



Da Liberação da Palavra à Criação de Conteúdo pelo Público: Uma Análise do Canal da YouTuber Jout Jout Prazer¹

Tulio Girelli Rimi²

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM-SP

Resumo

Este artigo estudará, em um primeiro momento, a influência do fenômeno da liberação da palavra (notado por André Lemos e Pierre Lévy) e sua implicação em algumas mudanças do modelo vigente de comunicação e, conseqüentemente, nas definições de público e privado, analisadas por Lucia Santaella e Fernanda Bruno. Então, discutiremos a evolução das comunidades virtuais (segundo Manuel Castells) e o crescimento da inteligência coletiva (segundo Clay Shirky) para analisar o processo em que ocorreu o aumento dos conteúdos criados por aqueles que, antes, eram apenas receptores no modelo de comunicação. Por fim, como forma de exemplificar essas mudanças, estudaremos o canal da YouTuber Jout Jout Prazer que, entre tabus, polêmicas e assuntos do cotidiano, construiu sua identidade em meio às conseqüências dos fenômenos estudados.

Palavras-chave: Cibercultura; Inteligência Coletiva; Vlogs; Jout Jout Prazer.

Disseminação do pólo emissor de conteúdo

Este artigo começará analisando o fenômeno da disseminação do pólo emissor de conteúdo, causada pela liberação da palavra. Dessa forma, é importante trazer um panorama acerca do ciberespaço. Para Pierre Lévy, em *Cibercultura*, o ciberespaço é a nova forma de comunicação condicionada pela internet. “O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO, CONSUMO E SUBJETIVIDADE, do 2º Encontro de GTs de Graduação - Comunicon, realizado dia 14 de outubro de 2016.

² Estudante de Graduação do 7º semestre de Publicidade e Propaganda na ESPM-SP. E-mail: tuliogirelli@gmail.com



universo” (LÉVY, 1999, p. 17), remetendo, então, a todos que utilizam e se encontram no universo virtual.

Assim, o autor analisa o crescimento do ciberespaço, discutindo que ele ocorreu pelo “desejo de comunicação recíproca e de inteligência coletiva” e que ele “não é uma infra-estrutura técnica de telecomunicação, mas uma certa forma de usar as infra-estruturas existentes, por mais imperfeitas e disparatadas que sejam” (LÉVY, 1999, p. 124), desse modo, configurando o ciberespaço como mais uma forma de comunicação criada pela própria sociedade, para atender às suas próprias demandas. Mas o ciberespaço, além das novidades tecnológicas, trouxe mudanças profundas na forma pela qual os indivíduos presentes na sociedade se relacionam.

Uma dessas mudanças, notada por Lucia Santaella, diz respeito à mudança do modelo de comunicação vigente, indo de um sistema unidirecional para um sistema interativo e bidirecional no qual o receptor também pode emitir outras mensagens para outros receptores ou até mesmo de volta para o próprio emissor original (SANTAELLA, 2010). Tal mudança também foi analisada por Lemos e Lévy (2010) ao falar sobre os princípios da cibercultura, mais especificamente sobre o fenômeno da “liberação da palavra”. Segundo os autores, “a liberação da emissão é correlata ao aumento da esfera pública mundial e da emergência de novas formas de conversação e de veiculação da opinião pública, agora também planetária” (LEMOS, LÉVY, 2010, p. 25); ou seja, é dado a todos os integrantes do ciberespaço o poder de criar e emitir suas próprias mensagens e conteúdos de qualquer tipo, poder esse somente permitido, antigamente, a grandes empresas de emissão.

Analisando esse trecho com mais profundidade, pode-se inferir que esse fenômeno diz respeito a uma certa mudança do foco de emissão da opinião pública. Para isso, Lemos e Lévy, eventualmente, discutem a relação que a liberação da palavra tem com os próprios conceitos de público e privado para a sociedade. Segundo os autores, “A opinião pública está sendo forjada a cada dia em listas de discussão, fóruns, *chat rooms*, blogs, softwares sociais, microblogs e demais dispositivos de comunicação próprios às comunidades virtuais” (LEMOS e LÉVY,



2010, p. 85), o que implica em uma mudança drástica de um local fixo de opinião pública para um local pulverizado; dando o poder de discussão a qualquer um que tiver uma conexão de internet e qualquer dispositivo que possa se conectar a ela.

