

## **As Práticas Autobiográficas em Vídeo como Espaço para a Experiência do Outro: Uma Análise Sobre a Construção de Narrativas em JoutJout Prazer<sup>1</sup>**

Kárin Klem LIMA<sup>2</sup>

Tanisse Paes Bóvio Barcelos CORTES<sup>3</sup>

Analice de Oliveira MARTINS<sup>4</sup>

Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos, RJ  
Instituto Federal Fluminense, Campos, RJ

### **Resumo**

O acesso às ferramentas de produção de conteúdos contribui para que as plataformas de compartilhamento de vídeo sejam um espaço propício para a experimentação de gêneros, como as narrativas de caráter autobiográfico. As práticas videográficas reconfiguram a relação entre autor e espectador, estimuladas pela interação entre ambos e entre os próprios espectadores, criando uma rede de relacionamento. Tal condição interfere no modo de produção da narrativa, abre espaço para a experiência do outro no relato autobiográfico, estimulando essa prática e as redes que se formam a partir do vídeo. Pela análise de “Não tira o batom vermelho”, o artigo objetiva investigar as especificidades que esses novos modos de produção de narrativas podem conter e como as relações entre autor e espectadores usuários da rede podem contribuir para a construção das práticas autobiográficas em vídeo do *YouTube*.

**Palavras-chave:** práticas autobiográficas em vídeo; autobiografia digital; redes de relacionamento; cultura digital; práticas culturais.

### **Introdução**

Dentre as mudanças propiciadas pela cultura digital, o acesso às ferramentas de produção, veiculação e reprodução de conteúdos contribui para que o perfil do espectador passe por transformações estimuladas pela nova relação que ele, agora também inserido no processo comunicacional como usuário da internet, estabelece com

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Curso de Cognição e Linguagem da UENF, email: [klemkarin@gmail.com](mailto:klemkarin@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutoranda do Curso de Cognição e Linguagem da UENF, email: [tanisseboviorp@gmail.com](mailto:tanisseboviorp@gmail.com).

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora colaboradora do Programa de Cognição e Linguagem da UENF e coordenadora da Licenciatura em Letras do IFFluminense, email: [analice.martins@terra.com.br](mailto:analice.martins@terra.com.br).

a informação. Nesse cenário, a exposição da intimidade dissemina-se por diferentes linguagens pela internet. Com as transformações que a evolução das ferramentas e dispositivos tecnológico-digitais provocam nos paradigmas comunicacionais, as narrativas de si ganham novas formas de expressão por meio de escritas, imagens, sons e vídeos. Mais do que formas de expressão e narrativas, observa-se que as escritas íntimas estabelecem novos processos de criação ensejados pelos recursos de interatividade presentes nos sites, canais de plataforma de compartilhamento de vídeos, redes sociais, entre outros espaços virtuais.

No caso dos códigos audiovisuais, a difusão dos dispositivos para produção e reprodução de vídeos e a circulação desses produtos em redes sociais ou em plataformas mais direcionadas para o seu compartilhamento, como o *YouTube*, parecem oferecer ambiente favorável à criação dessas narrativas de caráter autobiográfico, que têm se popularizado pelas redes. Costa (2009a) define essas narrativas como *videografias de si*, “novas formas de registro autobiográfico em vídeo nas quais a enunciação de si funciona como um modo de historização pessoal” (COSTA, 2009a, p. 146). A prática do registro da intimidade na *web* apresenta características próprias em todo o seu processo produtivo – desde a criação à divulgação –, relacionadas, em grande parte, a essas novas relações que emergem de uma reconfiguração que acontece nos polos emissor e receptor do tradicional esquema de comunicação. Os novos papéis que entram em operação e a interatividade presente nesses novos modos de narrar a intimidade deixam em evidência o papel que o outro pode assumir na construção de uma experiência que se pressupõe, a princípio, mais individual como a narrativa autobiográfica pode conter.

Com base nessa observação, por meio da análise do processo de construção da narrativa do vídeo “Não tira o batom vermelho”<sup>5</sup>, o artigo objetiva investigar as especificidades que esses novos modos de produção de narrativas podem conter, com foco em como as relações entre autor e espectadores usuários da rede podem contribuir para a construção das práticas autobiográficas em vídeo que acontecem no *YouTube*.

