



EntreMigas: Uma Análise Etnográfica Sobre as Comunidades Participativas (Proposta - Interação, Engajamento e Participação em Comunidades Virtuais) ¹

Jorge Felipe Henríquez CHAMORRO ²

Lúcia Iara BANDEIRA³

Silvio Simão de MATOS ⁴

RESUMO

No presente texto, apresentaremos um estudo de caso sobre a comunidade do canal do *Youtube*, “Entremigas”, iniciativa conduzida por mulheres que falam sobre cultura Pop e os motivos de saída do canal Omelete, onde eram antigas participantes do grupo de criadores. Um caso que nos leva a estudar as divergências entre comunidades saudáveis e toxinas na internet e seus comportamentos misóginos. Diante dessa perspectiva, temos o seguinte problema de investigação: Como as apresentadoras do canal Entremigas conseguiram estabelecer uma comunidade saudável após a saída do canal Omeleteve?

Um dos maiores desafios para os criadores de conteúdo na internet é criar uma comunidade saudável, com um público engajado com o conteúdo, sem apresentar grupos com discurso de ódio, comumente chamados de *haters*. Para a pesquisadora Marielle Kellermann Barbosa (2017), em seu artigo “A questão do íntimo na internet. Youtubers como psicanálise do cotidiano”, o *hate* surge a partir do momento em que o *Youtuber* apresenta um posicionamento diferente do idealizado por este indivíduo, ocorrendo a quebra da intimidade imaginada. Os *haters* são, então, pessoas envolvidas com o conteúdo postado, no entanto, seus objetivos são espalhar discurso de ódio, machismo, racismo e outros ataques com intuito de desmoralizar o criador, atacando não apenas o seu conteúdo, mas a sua identidade como pessoa (BARBOSA, 2017).

Para a investigação apresentada, foi usado o método de pesquisa qualitativo baseado em etnografia na web (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2011), que contribui para que pesquisadores estudem e façam análises relacionadas sobre diferentes aspectos que envolvem o ambiente das redes sociais na internet, incluindo as comunidades virtuais, compreendendo que

¹ Trabalho apresentado na disciplina Pesquisa de Mercado, realizado de 19 de outubro a 07 de dezembro de 2021.

² Estudante de Graduação, 5º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Univille, e-mail: jorfeli24@gmail.com

³ Estudante de Graduação, 5º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Univille, e-mail: luciabandeiraf@gmail.com

⁴ Orientador do Trabalho, Doutor em Comunicação e Cultura/UFRJ. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Univille, e-mail: silvio.simon@univille.br