Ao dissertar também sobre o espaço público, Santaella percebe que sua delimitação física como espaço para discussões foi diminuindo conforme os avanços tecnológicos da sociedade (SANTAELLA, 2013) e complementa:

[...] a opinião pública deixou de ser um privilégio das mídias de massa, incluindo também o narrowcasting de canais a cabo, dos portais, sites, blogues e redes sociais da internet. Especialmente entre os jovens, redes sociais como Orkut, MySpace, Facebook, Twitter, substituíram em boa parte as interações face a face. [...] Isso gerou uma desvalorização do espaço público fisicamente localizável em favor de uma esfera pública própria das redes globalizadas, comprovando que transformações nas mídias emolduram novas modalidades de experiência social. (SANTAELLA, 2013, p. 75)

Assim, pode-se entender que, com a liberação da palavra, a barreira que existia entre o que era público e privado fica cada vez mais porosa e facilmente ultrapassável. Como Santaella mesmo diz, a tecnologia móvel, nesse caso, facilita no compartilhamento de informações pessoais; uma vez que possibilita o acesso à internet aonde quer que o usuário esteja (SANTAELLA, 2013). Segundo a autora, “no lugar da preservação e da privacidade, o que se busca é justamente o contrário, a autoexposição, que, por vezes, beira a obscenidade” (SANTAELLA, 2013, p. 84).

Ampliando as discussões sobre os conceitos de público e privado, Fernanda Bruno, em seu artigo *Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows* (2005), dá início à sua discussão trazendo como possível explicação para a alteração das fronteiras do que é público e privado na sociedade a onipresença dos meios de comunicação de massa “como mediação necessária da realidade social, política, econômica e cultural” (BRUNO, 2005, p. 55).

Complementando o que foi dito anteriormente, a autora discorre sobre os conceitos de subjetividade ao longo dos anos e, adaptando para o momento presente



de exposição da vida íntima nos meios de comunicação, afirma que a subjetividade está configurada para ser muito próxima ao olhar do outro e inserida num meio onde as novas tecnologias de informação e comunicação ditam diversas formas de se obter visibilidade (BRUNO, 2005).

Bruno, então, afirma que “o futuro deve ser forjado pelo próprio indivíduo na sua trajetória de auto-realização e muitas vezes deixa de ser um tempo de desejo para tornar-se fonte de ansiedade e obrigação” (BRUNO, 2005, p. 62). Portanto, ao custo das incertezas de um futuro que ainda é obscuro, a esfera privada passou por um processo de “expansão” para superar seus limites a fim de configurar algum tipo de autorrealização e sucesso em sua trajetória, já que é regida por um ideal de um indivíduo, um modelo a ser seguido (BRUNO, 2005). Assim, tal necessidade de “melhoria do eu” conforme o tempo possui uma relação direta com a imagem e o olhar do outro, como se fossem formas de validação desse processo (BRUNO, 2005). Como exemplo disso, a autora traz os “guias” de auto-imagem e marketing pessoal, nos quais “a palavra de ordem é – ‘primeiro é preciso parecer realizado para depois ser realizado’ ou ainda ‘é preciso ser visto como bem-sucedido, para depois tornar-se bem-sucedido’” (BRUNO, 2005, p. 62). Dessa forma, Bruno afirma que o “direito de visibilidade” não se configura mais como um privilégio, mas sim como um “dever” ou “obrigação” do indivíduo na sociedade contemporânea (BRUNO, 2005).

Conteúdo criado por “pessoas comuns”

Como já analisado anteriormente, a disseminação do pólo emissor de conteúdo deu ao público geral a possibilidade de emitir suas próprias mensagens; como Lemos e Lévy dissertaram sobre, tal fenômeno se deu com a criação de funções comunicativas que deram chance para indivíduos diferentes de empresas de comunicação “consumir, produzir e distribuir” conteúdos, sem a necessidade de grandes investimentos de tempo e dinheiro (LEMOS e LÉVY, 2010). Dessa forma, o



conteúdo criado por essas pessoas “comuns” se faz de forma simples e instantânea, dando a eles um grande viés pessoal.