### **As práticas autobiográficas contemporâneas no *YouTube***

A estrutura midiática instaurada pela cibercultura tem provocado impactos importantes para a configuração das novas relações sociais e comunicacionais. Os fluxos

<sup>5</sup> Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=D56b82Dcp-8>. Acesso: 01/05/2017.

comunicacionais que surgem com as mídias de funções pós-massivas geram produtos personalizáveis, tornam o acesso à informação mais direto e livre entre os usuários da rede, distribuindo a centralidade da mediação exercida anteriormente por empresas e veículos de comunicação, no modelo baseado em mídias de funções massivas (ANTOUN, 2008; LEMOS, 2010). As novas ferramentas de funções pós-massivas permitem ainda que o autor domine, em tese, todo o processo criativo e crie sua comunidade de usuários, organizados em nichos de interesse, com canais abertos para trocas de informações e criação de vínculos entre eles (LEMOS, 2010, p. 158). Tal transformação contribui para o surgimento de um público auto-organizado e participativo, conforme observa Antoun (2008, p.11): “o consumidor tornara-se um usuário cada vez mais exigente, capaz de interagir e comunicar-se através da internet usando os mais diferentes tipos de dispositivos de comunicação”.

Por meio do uso de ferramentas da segunda geração da *web* (a *web 2.0*) tais como *blogs*, *podcasts* e *wikis*, o autor estabelece seus próprios vínculos de contato e criando suas próprias comunidades. Com isso, usuários têm meios acessíveis de produzir informação e têm acesso a outras fontes, desenvolvendo assim, uma nova relação com a mesma:

Essa maneira de ordenar constrói redes sociais visíveis e duradouras, contribuindo para o seu crescimento e proliferação. Diferentes das instituições e dos grupos, as redes sociais fazem circular, através de seus canais, notícias, dicas, interesses no seio de uma comunidade que partilha certas atividades e age coletivamente. O canal de uma rede social é formado pela interação entre seus membros (...). As redes sociais promovem comunidades de atividades de interesse, em vez de grupos de opinião da imprensa ou das massas da comunicação da mídia irradiadora (ANTOUN, 2008, p. 14).

O ciberespaço, portanto, fez emergir não apenas uma dimensão tecnológica mas uma importante dimensão social (PRIMO *apud* ANTOUN, 2008, p. 105), ao oferecer novos meios de interação nas cartografias fluidas que emergem no ambiente virtual. Segundo Bentes (2006), os dispositivos das tecnologias de comunicação e de produção de redes e mediação social, em exponencial crescimento, configuram, classificam e modificam as formas de relacionamento, trazem novas formas de organização: “(...) são dispositivos que colocam os consumidores em contato, criam redes e, mais do que isso, organizam os consumidores e os transformam em interatores e performadores” (BENTES, 2006, p. 104). Percebe-se essa participação mais ativa na busca e na construção da informação, uma vez que os polos de emissão e recepção contam agora

com um usuário, também um produtor de informação, conteúdo e que encontra espaço para a publicação do seu produto – seja este audiovisual, escrito, imagético, sonoro – assegurado na *web*. Ainda de acordo com Bentes (2006, p. 105), “as tecnologias doméstico-industriais transformam cada um de nós em unidades móveis de produção de imagens e informação que alimentam o sistema de comunicação e o circuito de arte”.

Direcionando os impactos gerados por essas transformações para o campo do audiovisual, observa-se que os vídeos, quando na *web*, passam também a constituir parte de uma rede:

Os vídeos, quando se trata do audiovisual da *web*, nunca estão sozinhos. Eles fazem parte de uma verdadeira rede junto a outros vídeos, comentários, *links* dentro e fora deles que remetem a outros vídeos, a outros canais. E isso tudo muda nossa maneira de ver e de tratar o audiovisual, nos conecta de novas formas com ele e o insere numa interface com o usuário que tem nas plataformas de compartilhamento de vídeo o principal território de enunciação e experimentação (MONTAÑO, 2015, p.1).