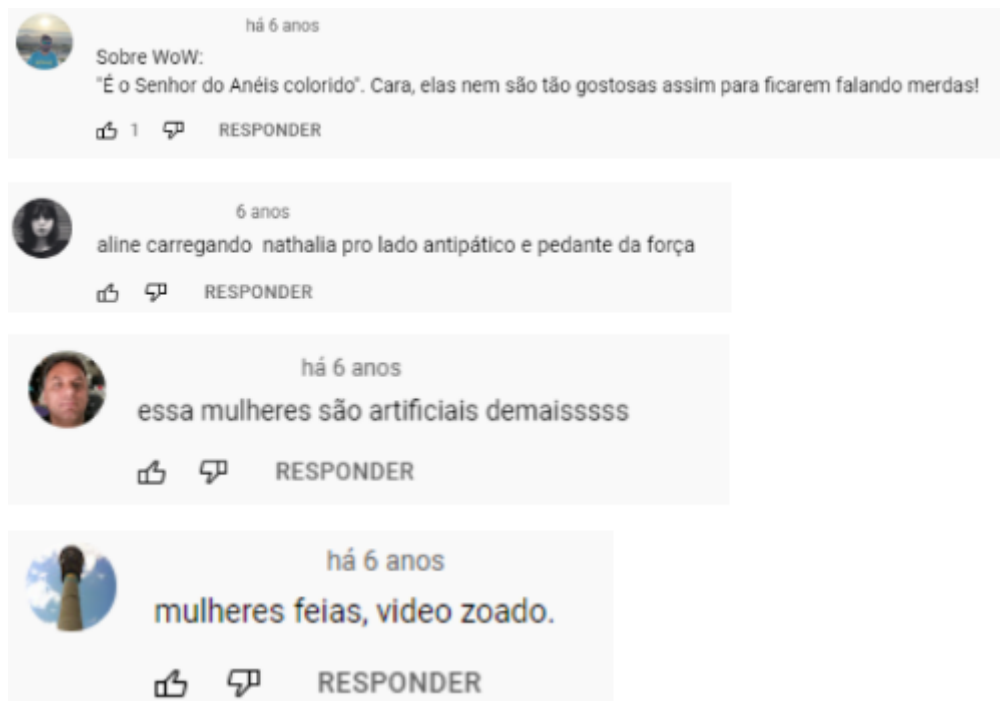


para chegar a uma visão mais aprofundada é preciso ter um contato real com a cultura e o ambiente para assim analisá-la. Rocha (2006, p. 74) aponta que investigações que utilizam a etnografia como referência permitem uma “[...] a captação de informação cultural em fonte primária, o relato das práticas sociais, a análise do discurso e a interpretação das representações dos informantes”. A partir dos pressupostos da etnografia na web, foram traçados os processos de investigação e assim obter dados relacionados ao objetivo do texto, que é identificar como as apresentadoras do canal Entremigas conseguiram estabelecer uma comunidade saudável após a saída do canal Omeleteve.

Com intenção de entender as diferenças entre comunidades saudáveis e tóxicas, foi usado como objeto de estudo dois canais de *Youtube*, o Omelete, criado em 2007 e atualmente um dos maiores sites sobre cultura pop no Brasil, que conta hoje, dia oito de maio de 2022, com mais de 2.6 milhões de inscritos, mais de 3 mil vídeos postados e 552 milhões de visualizações e o canal EntreMigas, criado em 2020, conta com 82 mil inscritos, 193 vídeos publicados e cerca de 3.6 milhões de visualizações. O enfoque realizado na pesquisa foi a comparação de comentários destinados às influencers Aline Diniz, Patricia Gomes e Natalia Bridi, as mesmas participantes dos canais citados, analisando as divergências de comportamento dentro das comunidades. Para a seguinte pesquisa, em total, foram analisados 30 vídeos, 15 do canal Omelete e 15 do canal Entremigas. para posteriormente retirar 28 comentários dos mesmos para uma base argumentativa.

Ao analisar o público, percebe-se que ambos os canais são muito próximos e se interessam pelos mesmos assuntos como cultura pop, filmes e séries sobre super heróis, livros, quadrinhos e games. Segundo a pesquisa “Geek Power 2019”, divulgada pelo Instituto MindMiners, durante a “Unlock CCXP 2019”, o público majoritário desse tipo de conteúdo na internet tem idade entre 20 a 34 anos e pouca diferença de interesse entre as classes B, C e D (cada uma representa entre 28% a 30%), deixando de forma notória que as diferenças entre as comunidades são em sua maioria culturais. Como pode ser identificado na figura (a seguir) no canal Omelete os comentários destinados às apresentadoras possuem frequentemente abordagens voltadas para um discursos de ódio, sem exposição e troca de argumentos, com ofensas direcionadas e participação constante de pessoas identificadas com uma fala machista, que tentam desvalorizar a crítica apresentada sobre o filme ou série até mesmo os comentários positivos e elogiosos são mais discretos, curtos e pouco expressivos.

Figura 01: Comentários canal Omelete.



Fonte: “Expectativa 2016 do Bloco X!” - Canal Omeleteve ⁵

Em contrapartida, ao observar a comunidade criada no canal Entremigas, percebemos maior interatividade e participação dos inscritos, comentários de discordância geram debates mais saudáveis, com as partes apresentando os seus argumentos. Além disso, a própria comunidade gera novos tipos de conteúdo, como comentários relatando experiências pessoais relacionados aos filmes e séries abordados durante o vídeo. Um exemplo significativo se encontra no vídeo falando sobre a série “*Heartstoppers*”, produzida pela *Netflix*, obra que dialoga sobre questões como sexualidade e identidade por meio de um romance entre dois garotos.

Nos comentários do vídeo encontram-se pessoas falando sobre a importância da série para a sua identificação e representação de sua sexualidade de forma romântica e leve. Henry Jenkins, no livro “A Cultura da Convergência” defende que “[...] os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno” (JENKINS, 2009, p. 188). Ou seja, ele destaca como as

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=j41F5N0G_SQ&t=172s> Acesso em 22 de março de 2022.



relações com as mídias se tornaram mais participativas, as comunidades de fãs não são passivos diante ao conteúdo apresentado, eles, principalmente por meio da internet, desenvolvem conteúdos

inspirados pelas obras. No canal Entremigas, como vemos na Figura 2, isso não é diferente, pesquisando a comunidade é possível encontrar particularidades como *memes* e piadas que apenas aqueles que acompanham o conteúdo assiduamente entenderão, glossário próprio com criação de artes para explicar o significado de cada palavra comum dentro da comunidade, entre outras criações como *tweets* e *stories*.