Assim, Lemos e Lévy inferem que, devido às novas configurações da sociedade hoje, “são os próprios atores, as pessoas, as empresas [...], as instituições, os movimentos, os partidos, as associações, os agrupamentos, as comunidades virtuais de todos os tipos, que decidem sobre aquilo que elas vão publicar na web” (LEMOS e LÉVY, 2010, p. 89), o que confere justamente essa ideia de liberdade já discutida anteriormente pelos autores.

Contudo, conservadores “críticos” dessas mudanças no cenário digital estavam preocupados com a triagem utilizada para que esses conteúdos fossem disseminados pela rede, como se nem todos pudessem, realmente, oferecer conteúdos de qualidade sobre os mais diversos assuntos existentes (LEMOS e LÉVY, 2010). Sobre isso, os autores entendem que “uma rede de pessoas interessadas pelos mesmos temas é muito mais eficiente, não apenas que qualquer máquina de busca, mas sobretudo do que qualquer intermediação cultural tradicional que tria, [...] sem conhecer no detalhe as situações e necessidades de cada um” (LEMOS e LÉVY, 2010, p. 92), justificando, para esses “críticos” que não se trata de um modelo que substituirá os métodos antigos pelos novos, mas sim de um modelo que acrescentará novas possibilidades de colaboração, comunicação e conhecimento (LEMOS e LÉVY, 2010), concluindo, então, que “a riqueza do ciberespaço e da cibercultura em geral é exatamente a de oferecer um leque não midiático de informação sem, no entanto [...], extirpar as possibilidades de acesso a informações mediadas pelos mediadores clássicos” (LEMOS e LÉVY, 2010, p. 92).

Complementando as ideias discutidas, Manuel Castells, em *A Galáxia da Internet* (2003), ponderou sobre diversas implicações que essas novas configurações de produção de conteúdo podem aparecer na nossa sociedade. Complementando as discussões feitas até agora, o autor conceitua “produtores/usuários” e “consumidores/usuários”, sendo que o primeiro se refere “àqueles cuja prática da Internet é diretamente reintroduzida no sistema tecnológico” (conceito que mais se



aproximaria das ideias discutidas de Lemos e Lévy) e o segundo, “são aqueles beneficiários de aplicações e sistemas que não interagem diretamente com o desenvolvimento da Internet, embora seus usos tenham certamente um efeito agregado sobre a evolução do sistema” (CASTELLS, 2003, p. 34).

Desse modo, dentro de sua discussão acerca das quatro camadas que participam da cultura da Internet, o autor foca na camada dos “hackers” e, em seguida, na camada das comunidades virtuais. O estudo dessas camadas pode trazer informações importantes tanto sobre o desenvolvimento dos criadores de conteúdo online quanto características específicas do que efetivamente criam, se colocando como um ponto relevante dentro da discussão deste artigo.

Portanto, o autor, citando Lévy, diz que a cultura hacker “diz respeito ao conjunto de valores e crenças que emergiu das redes de programadores de computador que interagem on-line em torno de sua colaboração em projetos autonomamente definidos de programação criativa” (LÉVY apud CASTELLS, 2003, p. 38) e chega ao valor supremo visto pelos integrantes dessa cultura: a liberdade. Em suas palavras, “Liberdade para criar, liberdade para apropriar todo o conhecimento disponível e liberdade para redistribuir esse conhecimento sob qualquer forma ou qualquer canal escolhido pelo hacker” (CASTELLS, 2003, p. 42).

Sobre os efeitos de compartilharem suas criações com outros, Castells afirma que

Além da satisfação de alcançar status na comunidade, a alegria inerente à da criação foi muitas vezes identificada como um atributo da cultura hacker. [...] Começa-se a ser um hacker a partir do ímpeto individual de criar, independentemente do cenário institucional dessa criação. (CASTELLS, 2003, p. 43)

Sendo assim, é importante dissociar a conotação negativa trazida pelo senso comum ao falar sobre “hackers” e vê-los apenas como criadores de conteúdo livre, uma vez que, dentro do próprio sistema da cultura hacker, aqueles que se utilizam dos seus dons de criação para atos ilegais são mal-vistos (CASTELLS, 2003).



