

CIBERFEMINISMO EM VLOGS DO YOUTUBE: VÍNCULO, AFETIVIDADE E COMBATE À GORDOFOBIA NO CANAL *ALEXANDRISMOS*¹

**CIBERFEMINISM IN YOUTUBE'S VLOGS:
BOND, AFETIVITY AND COMBAT TO FATPHOBIA IN THE ALEXANDRISMOS
CHANNEL**

Aline Lisboa²

Resumo

A proposta do trabalho tem como objetivo investigar de que modo a youtuber Alexandra Gurgel, em seu canal *Alexandrismos*, busca de forma estratégica criar vínculos entre ela e seus seguidores a partir da construção narrativa. Para tanto, utilizou-se o estudo de caso (YIN, 2001) como método que possibilita o recorte temático e a netnografia (KOZINETTS, 2014) como forma de analisar as interações entre a youtuber e os inscritos no canal, examinando de modo mais acurado quais estratégias são utilizadas e como os conteúdos interferem nessas interações. Em nosso aporte teórico utilizamos, principalmente, Di Felice (2017); Malini e Antoun (2013); Agamben (2005); Sodré (2006); Safatle (2015) e Sibilia (2016); Martinez Colado e Navarrete (2007).

Palavras-chave: Afeto. Ciberfeminismo. Gordofobia. Vínculo. Youtube.

Abstract

The purpose of the work in question is to investigate how youtuber Alexandra Gurgel, in her channel *Alexandrismos*, strategically seeks to create links between her and her followers from the narrative construction. In order to do so, the case study (YIN, 2001) was used as a method that allows thematic clipping and netnography (KOZINETTS, 2014) as a way of analyzing the interactions between youtuber and the channel subscribers, examining more accurately what strategies are used and how the contents interfere with these interactions. In our theoretical contribution we use, mainly, Di Felice (2017); Malini and Antoun (2013); Agamben (2005); Sodré (2006); Safatle (2015) and Sibilia (2016); Martinez Colado and Navarrete (2007).

Keywords: Affection. Cyberfeminism. Fatphobia. Bond. YouTube.

¹Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Redes de Comunicação, do VI ComCult, Universidade Paulista, Campus Paraíso, São Paulo – Brasil, 08 a 09 de novembro de 2018.

²Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”-UNESP, E-mail: aline.lisboa@unesp.br

Introdução

Fenômeno intrínseco ao net-ativismo, o ciberfeminismo se dá não apenas pela formação de múltiplas subjetividades na rede, como também pelas variadas formas de construções narrativas mediadas por diferentes plataformas. Proveniente da terceira onda feminista (década de 1990), que teve como um dos principais aspectos o uso das tecnologias digitais na incorporação de causas do movimento, o ciberfeminismo transformou-se ao longo do tempo e vem adotando novas práticas em seu percurso. Agora não basta apenas utilizar a tecnologia como suporte, é preciso conscientizar, articular movimentações e produzir conteúdos voltados às posturas mais interseccionais, ou seja, em consonância com a diversidade apresentada pelas mulheres como um todo.

Em nosso trabalho buscamos compreender de que modo arquiteturas da informação como o Youtube se apresentam dentro desse contexto atual do ciberfeminismo, examinando em específico o canal *Alexandrismos*, gerenciado pela youtuber Alexandra Gurgel. O foco da investigação utiliza como amostragem os vídeos postados no canal no mês de agosto de 2018 (08 vídeos), examinando as narrativas construídas, a fim de identificar quais as estratégias por ela empregadas na tentativa de construir vínculos com seus seguidores.

A partir da netnografia, com base em Kozinets (2014), identificamos alguns elementos discursivos que indicam como se dá a interação entre os atores sociais da rede – inscritos que comentam nos vídeos e a youtuber. A proposta estabelece ainda relações entre os dados quantitativos (número de visualizações, curtidas e comentários), com questões qualitativas levantadas em nossa análise preliminar. O uso do método Análise de Redes Sociais (ARS), com base em Recuero; Bastos e Zago (2015) auxiliou no processo de identificar os nós da rede e alguns elementos qualitativos que se destacam na formulação hipotética de nossos resultados preliminares.

Em nossos resultados apresentamos uma margem inicial do que depreendemos acerca dos dados levantados e das discussões teóricas amparadas em Sodré (2006), Safatle (2015) e Sibilia (2016), correlacionando as estratégias identificadas com teorias do afeto e conjecturas concernentes à construção de personas digitais, amplamente debatida pela autora citada anteriormente. Além disso, a importância da pesquisa se dá, em especial, por tratarmos de um tema ainda com poucos desdobramentos em pesquisas acadêmicas, a gordofobia, cerne da discussão levantada por Alexandra em seu canal e também por explorar a perspectiva

ciberfeminista em uma mídia social como Youtube, a qual se revela um verdadeiro ambiente propício à produção de subjetividades e à cultura participativa.