Figura 02: Canais canal EntreMigas.



Fonte: “A dona da Marvel! O final explosivo de WandaVision” - Canal EntreMigas ⁶

Com base nas pesquisas realizadas, observa-se que uma das razões para a comunidade Entremigas ser mais pacífica e colaborativa pode estar relacionado ao próprio controle das criadoras em esclarecer para os inscritos o que é inaceitável naquele espaço, passando a ideia de que todos podem falar, desde que seja com argumentos e que discursos de ódio não serão tolerados. Além disso, as mesmas se abrem com a comunidade sobre como esses comentários as afetam e devido a relação próxima e de confiança criada como os mesmos a própria comunidade se autorregula para inibir as críticas sem fundamentos. Outro fator de importância é a *nichificação* do canal, independentemente o assunto sendo sobre cultura pop, algo comum e com muitas

⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=B6xHS-HWQIg>> Acesso em 22 de março de 2022



INTERCOM Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Balneário Camboriú - SC – 16 a 18/06/2022

peças acompanhando no *youtube* e outras redes, ou aqueles onde se percebe que o canal é um espaço que se configura para além de um portal sobre filmes e séries, situando-se como um

caminho para a divulgação, opinião e expressão de como as obras a tocaram, uma comunidade em si, esse público se torna muito mais específico dos que os dados demográficos apontam.

Após a exposição dos resultados, percebe-se que a partir das trocas e das interações, as *influencers* que atuam no Canal Entremigas conseguem discussões mais saudáveis e um forte engajamento a partir das interações que ocorrem nos vídeos publicados no Canal. Uma sugestão para continuação de trabalhos relacionados a esta temática é para abranger outros canais de cultura pop no Brasil, para em seguida analisar a sua comunidade, estudar suas divergências e buscar um padrão de comportamento que pode estar gerando essas comunidades, que possuem fluxos de contribuições tanto saudáveis como tóxicas.

PALAVRAS CHAVES

Comunidade participativa; haters; etnografia; youtube;

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Marielle Kellermann. A questão do íntimo na internet. Youtubers como psicanálise do cotidiano. *Ide (São Paulo)*, São Paulo, v. 39, n. 63, p. 99-115, 2017. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-31062017000100008&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 08 maio 2022.

CASTELLÓN, Lena. Pesquisa Geek Power 2019. Comunidade Geek aponta as marcas top of mind. Clube de Criação, 2019. Disponível em: <<https://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/pesquisa-geek-power-2019/>> Acesso em 01 de maio de 2022.

ENTREMIGAS. Dona da marvel! O final explosivo de WandaVision. YouTube, 05 de março de 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=B6xHS-HWQIg>> Acesso em 22 de março de 2022.

ENTREMIGAS. Heartstopper: Por que ela é tão importante (e fofa!). Youtube, 29 de abril de 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gWNUfV9PsSc>>. Acesso em 01 de maio de 2022.

ENTREMIGAS. YouTube, 23 de março de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/EntreMigas>>. Acesso em 08 de maio de 2022.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. 209 p.



INTERCOM Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Balneário Camboriú - SC – 16 a 18/06/2022

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria, 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

OMELETEVE. Expectativa 2016 do Bloco X! Youtube, 06 de janeiro de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=j41F5N0G_SQ&t=172s> Acesso em 22 de março de 2022.

OMELETEVE. YouTube, 07 de dezembro de 2007. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/omeleteve>>. Acesso em 08 de maio de 2022.

ROCHA, Angela da e ROCHA, Everardo. **Paradigma interpretativo nos estudos de consumo: retrospectiva, reflexões e uma agenda de pesquisas para o Brasil**. *Rev. adm. empres.*. Vol. 47(1):71-80. DOI:

ZANINI, Débora. O que é uma pesquisa etnográfica? Conheça a metodologia. Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados, 2015. Disponível em: <<https://www.ibpad.com.br/blog/comunicacao-digital/o-que-e-pesquisa-etnografica/>> Acesso em 07 de maio de 2022.