



# II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

## MOVENDO AS ESTRUTURAS:

### A discussão da (re)configuração do midiativismo no *YouTube*

Marco Túlio Pena Câmara<sup>1</sup>

Resumo: O presente trabalho discute o midiativismo no *YouTube*, a partir da análise de dois vídeos do canal *Jout Jout Prazer*, a partir das estratégias discursivas e as novas formas de produção impulsionadas pelas TICs.  
Palavras-chave: Midiativismo; Internet; *YouTube*.

Por meio da Internet, os papéis anteriormente firmados em mídias tradicionais de produtor e receptor se misturam, abrindo a possibilidade mais ampla e livre da produção de conteúdo. Pensando nessa interação, o ativismo também teve seu ambiente de ação revisto. Por meio das tecnologias da comunicação, os ativistas tem a chance de exporem seus discursos individuais ao alcance mundial, permitindo uma identificação coletiva. Com base nessa relação do ativismo com as mídias, chegamos ao conceito de midiativismo, ainda em construção e profundo debate acadêmico. De forma resumida, tomemos como exemplo a definição dada por Eusebio (2016) na busca de conceituação do termo, em que o midiativismo talvez seja “a teoria do ativismo que utiliza a mídia e as tecnologias de comunicação para os movimentos sociais e políticos”<sup>2</sup>, considerando a Internet como meio que consolida essa prática já anteriormente observada. Dessa forma, concordamos com a ideia de que o midiativismo visa à mudança social, partindo de problematizações que se dão e são incentivadas em vídeos do *YouTube*, aos quais nos debruçamos. Assim, este artigo pretende analisar como ocorre o midiativismo no *YouTube* a partir de dois vídeos de um mesmo canal, com temáticas que se assemelham em sua relação com o ativismo exercido na Internet com o ativismo realizado na vida social, considerado como “ativismo em si”. O objetivo deste trabalho, então, é abordar o que já está sendo discutido sobre o conceito de midiativismo, aplicando-o no caso do *YouTube* enquanto ambiente midiático que permite a produção de conteúdo por parte dos próprios internautas. Assim, escolhemos o canal *Jout Jout Prazer*, de

<sup>1</sup>Doutorando em Linguística Aplicada pela Unicamp. Orientador: Rodrigo Lima-Lopes. E-mail: [marcotuliocamara@gmail.com](mailto:marcotuliocamara@gmail.com).

<sup>2</sup> Tradução livre para: “media activism is the theory of activism that utilizes media and communication technologies for social and political movements”. Fonte: <http://www.andreweusebio.com/writingresearch/mediaactivism>



# II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

grande alcance nacional, que trata, entre outros assuntos, dessa seara de ativismos e lutas considerando a reconfiguração midiática atual. Um dos mais populares canais do *YouTube*, ele tem 1.669.524 inscritos e mais de 300 vídeos, contabilizando mais 200 milhões de visualizações<sup>3</sup>. Assim, chegamos aos vídeos escolhidos, por ordem crescente de data de postagem: i) “vamos fazer um escândalo”, postado em 27/10/2015; e ii) “Seu textão não chega onde Fátima chega”, publicado em 05/12/2017. No primeiro vídeo, a *youtuber* fala sobre o assédio sofrido por uma criança participante de um *reality show* infantil e, com isso, aborda a campanha #MeuPrimeiroAssédio, criada pelo coletivo *Think Olga*, lendo alguns relatos publicados no *Facebook* com a *hashtag* da campanha. No segundo vídeo, ela comenta sobre uma visita que fez à casa de um casal no Acre, onde foi gravar um vídeo para o canal. Para a análise deste vídeo aplicaremos, consideramos o *YouTube* como rede social e mídia, tendo o discurso de si como estratégia discursiva para alcançar o público e o objetivo desejado. Além disso, categorizamos os referidos vídeos como “metamidiativismo”, uma vez que refletem sobre o ativismo que o canal pretende propor ou expor e as ações sociais resultantes do engajamento, união e atitudes em prol de uma causa. Dessa forma, observamos que a prática midiativista não só ocorre nesses espaços midiáticos, como também são objetos de reflexão dos próprios produtores de conteúdo, que se utilizam das opções de produção e interação da Internet para buscar a reconfiguração de lutas sociais e ativismos reais, motivando-os a partir de seus discursos.

## Referências

BURGESS, J., GREEN, J. **YouTub e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade.** São Paulo: Aleph, 2009

CORUJA, Paula. **Expressões do(s) feminismo(s): discussões do público com a youtuber Jout Jout.** Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

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

MEDIA Activism. In: Andrew Eusebio, 2016. Disponível em: <<http://www.andreweusebio.com/writingresearch/mediaactivism>>. Acesso em: 22 jan. 2018.

---

<sup>3</sup> Informações atualizadas em 11/04/2018.



# II Jornada Discente de Comunicação: Pesquisa em tempo de crise

**Anais da II Jornada Discente de Pesquisa em Comunicação, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Realizada de 15 a 17 de agosto de 2018.**