Da participação democrática às redes colaborativas: origem e fases do net-ativismo

Para além de pensar a história do net-ativismo a partir somente de seus aspectos históricos e sociais, pretendemos neste trabalho discorrer sobre o tema de acordo com a abordagem de Di Felice (2017), que traz à tona, principalmente, a questão histórica do net-ativismo relacionada às diversas formas de constructos de rede, observando como se deu em cada fase as ecologias participativas e interativas.

Com o intuito de tornar compreensível a acepção do autor acerca do termo net-ativismo, apresentamos sua definição:

[...] A expressão net-ativismo é uma construção linguística que deve ser compreendida como um oxímoro, composta pelo prefixo “net” e pela palavra “ativismo” e é utilizada para indicar este novo tipo de interação que através das redes digitais conecta diversos membros. Tais tipos de interações, portanto, devem ser compreendidas como distintas das ações transitivas do sujeito em direção ao externo e se configuram como a constituição de um novo tipo de ecologia (eko-logos) não mais opositiva e separatista, mas estendida às diversas entidades técnicas, informativas, territoriais, em forma reticular e conectiva. (DI FELICE, 2014).

Neste sentido, é possível pensar em novos processos comunicacionais e interativos que foram surgindo ao longo do tempo e que possuem relação direta não apenas com uma realidade tecno-informativa, mas, sobretudo com questões espaço-temporais, geografias de localização e arquiteturas da informação. As redes digitais aqui são percebidas como meio de reestruturação da base de produção e desenvolvimento industrial, o que, em uma acepção de Castells (1999), compete a elas condição suficiente para transformar os modos de participação da sociedade, que de burocráticos e verticalizados, passam a reticulares e horizontais, iniciando assim um processo mais democrático nas interações sociais mediadas por computador.

No tocante às fases em que se desenvolve o net-ativismo, Di Felice (2017) traz à tona três delas, que apresentam modelos diferenciados de ecologias comunicativas da interação, ou seja, modelos e práticas de participação distintos na rede e que estão diretamente associadas a cada momento histórico do net-ativismo. Dentre as fases destacadas pelo autor identificamos: a fase origem, com o surgimento do ciberativismo e influência do movimento *cyberpunk*; a

fase da rede descentralizada, em que movimentos políticos, como o neozapatismo, inauguram formas de participação, com base em um caráter transnacional e a organização de membros de um mesmo movimento na rede; e a fase das redes distribuídas, com a proliferação das redes sociais digitais, o avanço da web 2.0 e o advento de uma ecologia comunicativa de colaboração do net-ativismo.

A fase de origem, conhecida pelo surgimento do ciberativismo e do movimento *cyberpunk*³, emerge a partir dos anos noventa em um contexto marcado por novas práticas sociais e comunicativas de expressão na rede, que tinham como premissa a geração de conflitos não apenas ligados às questões de direitos humanos, civis e ambientais, mas, sobretudo, que apresentavam um caráter global focado em uma espécie de “guerrilha midiática” (DI FELICE, 2017, p. 148), ou seja, o uso dos *media* como estratégia de intervenção na defesa de causas mais amplas, de interesse coletivo.

Movimentos ligados aos direitos da mulher, como *Women’s Networking Support Programme*,⁴ surgiram nessa época no Canadá e se espalharam por outros países como México, Paris, Austrália, dentre outros, demarcando novas práticas de manifestações coletivas que surgiam na rede. Formas de protestos e experimentações participativas estavam surgindo naquele contexto inicial de 1990, caracterizando essa primeira fase do net-ativismo, ainda conhecido por ciberativismo, como instrumental em relação ao uso da internet, justamente por utilizá-la muito mais como um suporte aos movimentos e causas globais realizadas em *off-line*, do que por torná-la o centro da criação de conflitos em sua ação ativista.

Entretanto, com o decorrer do tempo, o movimento *cyberpunk* vai remodelando o ativismo digital, transferindo seu caráter instrumental do uso da internet como apoio às causas já realizadas, para o cerne da questão em si, configurando assim novas arquiteturas informacionais, a partir da criação de espaços próprios na criação de conflitos em um ambiente virtual. Dava-se a largada na difusão de uma série de atividades que imprimiam pluralidades de visões de mundo, filosofias próprias, que iam à contramão do pensamento hegemônico ocidental. Instaurava-se, de fato, as bases para argumentação de práticas net-

³ O movimento cyberpunk não foi uma simples transferência do movimento punk para o ambiente digital. Era um movimento complexo que tinha como objetivo a crítica à sociedade contemporânea, por meio da ficção, da construção de metáforas e de mundos virtuais, em que ações políticas estavam intrínsecas às questões tecnológicas. Além disso, eram rediscutidos temas como o corpo e sua biodiversidade, o corpo cyborgue e a biotecnologia, o futurismo nanotecnológico, dentre outros.