A autora avalia que as plataformas de compartilhamento de vídeo lidam com um usuário em trânsito, estimulam uma série de ações que vão além do ato de assistir a um determinado vídeo. Os usuários engajam-se em listas de reprodução criadas pelos mecanismos de leitura e interpretação de dados feitas pela própria plataforma a partir dos cliques gerados pelo usuário, buscam perfis de outros usuários, navegam por outras contas e perfis, acessam *links*, que, por sua vez, os remeterão a ambientes externos, como outras redes sociais e sites, respondem ao vídeo com comentários, incorporam um vídeo em seu canal próprio, produzem um material original. Geram, portanto, uma série de percursos a partir da seleção de um único vídeo.

Dentre as plataformas de compartilhamento de vídeo, o *YouTube* destaca-se como principal fonte de arquivo e circulação de vídeos da atualidade, conforme observa Sibilía (2016, p.19):

Paralelamente, surgiram os sites que facilitaria o compartilhamento de vídeos caseiros, uma categoria na qual se destaca o *YouTube*; não por acaso, após ter conquistado milhões de usuários em pouquíssimo tempo e ter sido, comprado pela empresa Google por um montante que virou notícia, a mesma revista *Time* lhe concedeu o título de “invenção do ano” em 2006.

A plataforma evidencia esses dois aspectos até aqui levantados sobre duas redes que se formam em torno do vídeo: a rede de que o vídeo, enquanto produto, faz parte e é ponto de partida para diferentes trânsitos que o colocam em um constante processo de resignificação e as redes sociais de relacionamento e vínculos entre usuários.

Diante desse cenário estimulado pelas novas relações que surgem entre usuários da rede e pela sua aproximação com a informação, somado ao interesse pela intimidade como tema, as práticas autobiográficas contemporâneas têm encontrado formas de adaptação no ambiente virtual. No contexto atual de disseminação dos códigos audiovisuais, essas narrativas assumem a forma de *videografias de si*, pequenas autobiografias em vídeo no *YouTube*:

Nelas, são descritas e narradas experiências do cotidiano, impressões e análises de si, geralmente ancoradas em situações corriqueiras do dia a dia. Elas são produtos de indivíduos para os quais o registro e a exibição de si em vídeo se torna (*sic*) tanto um modo de representação como uma expressão da subjetividade. Nas videografias, essa dupla função se articula com um viés confessional para constituir sua especificidade (Costa, 2009, p. 206).

Os espaços para o autobiográfico estão mais acessíveis e comportam um número de histórias de difícil mensura na esfera virtual. A estrutura que o indivíduo usuário da rede dispõe atualmente – de espaço e ferramentas – opera para que o discurso autobiográfico não mais seja um privilégio restrito a poucos. Sua difusão “dá voz àqueles que estiveram alijados da emissão das páginas da história, nas quais compareciam apenas como grupo e nunca como indivíduos” (COSTA, 2009b, p. 143). Com isso, uma alteração sensível deste novo modelo de comunicação está na visibilidade dada à vida de pessoas comuns: há um deslocamento em relação à intimidade, uma curiosidade crescente por aqueles âmbitos da existência que costumavam ser de maneira inequívoca como privados (SIBILIA, 2016, p. 34). Ao mesmo tempo, a veiculação na internet libera o consumo da vida do outro da culpa. O olhar para a intimidade não mais é uma violação de privacidade, pois o privado está público na rede, e os vídeos foram produzidos para serem exibidos (COSTA, 2009a, p. 212). A escrita íntima adapta-se aos recursos de criação e produção disponíveis na internet para a construção de narrativas e relatos – sejam eles escritos, imagéticos ou audiovisuais. Percebe-se, na mudança do papel para a tela, uma mudança da relação entre quem escreve o diário e quem o consome. Um paradoxo marca essa atualização da prática, na qual o diário deixa de fazer parte exclusivamente da esfera íntima e passa a circular na esfera pública: “o escrito, que deveria, a princípio permanecer fechado para o mundo e para as relações exteriores, se abre para ambos, de uma nova maneira” (SCHITTINE, 2004, p. 31).

