, reforçam esta cultura através de seu comportamento.

Outra campanha, anterior às supracitadas, que teve sucesso nas redes sociais a cerca do movimento mundial sobre violência sexual contra meninas, foi a #NãoMereçoSerEstuprada”, cuja campanha foi iniciada no *Facebook* pela jornalista Nana Queiroz que teve o apoio da funkeira Valesca Popozuda e de vários outros internautas que tiravam fotos acompanhadas de cartazes com a frase “Eu não mereço ser estuprada”, criada em apoio à deputada Maria do Rosário após a declaração de Jair Bolsonaro à um jornal de que não estupraria a colega por ela “não merecer ser estuprada”. Mais uma vez vemos um discurso de abuso sendo tratado como forma de legitimação da dominação do gênero feminino pelo gênero masculino.

Bela Gil, Deborah Secco e Eliana²¹ também foram responsáveis em difundir outra campanha sobre a violência contra a mulher. Elas colocaram em seus perfis do *Facebook* frases estranhas com o intuito de que as pessoas tivessem curiosidade para abrir o histórico de edições e descobrir a mensagem verdadeira. Foi uma forma de incentivar a todos que

²⁰ Discurso JoutJout no TEDx. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zbkImGWtyK0>>. Acesso em 20 fev. 2016.

²¹ Campanha sobre a violência contra a mulher disponível em: <http://mdemulher.abril.com.br/estilo-de-vida/m-trends/bela-gil-deborah-secco-e-eliana-se-unem-em-campanha-contr-a-violencia-domestica>. Acesso em: 27 fev. 2016.

vissem algo estranho, fosse atrás, investigasse e salvasse a vida de mulheres que poderiam estar sendo violentadas.

Pensar a partir da realidade, porém contestando-a em todos os seus níveis, é uma proposta de Bourdieu (1998) para que possamos discutir nossa própria sociedade. Uma vez que estamos inseridos nela, o exercício de nos dissociar dela, ou pelo menos de nos despir de certas predefinições impregnadas no imaginário coletivo, se torna uma tarefa que exige consciência da dominação. O vídeo de JoutJout fora uma forma de conscientização para a sociedade sobre o tema dos relacionamentos abusivos, o que se refletiu no cotidiano brasileiro de diversos expectadores, graças à publicização de seu discurso através das mídias sociais pela Internet, ao olhar crítico propiciado pelo contexto social brasileiro do começo do ano de 2015 e as demandas sociais emergentes.

CONCLUSÕES

O presente trabalho apresenta uma análise sobre as influências que sofre e instiga a Internet na sociedade. Apresentou-se as características e o surgimento das cybercelebridades, a partir do contexto social brasileiro de emergentes movimentos sociais, dando-se destaque para o tema feminista. O caso do vídeo “NÃO TIRA O BATOM VERMELHO”, produzido pela *vlogueira* JouJout, foi introduzido a partir de sua crítica ao machismo, presente nos relatos coletados por ela em sua *FanPage* no *Facebook*. A partir da análise da repercussão do vídeo pôde-se perceber a influência da exposição de um discurso crítico, como fora o da *vlogueira* no cotidiano de vários indivíduos, exposição essa possibilitada e influenciada pelas mídias digitais e pelo contexto social do ano de 2015.

Nota-se que as lutas contra qualquer tipo de preconceito e sexismo estão em constante crescimento e o que se deve, em grande medida, além das demandas sociais emergentes, às novas ferramentas de relacionamento que a internet proporcionou. JoutJout reforça a força do movimento feminista no Brasil utilizando a plataforma *YouTube* para relatar situações de abusos em relacionamentos, algo que grande parte das mulheres enfrentam em pleno século 21. Pode-se destacar como mais relevante para as discussões acerca das questões de gênero, o momento que nomeia o vídeo, no qual a jornalista faz críticas aos comportamentos abusivos que geram estereótipos que condicionam um gênero inteiro a um determinado tipo de caráter pejorativo.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Trad. Maria Helena Kühner. 2. ed. Rio de Janeiro: BestBolso, 2014.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital: Conceitos, plataformas e estratégias**. São Paulo: Novatec, 2010.

GOMES, Carla; SORJ, Bila. Corpo, geração e identidade: a *Marcha das vadias* no Brasil. **Soc. estado**. vol.29 no.2 Brasília May/Aug. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922014000200007>. Acesso em: 20 fev. 2016.

MARTINS, Junior Joaquim. **Como escrever trabalhos de conclusão de curso: instruções para planejar e montar, desenvolver, concluir, redigir e apresentar trabalhos monográficos e artigos**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

MOTTA, Diego Airoso da. **A Hermenêutica De Profundidade Como Instrumental De Pesquisa Qualitativa Em Ciências Sociais: Uma Introdução**. Disponível em: http://www.aps.pt/viii_congresso/VIII_ACTAS/VIII_COM0165.pdf>. Acesso em: 16 de fev. 2016.

KERCKHOVE, Derrick de. **A pele da cultura**. São Paulo: Annablume, 2009.

PRIMO, Alex. Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs. **Libero**, São Paulo, v. 12, n. 24, dez. de 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewFile/6780/6120>>. Acesso em: 22 fev. 2016.

ROJEK, Chris. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.