⁴ Redes informativas de mulheres que utilizavam boletins eletrônicos como forma de ativismo.

ativistas apoiadas em uma lógica de cunho político, que caracterizava novos modelos de ecologias de interação, consequentemente novos modos de participação coletiva na rede.

Essa fase foi marcada ainda pela criação de zonas autônomas temporárias e o terrorismo poético, iniciativas de Hakim Bey, pseudônimo criado por Peter Lamborn Wilson, um dos ícones pioneiros do movimento net-ativista, também conhecido por seu anarquismo ontológico e por ser um dos principais influenciadores da cultura *hacker*. Além disso, Bey incitava a criação de um terrorismo poético, ou seja, “subverter a lógica racional e funcionalista da vida cotidiana, abrindo o indivíduo a uma dimensão poética e criativa” (DI FELICE, 2017, p. 145), em outras palavras, seu desejo era invadir espaços públicos e privados, casas, ambientes de trabalho, dentre outros, através de computadores e disseminar mensagens poéticas de valores subversivos.

No entanto, não apenas Hakim Bey foi uma figura importante nesta primeira fase do net-ativismo, outro nome relevante é o de Luther Blissett, identidade coletiva utilizada por diversas pessoas espalhadas no mundo, a fim de executar o ativismo na rede. O chamado “terrorismo midiático” foi uma das principais propostas de grupos que utilizavam esse pseudônimo. O intuito era a distribuição de notícias falsas para a grande mídia, com o objetivo de despertar a atenção dos meios de comunicação, em especial de jornalistas, em seguida, após a difusão dessas notícias pela mídia de massa, os grupos intitulados Blissett revelavam a todos que aquilo tudo não passava de notícias falsas (*fake news*), desarticulando a credibilidade da mídia de massa, em especial o jornalismo, e questionando seu poder de influência e suas formas de controle sobre a sociedade.

Em sua segunda fase, ainda em um contexto da web 1.0, o net-ativismo revelou um caráter qualitativo em sua ecologia de interação. Isto se deu inicialmente com o movimento conhecido como neozapatismo⁵, que inaugurou novas formas de conflito comunicando os acontecimentos em primeira mão pelas redes. O neozapatismo, na verdade, fundou um formato de interação em rede até então nunca visto, já que promoveu o descentramento da transmissão da informação, até então realizada, primeiramente, pela mídia tradicional, instaurando um protagonismo de pessoas comuns nessa função.

⁵ Movimento formado por camponeses-indígenas de quatro etnias maias (choles, tzeltales, tzotziles, tojolabales) localizadas no Estado de Chiapas no México. Tem laços estreitos com o Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN), que representa a continuidade histórica da vertente radical da Revolução Mexicana encabeçada por Emiliano Zapata. Fonte: <http://latinoamericana.wiki.br/verbetes/z/zapatismo>

Conhecida pela descentralização da rede, a segunda fase net-ativista ainda apresentava um caráter menos voltado ao sujeito-ator e mais direcionado ao sistema colaborativo, entre membros dos movimentos sociais e a sociedade civil como um todo. O exemplo do neozapatismo é bastante emblemático, mormente porque essa forma de ativismo que estava surgindo havia sido construída pela resistência da cultura de povos indígenas – próprios de Chiapas, sul do México – em um contexto não ocidental e não inserido em uma lógica institucional política de tradição americana ou europeia. A questão se dava não apenas pelo dialogismo estabelecido entre as comunidades indígenas e a sociedade civil, mas principalmente por romper limites geográficos do conflito, tornando-o de impacto global em uma perspectiva pacífica, envolvendo ainda pessoas do mundo inteiro em uma causa aparentemente tão localizada. O conflito passa de local a global nesse universo da interação em rede, assumindo, portanto, um cunho desterritorializado, isto é, sem limites de fronteiras entre os envolvidos.

A difusão da banda larga, do sistema *wi-fi* e dos dispositivos móveis proporcionou um aumento significativo às práticas de interação na rede. Neste contexto da web 2.0 marcado pela geração de bancos de dados digitais; o surgimento de redes sociais *on-line* e o crescimento da cultura participativa, com a criação dos mais diversos tipos de conteúdos, propaga-se a experimentação de novas formas do net-ativismo, que entra em sua terceira fase com temáticas cada vez mais específicas e em condições habitativas de colaboração entre os grupos e as comunidades presentes na rede.