A incorporação dos recursos tecnológicos aponta indícios de que as narrativas autobiográficas são uma atividade reagentes ao contexto da sociedade na qual está inserida. As práticas permanecem (a escrita íntima, no caso) e a incorporação dos novos recursos disponíveis gera desdobramentos que lhe agregam novas significações. A publicização da escrita íntima chama a atenção para a presença dessa figura externa do interlocutor – um usuário da rede, que tem acesso a ferramentas de interação com o autor e com outros interlocutores.

### **“Não tira o batom vermelho”: a experiência de si e do outro na prática autobiográfica**

O canal *Jout Jout Prazer*, canal criado em 2014 pela jornalista Júlia Tolezano. *Jout Jout Prazer* possui mais de 1.141.000 inscritos no *YouTube* e contas em outras redes sociais com número igualmente expressivos: no *Facebook*, a fanpage da *Jout Jout Prazer* possui mais de 723 mil seguidores; no *Instagram*, os números chegam a 870 mil; e, no *Twitter*, são 340 mil.

Ele ganhou maior projeção com a repercussão gerada pelo vídeo “Não tira o batom vermelho”, publicado em fevereiro de 2015. Com quase três milhões de visualizações, o vídeo se propõe a debater a questão dos relacionamentos abusivos. Logo no início, Jout Jout compartilha com seus espectadores as motivações e caminhos que seguiu para a construção do vídeo. O ponto de partida da *youtuber* foi uma conversa que ela teve em uma outra rede social, o *Facebook*, com uma pessoa que ela define como “uma mulher maravilhosa”, sobre os relacionamentos abusivos que ambas tiveram. A partir dessa conversa, ela decide pedir a participantes de um grupo dessa mesma rede social que lhe compartilhassem suas histórias sobre o assunto. Dos relatos obtidos nessas duas experiências, Jout Jout começa a apresentar uma série de situações que podem ser naturalizadas ou minimizadas em um relacionamento mas que revelam um comportamento abusivo do(a) companheiro(a).

Essa forma de construção da narrativa demonstra como os mecanismos de interatividade das redes sociais expandem as concepções acerca das práticas autobiográficas, abrindo espaço para a experiência do outro em uma narrativa que, em uma primeira leitura, pressupõe-se mais individual. Na primeira experiência relatada, a que originou o vídeo, a autora deixa registrada a troca estabelecida entre ela e a mulher

com quem conversou, sendo possível perceber modos de confidencialidade e cumplicidade feitos de maneira mais íntima e privativa. Após essa primeira experiência, ao levar o tema para o grupo do *Facebook*, esse espaço torna-se coletivo, ainda que restritivo por estar localizado dentro de um grupo de discussão em uma rede social. Ela coloca-se, nesse espaço, no papel de ouvinte, atuando como uma observadora, coletando o relato do outro, que será integrado à experiência anterior para, então, construir a narrativa do vídeo. Conforme observa Benjamin (1987, p. 201), “o narrador retira da experiência o que ele conta: sua própria experiência ou a relatada pelos outros. E incorpora aquilo que é narrado à experiência dos seus ouvintes”. No caso da *youtuber* ambas as experiências (a sua e as das outras) fundamentam a narrativa, algo que dá mais credibilidade e relevância para a temática tratada: o “relacionamento abusivo” é uma vivência de diversas pessoas.

Em “Não tira o batom vermelho”, o resultado dessa troca, escuta e coleta são colocadas retoricamente para o espectador, com o objetivo principal de apresentar situações abusivas, para que ele reflita e perceba se o seu relacionamento se enquadra em alguma delas. As experiências de todos os relatos se misturam, perdem sua identidade e autoria originais. Por um lado, isso preserva o sigilo e anonimato das restrições de acesso em que a conversa íntima aconteceu – tanto na conversa entre a autora e sua amiga, como no grupo de discussão –, ao mesmo tempo, as histórias acabam revelando a dimensão particular da experiência subjetiva, propicia a processos de identificação e sensibilização dos espectadores, incorporando, para retomar a fala de Benjamin, o que é narrado à experiência de seus ouvintes. Para Sibília (2016, p. 27), existe:

[...] uma dimensão de análise que poderíamos denominar *particular* ou *específica*, localizada entre o plano singular e o universal da experiência subjetiva, que visa a detectar aqueles elementos comuns a alguns sujeitos mas não necessariamente inerentes a todos os seres humanos.