Ações como a do coletivo *Anonymous*⁶ em 2008 ilustram de forma clara os principais aspectos que vieram à tona nessa nova fase do net-ativismo, que amplia as discussões propostas por Luther Blissett e pelos neozapatistas, inserindo uma perspectiva em defesa da liberdade da rede, sem líderes, sem rostos e de forma extremamente organizada e radical quanto à descentralização do movimento. Além disso, o uso das redes para convocar a multidão às ruas também se iniciou nesta fase, que agora tem como aliada as arquiteturas da informação em seus diversos formatos, como Facebook, Twitter, Youtube, Blogs, dentre tantos outros conhecidos, proporcionando aos ativistas possibilidades diversas na construção de apelos midiáticos e estéticos.

Sobre o caso *Anonymous*, Di Felice (2017, p. 183) argumenta:

⁶ Originado em 2003, baseia-se no conceito criado por Luther Blissett, que representa todos do grupo com uma identidade compartilhada, entretanto neste caso todos não possuem nome, nem mesmo uma identidade.

Em todos esses casos e em muitos outros, as arquiteturas informativas permitiam a emergência de uma forma espontânea de participação, autônoma, não mais dependente das centrais de gestão e monopolização ideológica das agências de mediação da participação (partidos, sindicatos e movimentos sociais mais ou menos institucionalizados) e, ao mesmo tempo, a ampliação da atuação de novos movimentos que, graças ao poder de difusão das redes, conseguiram, em pouco tempo, formas significativas de impacto e consenso.

Neste contexto, o net-ativismo passa a assumir um significado diferenciado no que tange à geolocalização. As ações se encontram simultaneamente em formatos presencial e digital. A ubiquidade e a mobilidade passam a ser constantes no que caracteriza as ações net-ativistas, permitindo aos insurgentes que documentem, registrem e se transitem continuamente entre um ambiente e outro. Percebe-se, contudo, que as interações em rede ganham um novo patamar, tornando-se mais complexas em suas ecologias participativas. O que proporciona o surgimento de tipologias e novas formas de conflitualidade na rede, identificadas a partir de uma pesquisa realizada pelo Centro Internacional de Pesquisa Atopos – ECA/USP⁷, que subdividiu as tipologias da interação net-ativista em pelo menos quatro: net-ativismo frontal; imersivo; dialógico e ecológico.

As quatro categorias diferenciam-se basicamente pelo tipo de interação que cada uma apresenta, sendo a frontal conhecida pelo seu ativismo exclusivamente *on-line*, sem um grau de envolvimento maior; a imersiva pela participação intensa, frequente e prolongada, mas ainda em um campo exclusivamente *on-line*; a dialógica, considerada a mais comum entre as tipologias net-ativistas, que inicia no ambiente digital, se estende às ruas, mas permanece intercambiando entre um e outro, expressando um agir interativo dos sujeitos com arquiteturas da informação em uma contínua desterritorialização. E, por fim, a ecológica, que exprime a expansão das interações a elementos não humanos, inclusive animais, biomas, climas, etc. Entretanto apesar do net-ativismo apresentar quatro tipologias que se diferenciam em alguns aspectos, em nosso trabalho daremos ênfase à segunda delas, identificada como imersiva, a qual está inserida o canal *Alexandrismos*, foco de nossa investigação.

Ciberfeminismo como forma de ativismo e a importância de arquiteturas da informação

⁷ De acordo com o próprio site do grupo, “o ATOPOS é uma rede internacional de pesquisa formada por pesquisadores de diversas áreas que, em diversos países, investigam o impacto das tecnologias digitais nos distintos âmbitos da sociedade atual”. Fonte: <http://www.atopos.com.br/sobre-o-atopos/>

A perspectiva ciberfeminista é defendida como “uma prática feminista em rede, que tem por intuito, tanto politicamente, quanto esteticamente, a construção de novas ordens e desmontagem de velhos mitos da sociedade através do uso da tecnologia”. (COLLADO; NAVARRETE, 2006). Essa abordagem parte de uma concepção pós-feminista, após as décadas de 1960 e 70, que encontra na rede um campo aberto para o ativismo político, seja questionando as formas de controle do patriarcado sobre o funcionamento das Tecnologias da Informação e da Comunicação; seja utilizando a web como território tecnológico ao colocar em xeque as questões de gênero.