Essa perspectiva (...) contempla aqueles elementos da subjetividade que são claramente culturais, frutos de certas forças históricas nas quais intervém uma série de fatores políticos, econômicos e sociais. Estes impulsionam certas formas de ser e estar no mundo, estimulando – com diversos graus de insistência – a consumação dessas figurações subjetivas e inibindo outras, pois desse modo as engrenagens do presente poderão operar com mais eficácia (SIBILIA, 2016, p. 27).

As práticas autobiográficas contemporâneas revelam essa dimensão particular da experiência, pois “criam uma janela de identificação e a possibilidade de um diálogo com o outro” (COSTA, 2009b, p. 143), o que estimula o contato e a criação das redes de relacionamento em torno do vídeo. A construção de narrativas como a do vídeo analisado

demonstra que os modos de narrar e relatar a vida podem conter o espaço do outro, uma vez que

[...] boa parte desses discursos se origina fora de si, já que os outros também nos narram. E como se sabe, os outros não são apenas o inferno mas também costumam ser um espelho, e possuem a capacidade de afetar a própria subjetividade dos modos mais diversos (SIBILIA, 2016, p. 58).

“Não tira o batom vermelho” evidencia, nesse sentido, as diferentes formas como o relatou pode afetar a experiência nas redes que se formam virtualmente. Os mecanismos de interatividade exercem, mais uma vez, papel transformador na mediação dessas relações que se estabelecem entre autor e espectador. Segundo Bentes (2006, p. 104)

Se os dispositivos são moduladores de tempo e de espaço, também são “tecnologias do afeto”, de produção de contato e aquecimento das relações pessoais, sociais, de produção do coletivo. O afeto torna-se (Antonio Negri) um valor diferencial no capitalismo midiático ou cognitivo. Mercadorias, obras, produtos, imagens, signos, pessoas, discursos investidos de afeto têm seu valor multiplicado e, mais do que isso, se tornam um valor (BENTES, 2006, p. 104).

No caso de *Jout Jout Prazer*, o lugar da fala opera para esses processos de identificação. A *youtuber*, em seu canal e em suas redes de relacionamento com seus espectadores – a quem se refere como “família virtual” –, ocupa um lugar de fala que os representa, como aponta a própria Júlia em uma palestra realizada no *Tedx*<sup>6</sup>:

[...] mas eu falo da perspectiva de uma mocinha que tem desejos e vontades como todo mundo, e que tem medos horríveis que não fazem o menor sentido, e tem inseguranças sem cabimento nenhum. E aí, as pessoas veem aquilo, e a carapuça serve até o talo, e aí a pessoa vê aquilo como um clique na vida dela, e aí ela gera aquela mudança. E é engraçado, porque quando nossa mãe fala “olha só, esse menino não está te fazendo bem. Você devia terminar com esse garoto”, a gente fala “mãe, não se mete na minha vida, tá? Você tem nada que ficar se metendo aqui”. Aí vem uma completa desconhecida e fala “esse menino tá errado nisso. Não sei se tá bom isso não. Você tinha que olhar isso aí” e aí a menina fala: “ela tá falando comigo. Esse vídeo é para mim. Foi para mim que ela fez. Estou representada aqui nesse vídeo”. E eu acho que isso acontece porque a gente, essa nossa geração, a gente não tá muito querendo receber ordem de ninguém [...] (VAMOS, 2015).

Nesse sentido, os recursos midiáticos cada vez mais ficcionalizam a vida cotidiana e quanto mais isso é possível, mais se busca uma experiência autêntica e verdadeira. O

<sup>6</sup> *TEDx* é um programa de eventos locais organizados de forma independente, como uma ação do TED, uma organização sem fins lucrativos cujo lema é “ideias que merecem ser compartilhadas”. Fonte: <https://www.tedxantealighierischool.com.br/o-que-e-tedtedx/>. Acesso: 25/06/2017.



real não encenado ou que pareça “vivamente real” é uma busca quase diária. As facilidades de ter diversos recursos em um aparelho (celular reúne câmera, internet, aplicativos, recursos de edição e estetização, etc.) possibilitam às pessoas de serem autores, narradores, protagonistas, jornalistas, comentadores, “críticos” de suas histórias ou dos relatos dos outros.