Apoiado em uma lógica da convergência cultural, em que os consumidores passaram a adotar comportamentos mais ativos e, sobretudo, produtivos na internet, é imprescindível destacar a importância de examinar, com mais afinco, fenômenos próprios do ambiente digital (BURGESS; GREEN, 2009), em especial aqueles que vêm conquistando espaço através da cultura participativa, como a criação de canais alternativos no Youtube, os vlogs, que possibilitam a produção e distribuição de conteúdos de forma vertiginosa. Neste caso, a proposta do trabalho tem como foco investigar como se dá o ciberfeminismo em vlogs que trabalham a causa da gordofobia, em especial através da análise do canal *Alexandrismos*, da influenciadora digital Alexandra Gurgel.

É salutar ratificar a importância das arquiteturas de informação em relação ao net-ativismo dialógico, sobretudo por desenvolver práticas e interações colaborativas com a ausência de hierarquias formais. Outro aspecto relevante possibilitado pelas arquiteturas de informação é a recusa do diálogo direto com instituições e uma ausência de ideologia comum, isto é, uma autonomia individual do pensamento, que não precisa necessariamente da aprovação coletiva, nem de qualquer movimento organizado. O net-ativismo proporciona às pessoas a chance de exprimir suas ideias e reivindicar suas causas de forma personalizada e de modo original, como é o caso da criação de grupos, comunidades e páginas em sites de relacionamento ou canais em plataformas de vídeo, que destacam temas específicos e compartilham conteúdos próprios de cada sujeito-ator.

O ciberfeminismo se faz presente em instâncias diferenciadas dessas arquiteturas da informação, desde blogs, páginas no Facebook, perfis no Twitter e Instagram, até canais do Youtube, sempre com temas voltados ao ativismo digital com foco no feminismo e temas correlatos, direcionados às mulheres cisgênero e/ou transgênero. A proposta de utilizar um canal do Youtube para fins de análise justifica-se pelo fato deste ser, no momento, um meio

de alto impacto na rede, que vem não apenas conquistando consumidores/seguidores, como também tem propiciado ao ambiente digital uma profusão de novos produtores de conteúdo, dos mais variados tipos.

Os aspectos plásticos e discursivos do Youtube, quando entrelaçados, geram significados múltiplos e lançam mão de mecanismos de exercício do poder; situando os youtubers, ora como “micro *pop stars* da irrelevância online”, como reforça Malini (2013, p. 162), ora como seres engajados na insurgência de práticas e discursos de dominação hegemônica, instituídos pelas mídias tradicionais. Inserido nesse contexto, passaremos a análise do canal *Alexandrismos*, observando como se dá a criação de vínculos e/ou conexões entre a youtuber Alexandra Gurgel e seus seguidores, a partir das interações entre eles no canal.

Conexão, vínculo e afetividade: o caso do vlog *Alexandrismos* no combate à gordofobia

Em nossa proposta de análise selecionamos o canal *Alexandrismos*, gerenciado pela youtuber Alexandra Gurgel, que trata de um tema ainda pouco presente em pesquisas acadêmicas e discussões de ordem generalizada, a gordofobia, que segundo Arraes (2014): “É uma forma de discriminação estruturada e disseminada nos mais variados contextos socioculturais, consistindo na desvalorização, estigmatização e hostilização de pessoas gordas e seus corpos.”

A proposição do canal *Alexandrismos* tem por base não apenas combater o comportamento gordofóbico, como também motivar pessoas que estão acima do peso a trabalharem sua autoestima a partir de um movimento chamado de *body positive*⁸, que literalmente significa “corpo positivo”, no entanto a premissa maior dele é incentivar essas pessoas a cultivarem mais o amor próprio e aceitarem seus corpos de forma positiva através da diversidade.

Por se tratar de um dos canais mais expressivos (alto número de seguidores e visualizações dos vídeos) que tratam do tema gordofobia selecionamos, com base no estudo de caso, o vlog *Alexandrismos*. Para fins de análise, estabelecemos um recorte temporal com

⁸ Fundado por Connie Sobczak e Elizabeth Scott esse movimento surgiu em 1996 nos EUA e tem como força principal o ativismo digital, em especial a partir de mulheres que buscam lançar olhares positivos sobre corpos que estão fora do padrão e estimular as pessoas a se aceitarem e se amarem como são. Fonte: <https://www.thebodypositive.org/>

os vídeos postados em agosto de 2018, totalizando 08 vídeos, e empregamos a metodologia da netnografia, com base em Kozinets (2014). A abordagem utilizada é quanti-qualitativa, já que realizamos um levantamento sobre números de curtidas, comentários e visualizações dos vídeos em relação aos temas, a fim de compreender inicialmente os interesses dos seguidores sobre o conteúdo criado pela youtuber e em seguida utilizamos a Análise de Redes Sociais (ARS), com base em Recuero; Bastos; Zago (2015), a fim de realizar a interpretação dos dados adquiridos na etapa de levantamento e coleta. Em um primeiro levantamento (etapa de coleta) nos deparamos com os seguintes resultados:

Tabela 1 – Levantamento quantitativo do canal

LEVANTAMENTO 01	
QUANTIDADE DE INSCRITOS NO CANAL	354.758
TEMPO DO CANAL	02 anos e 08 meses (início: 22/12/2015)
QUANTIDADE DE VÍDEOS POSTADOS NO MÊS DE AGOSTO	08

Fonte: <https://www.youtube.com/channel/UC2LQ5jMieMZjb5k5Gprp2JQ/videos>

Essa primeira tabela faz referência aos dados quantitativos do canal que nos interessam para auxiliar na compreensão do grau de influência da youtuber Alexandra Gurgel. Por apresentar menos de 500 mil inscritos, podemos considerá-la uma microinfluenciadora e não, necessariamente, uma influenciadora digital. Sobretudo porque a mesma trata de um tema mais específico, considerado de nicho, e possui um número de inscritos menor do que os especialistas consideram⁹ relevante para se tornar uma influenciadora de fato. Além disso, o tempo do canal é de apenas dois anos e oito meses, o que nos leva a considerar que o mesmo está em vias de construção, tanto do ponto de vista da criação de conteúdos, quanto da consolidação de audiência.

A partir de observações empíricas sobre canais¹⁰ já consolidados, percebemos que o tempo mínimo para youtubers alicerçarem a audiência, com um público mais fidelizado é de pelo menos 03 a 04 anos, o que implica no terceiro item levantado nesta tabela, ou seja, o

⁹Principais diferenças entre micro influenciadores e influenciadores digitais, fonte: <http://agenciaeuphoria.com.br/macro-x-micro-influenciadores-entenda-as-diferencas/>

¹⁰ Realizamos uma pesquisa empírica acerca de canais considerados grandes, de influenciadores digitais conhecidos como Whindersson Nunes, Felipe Neto, Jout-Jout prazer e Acidez feminina para comparar a outros canais menores em relação a tempo x conquista de seguidores no canal. Alguns deles só atingiram a marca de 1 milhão de seguidores após 2 anos e meio a 3 anos de duração.

número de postagens por mês. Identificamos a priori, que Alexandra (entre os meses de abril e agosto de 2018) possui uma frequência de postagem relativamente alta, com pelo menos dois vídeos semanais. Esse dado também ratifica nossas considerações sobre o fato de que canais iniciais ou em construção possuem uma frequência de postagem maior do que canais já consolidados, enquadrando o canal *Alexandrismos* em uma categoria de vlogs que ainda buscam a fidelização de um público, apesar do aparente grau de penetração do conteúdo da youtuber em relação aos seguidores.

Tabela 2 – Levantamento quanti-qualitativo do canal

LEVANTAMENTO 02					
NÚMERO/ DATA DO VÍDEO	TÍTULOS DOS VÍDEOS	TEMAS DOS VÍDEOS	NÚMERO DE VISUALIZ AÇÕES	NÚMERO DE CURTIDA S	NÚMERO DE COMENTÁR IOS
01 – Postado em 01/08/2018	Toda grandona no RJ	Vídeo promocional da festa Toda grandona no RJ	14.286	2,3 mil	169
02 – Postado em 06/08/2018	Não vou desistir do Youtube (desabafo)	Desabafo da youtuber sobre estar sumida do canal; a importância de fazer terapia.	56.789	9,6 mil	958
03 - Postado em 10/08/2018	ADPF 442, evento com Dráuzio Varella, série Dietland e +	Evento com Dráuzio Varella; aborto; a marca “Toda grandona” e a oferta de roupas para gordos; série Dietland.	31.855	5 mil	439
04 – Postado em 12/08/2018	Série insatiable, da Netflix: minha opinião sincera	Crítica sobre a série Insatiable (a pedidos dos inscritos no canal)	358.300	38 mil	3.111
05 – Postado em 14/08/2018	Maquiagem de balada + Foto da Cleo Pires de toalha	Dicas de maquiagem; sobre Cleo Pires usar toalha e empoderamento	85.935	10 mil	615
06 – Postado em 17/08/2018	Pare de se odiar porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário – meu livro	O processo de escrita do livro; o objetivo do livro; incentivo à compra do livro.	29.566	5,8 mil	558
07 – Postado em 19/08/2018	O que é uma mulher padrão?	Padrões construídos sobre o que é ser feminina; pressão estética e privilégios sobre quem está dentro do padrão.	107.528	19 mil	1.161
08 – Postado em	10 dicas de como sobreviver ao	Dicas e conselhos acerca de experiências em relação ao	75.720	12 mil	876

26/08/2018	ensino médio (que eu daria pra mim)	ensino médio; bullying; preconceito; questões da adolescência (voltado a um público adolescente).			
------------	-------------------------------------	---	--	--	--