Para Sibilía (2008) essa fome de veracidade é manifestada ainda no desejo de consumo pela intimidade alheia. Por isso o sucesso dos *reality shows*. Os espetáculos da realidade vendem mais se for real, mesmo que seja uma realidade dramatizada, basta parecer uma “verdade nua e crua”. A *Jout Jout Prazer* representa essa construção de realidade/ficção. Até que ponto se poderia afirmar que os relatos sobre as formas de “relacionamentos abusivos” são verdadeiros? A persona que apresenta o assunto no canal não estaria também confundida com a mulher jornalista (Júlia Tolezano) que teve tal experiência?

Apesar de se tratar de relatos vividos de experiências reais, tais momentos são mediados pela linguagem que faz uma criação imaginativa do real: ao escolher uma maneira de se contar; pela memória que consciente ou inconscientemente revela partes de uma história, podendo ser acrescidos detalhes de teor imaginativo; pela intervenção do olhar de quem registra, edita, produz a filmagem (seja pelo cenário, corte, ângulo da câmera, posicionamento da personagem); pela mensagem transmitida por interferência de suas influências sociais, culturais, políticas, históricas, econômicas, dentre outras; além da interpretação do receptor.

Assim, as *videografias de si* podem ser entendidas como uma ficcionalização do real. Uma produção áudio-imagética que representa uma realidade, uma experiência, mas não é o fato em si, só a mediação, a interpretação dele. Pela recepção, o seguidor-usuário pode compreender o vídeo como um evento atual, colado na realidade, mas de fato é algo construído. Ao escolher uma personagem para contar as experiências, ou melhor, os indícios de um “relacionamento abusivo” (algo que referencia a voz que fala no canal: *Jout Jout Prazer*), a jornalista se resguarda nessa figura que parece dizer o que pensa e se mostra “inteira” para o público. Sua narrativa, ainda, não passa de uma construção da realidade.

Quando publicizado, o vídeo passa a circular de forma livre e irrestrita pela *web*, construindo seus itinerários e estimulando novas ações que o colocam em constante processo de atualização e ressignificação. Um dos desdobramentos mais evidentes está

na participação dos espectadores por meio dos comentários realizados na própria interface do *YouTube*. Para entender como os espectadores atuam como verdadeiros interatores do vídeo, serão analisados dois comentários selecionados a partir dos critérios de relevância que a plataforma indicou, pelo seu conteúdo e pela repercussão que gerou em outros seguidores do canal.

O primeiro caso é de uma seguidora do canal que recorreu ao vídeo para auxiliá-la na tomada de decisão (Figura 1). Em seu comentário, ela indica que já havia visto o vídeo e que voltou a ele para confirmar se estava, de fato, em um relacionamento abusivo. O comentário gerou 691 curtidas e 34 repostas, a sua maioria de apoio à atitude da seguidora.



Figura 1: Comentários do vídeo: “Não tira o batom vermelho”. Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=I-3ocjJTPHg&t>>. Acesso: 14/07.2017.

O outro exemplo demonstra como a narrativa pode contribuir para que o usuário se aproprie do assunto e amplie sua reflexão para outras questões (Figura 2). No caso, o vídeo fez a seguidora pensar na existência de outros tipos de relacionamento abusivos, além do amoroso. O comentário gerou 326 curtidas e 29 repostas, a maior parte de outros seguidores que se identificaram, agora, com a questão levantada pela seguidora.



Figura 2: exemplo de comentário que amplia discussão iniciada pelo vídeo. Fonte: <  
<https://www.youtube.com/watch?v=I-3ocjJTPHg&t>>. Acesso: 14/07.2017.

Os comentários analisados exemplificam como as narrativas não se esgotam dentro daquele produto específico e continuam sendo construídas pelos próprios espectadores, que, tendo como ponto de partida o vídeo, estabelecem a partir dele e em torno dele suas redes de relacionamento. Assim, sobre as práticas autobiográficas em vídeo, podemos pensar ainda que “a visibilidade e a conexão sem pausa constituem dois vetores fundamentais para os modos de ser e estar no mundo mais sintonizados com os ritmos e as exigências da atualidade, pautando as formas de nos relacionarmos conosco, com os outros e com o mundo” (SIBILIA, 2016, p. 21).