Fonte: <https://www.youtube.com/channel/UC2LQ5jMieMZjb5k5Gprp2JQ/videos>

A tabela 2 indica um levantamento de caráter quanti-qualitativo que realizamos a partir das datas de postagens dos vídeos, compreendendo um período de 01 a 26 de agosto de 2018. Através do levantamento identificamos a variabilidade dos temas abordados pela youtuber, que vão desde dicas de maquiagem até conselhos para adolescentes, no entanto um tema em comum se sobressai dentre os conteúdos criados para o canal, a questão da gordofobia. Alexandra se utiliza de mecanismos temáticos secundários para em todos os oito vídeos abordar questões relacionadas ao seu tema principal.

Um indicador importante sobre o interesse dos seguidores nos temas é o número de visualizações acerca desses vídeos. Percebemos que os vídeos 04 e 07 foram os mais visualizados, curtidos e comentados e verificamos esses dados com base no método de levantamento que associado à Análise de Redes Sociais (ARS), em consonância com Recuero; Bastos; Zago (2015) compõem os procedimentos metodológicos da nossa pesquisa netnográfica. É salutar destacar que nossa análise baseou-se em uma rede denominada pelos autores de “egocentrada” (p.59), isto é, a coleta de dados se deu a partir de uma rede composta por um ator específico, neste caso Alexandra. O foco da coleta é a conexão entre o ator (ego) e os nós que compõem essa rede egocentrada, mais centralizada do que redes inteiras.

Interpretamos os dados da tabela 2 em um viés qualitativo, embora os quantitativos sirvam para algumas elucidações, como por exemplo, o motivo dos vídeos 04 e 07 serem os que apresentam mais visualizações, curtidas e comentários. Em nossa análise observamos que os chamados nós da rede, ou seja, “representação dos atores da rede social escolhida” (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015, p. 54), interagem mais entre si e com a youtuber nestes vídeos do que nos demais analisados. Isso se dá no vídeo 04 por ser um tema muito pedido pelos inscritos do canal, a crítica à série *Insatiable* da Netflix; e no vídeo 07 por ser um tema mais amplo, que atinge mais seguidores e discute didaticamente o que é um corpo considerado padrão.

Outro dado qualitativo importante analisado é em relação aos comentários realizados pelos inscritos no canal de acordo com o discurso da youtuber. No vídeo 02, por exemplo,

identificamos a maioria dos comentários como a de seguidores fixos que acompanham o canal pedindo que a youtuber não o cancele ou não deixe de postar conteúdo nele. Alguns desses comentários apresentam forte carga afetiva, afirmando que suas vidas mudaram após “conhecerem” a youtuber, o que nos conduz a inferir que os “laços relacionais” (KOZINETS, 2014, p. 52) entre esses atores podem chegar a um grau mais profundo formando até mesmo vínculos, entretanto, de acordo com nossas notas de campo, isso se daria mais para o seguidor do canal do que para a youtuber, diretamente. Embora neste mesmo vídeo, Alexandra destaque sua insatisfação com as críticas negativas recebidas por alguns de seus seguidores, reforçando assim o quanto isso a afeta e implica em mudanças de sua postura em outros vídeos.

Outra característica que aponta indicadores de vínculos na conexão estabelecida entre atores sociais na rede é modo como a youtuber estrategicamente constrói suas narrativas, sempre tentando demonstrar que ela e seus seguidores possuem um relacionamento muito próximo e informal. O vídeo 05 que traz como mote dicas de maquiagem e comentários acerca da Cléo Pires de toalha exemplifica bem o que afirmamos anteriormente, já que o mesmo apresenta Alexandra em uma típica situação própria de amigos íntimos, mostrando a mesma se maquiando e falando, concomitantemente, sobre assuntos do cotidiano.

No entanto, algo importante também observado em nossa pesquisa é a forma como a youtuber se utiliza de seu grau de penetração sobre o público para influenciá-lo na compra de seu livro, de roupas da sua grife ou ainda de ingressos da festa em que ela é uma das atrações. Aqui percebemos o quanto o valor agregado à figura da youtuber se torna relevante e fundamental no papel de influenciar seus seguidores. É o que Recuero; Bastos; Zago (2015) vão chamar de “capital social”, outro elemento importante na Análise de Redes Sociais e que nesta pesquisa torna-se salutar para compreender-mos o grau de motivação dos seguidores sobre o canal *Alexandrismos* e o porquê da formação desses vínculos entre os nós na rede. Avaliamos que esse capital social observado em Alexandra sobre seus seguidores é fruto dos conteúdos específicos postados em seu canal.