### Considerações Finais

As mudanças provocadas pela presença cada vez mais constante de produção de conteúdo, conexão e a facilidade de interatividade presentes nos ambientes das redes sociais contribuem para a reconfiguração das práticas autobiográficas contemporâneas. Por meio da análise do vídeo “Não tira o batom vermelho”, do canal *Jout Jout Prazer*, buscou-se analisar algumas das especificidades que esses novos modos de construção das narrativas autobiográficas. A veiculação de tais narrativas na internet cria a expectativa de um interlocutor público. No caso do vídeo analisado, mais do que esse espectador, observa-se que, desde o ponto de partida de sua construção, houve o espaço para o relato do outro, fazendo a experiência ali narrada transitar desde a dimensão mais singular da subjetividade à particular, estimulando a criação de redes de relacionamento em torno do vídeo. Ainda nesse trajeto, os indícios de autoria da experiência vivida pela autora e por quem compartilhou os relatos com ela são apagados, sendo apresentados retoricamente para o espectador.

Essa especificidade contribui para os processos de identificação do espectador, que se vê representado na figura de uma pessoa comum, com a vida consagrada no vídeo – vida esta que poderia ser a dele ou que, de fato, é sua vida presente na forma do relato narrado – e com as questões ali discutidas que perpassam seu cotidiano também. O sentido do vídeo encontra um constante processo de ressignificação ao ser constantemente atualizado pelos compartilhamentos, comentários e trânsitos por onde circula ao ter acesso livre e irrestrito pelos usuários da plataforma. Tal aspecto amplia o poder de intervenção do interlocutor, que possui recursos para interagir com a autora e é estimulado a isso. Os *feedbacks*, os espaços para comentários e compartilhamentos criam uma rede de relacionamento entre os seguidores do canal entre si e com a autora.

As observações aqui trabalhadas caminham, nesse sentido, para a compreensão das *videografias de si* como um interessante campo de observação de sua construção como um processo em constante ressignificação – não só do sentido do vídeo, como também das redes de relacionamento e afeto que se formam na dinâmica gerada pela constante intervenção entre autor e espectador e entre espectadores do canal.

## REFERÊNCIAS

ANTOUN, Henrique (Org). **Web 2.0: Participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p. 7-9.

BENJAMIN, Walter. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: \_\_\_\_\_. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 197-221.

BENTES, Ivana. Mídia-arte ou as estéticas da comunicação e seus modelos teóricos. In: FATORELLI, Antonio; BRUNO, Fernanda (orgs). **Limiares da imagem: tecnologia e estética na cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

COSTA, Bruno César Simões. Personagens de si nas videografias do YouTube. In: **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v.12, n.2, maio./ago. 2009a, p.206-219. Disponível em: <[https://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/view/958/898](https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/958/898)> Acesso em: 10/01/2016.

\_\_\_\_\_. “Práticas Autobiográficas Contemporâneas: as videografias de si”. In: **Doc On-Line**, 2009b, n. 6, p. 141-157, ago. Disponível em: <[http://www.doc.ubi.pt/06/artigo\\_bruno\\_costa.pdf](http://www.doc.ubi.pt/06/artigo_bruno_costa.pdf)>. Acesso em: 10/01/2016.

LEMOS, André. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. In: **urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana**, p. 155-166. Disponível em: <http://www2.pucpr.br/reol/index.php/URBE/pdf?ddl=4469> . Acesso 10 /10/2016.

---

MONTAÑO, Sonia. Apontamentos para a pesquisa do audiovisual em plataformas de vídeo. *In: Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro, 2015.

SCHITTINE, Denise. *Blog: comunicação e escrita íntima na internet*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

**VAMOS nos amar virtualmente.** TEDx Talks. Palestra de Júlia Tolezano. 2015. 11min57s, cor. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zbkImGWtyK0>. Acesso 10/10/2016.