Através dos comentários analisados nos oito vídeos de nossa amostragem, identificamos que boa parte dos inscritos no canal se interessam pelo tema gordofobia e a maioria dos que interagem são mulheres, as quais muitas também afirmam seu interesse por temas ligados ao universo feminino e até mesmo o feminismo (postura adotada abertamente pela youtuber). Além disso, em nossa análise os resultados apontam que os laços sociais se

dão mais abertamente entre a youtuber e os atores sociais considerados “devotos e confidentes”, de acordo com Kozinets (2014, p. 38), ou seja, aqueles seguidores que demonstram um grau de importância maior com o que é dito pela youtuber e participam ativamente fazendo relatos pessoais de acordo com o tema abordado em cada vídeo, no entanto, segundo o autor, esses participantes não se envolvem tanto entre si, demonstrando um profundo interesse apenas pelo emissor da mensagem, neste caso Alexandra; sendo, de fato, o que percebemos em nossa análise.

Considerações finais

O que podemos depreender da pesquisa em questão é que novas configurações midiáticas vêm pautando modelos comunicacionais e políticos na esfera pública e o caso do net-ativismo é um deles. O ciberfeminismo se destaca como uma das formas de manifestação desse ativismo digital, situando-se em pelo menos três subtipos diferenciados: frontal, imersivo e dialógico, sendo a nossa investigação aqui focada no segundo tipo.

A política dos afetos, discutida por autores como Sodré (2006) e Safatle (2015), ganharam espaço em pesquisas acadêmicas mais recentemente e teorizam sobre identidade coletiva e força afetiva de identificação, questões as quais podemos interligar diretamente com nosso objeto de estudo em questão, os afetos produzidos em rede através das estratégias narrativas criadas por youtubers. Deste modo, condensamos nossos resultados em investigações preliminares acerca da temática, chegando a algumas conclusões iniciais que indicam a) construções narrativas da youtuber pautadas em uma forte autorreferencialidade, como estratégia de aproximação com o público; b) a vida como relato é outra estratégia utilizada, sobretudo porque existe uma linha tênue entre autor-narrador-personagem, criada por Alexandra; c) a promoção da “extimidade”, ou seja, o que Sibilia (2016) vai denominar de espetacularização da intimidade, como ponto central da tentativa de criar vínculos entre ela e seus seguidores. Isso se dá também pelo modo como a youtuber gesticula e utiliza de conteúdos que causem empatia no espectador, alguns deles, inclusive, a pedidos do próprio; e por fim, d) uma espécie de contradição entre um discurso net-ativista, pautado no ciberfeminismo, e um modelo de negócios que estimula o consumo, ainda que seja voltado a um público formado por uma minoria. Este aspecto é um dos mais evidenciados nos canais que se intitulam como feministas, o *Alexandrismos* é apenas um deles.

Referências

- ARRAES, Jared. Revista Fórum. Gordofobia como questão política e feminista. (2014). Disponível em: <https://www.revistaforum.com.br/digital/163/gordofobia-como-questao-politica-e-feminista/>. Acesso: 04 set. 2018.
- BURGESS, J.; GREEN, J. (2009). **Youtube e a revolução digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph.
- CASTELLS, Manuel. (1999). **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra.
- CENTRO DE PESQUISA ATOPOS – USP. Disponível em: <http://www.atopos.com.br/>. Acesso: 02 set. 2018.
- COLLADO, Ana Martinez y e NAVARRETE, Ana. Ciberfeminismo: também uma forma de ativismo. (2007). Disponível em: <http://www.rizoma.net/interna.php?id=220&secao=desbunde>. Acesso: 04 ago. 2018.
- DI FELICE, Massimo. (2017). **Net-ativismo**: da ação social para o ato conectivo. São Paulo: Paulus Editora.
- _____. Net-ativismo e ecologia das interações nas redes digitais. Disponível em: <https://www.massimodifelice.net/cpia-de-epistemologia-reticulares->. Acesso: 29 ago. 2018.
- GURGEL, Alexandra. Canal Alexandrismos. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC2LQ5jMieMZjb5k5Gprp2JQ/videos>. Acesso: 02 ago. 2018.
- KOZINETTS, Robert V. (2014). **Netnografia**: Realizando pesquisa etnográfica on-line. Porto Alegre: Penso.
- MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. (2013). **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre, RS: Sulina.
- RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. (2015). **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Sulina.
- SAFATLE, Vladimir. (2016). **O circuito dos afetos**: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo. São Paulo: Autêntica.
- SIBILIA, Paula. (2016). **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. 2ª ed. Rio de Janeiro: Contraponto.
- SODRÉ, Muniz. (2006). **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes.
- YIN, R. K. (2001). **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre, RS: Bookman.