Os ideais da cultura hacker atuaram diretamente na construção do comportamento das comunidades virtuais, próxima camada da internet a ser analisada por Castells. O autor comenta que, embora no seu surgimento elas tiveram relações fortes com a contracultura, as comunidades virtuais, com seus tamanhos e alcances maiores, perderam essa ligação; criando algo que não chega a ser delimitado como uma cultura comunitária unificada da Internet (CASTELLS, 2003). Segundo o autor, “o mundo da Internet é tão diverso e contraditório quanto a própria sociedade. Assim, a cacofonia das comunidades virtuais não representa um sistema relativamente coerente de valores e normas sociais, como é o caso da cultura hacker” (CASTELLS, 2003, p. 48). Dito isso, Castells analisa as duas principais características das comunidades virtuais: o valor da comunicação livre e horizontal (livre expressão global a todos) e a formação autônoma de redes (qualquer pessoa tem a permissão de encontrar o seu lugar na Internet e, caso não o encontre, de criar e divulgar suas próprias informações, estabelecendo assim uma nova rede) (CASTELLS, 2003); características essas que demonstram a influência dos ideais da cultura hacker de liberdade para criar o que quiser pelo bem de distribuir o conhecimento da melhor e mais abrangente forma possível.

Por fim, o autor relaciona as camadas estudadas, dizendo que “a cultura hacker especificou a meritocracia ao fortalecer os limites internos da comunidade dos tecnologicamente iniciados e torna-la independente dos poderes existentes” (CASTELLS, 2003, p. 53). Tais movimentos iniciados pela cultura hacker, então, auxiliaram na criação das comunidades virtuais, que se apropriaram da capacidade da interconexão pela rede de computadores, “elas adotaram os valores tecnológicos da meritocracia, e esposaram a crença dos hackers no valor da liberdade, da comunicação horizontal e da interconexão interativa, mas usaram-na para sua vida social, em vez de praticar a tecnologia pela tecnologia” (CASTELLS, 2003, p. 53).

Para dar mais enfoque na discussão de criadores em comunidades virtuais, Clay Shirky, em *A Cultura da Participação* (2010), chegou à conclusão de que os comportamentos adotados pelos integrantes de comunidades virtuais são, de forma



geral, criticados pela mentalidade vigente da sociedade. Para explicar tal afirmação, o autor transpõe a discussão para o fato de que as pessoas estranham usos inusitados das novas tecnologias de comunicação; mostrando o quão pobres as antigas crenças sobre o comportamento humano eram:

Como vimos, a pergunta “Por que todas essas pessoas estão trabalhando de graça?” pressupõe a teoria da ação humana baseada sobretudo na motivação financeira e pessoal: o motivo razoável para fazer alguma coisa é o dinheiro, então fazer coisas de graça requer uma explicação especial. Dentro desse quadro teórico, não há qualquer boa razão pela qual alguém coloque seus vídeos no YouTube ou edite um artigo na Wikipédia. (SHIRKY, 2010, p. 92)

Entende-se, então, que os novos criadores de conteúdo não o fazem pelos possíveis ganhos (monetários ou não) que podem vir com o seu ofício, mas sim pelo próprio amor ao criar, podendo ser associado com a “paixão” por criar característica dos hackers apontada por Castells, vista anteriormente.

Então, Shirky afirma que os novos meios de comunicação não apareceram criando novas necessidades para as pessoas. Segundo o autor, “Diante das oportunidades corretas, os seres humanos começarão a se comportar de novas maneiras” (SHIRKY, 2010, p. 93), ou seja, as pessoas sempre tiveram essas necessidades, as novas tecnologias de comunicação apenas apresentaram uma possível solução a elas (SHIRKY, 2010). Para ilustrar essa teoria, Shirky se utiliza do exemplo do ato de memorizar números de telefone que, antigamente, era necessário para poder se comunicar com as pessoas. Contudo, não fazíamos isso porque era uma atividade prazerosa, “fazíamos porque era um requisito para outras coisas de que gostávamos, como falar com nossos amigos. Assim que os telefones nos forneceram a discagem rápida e as listas de contatos, a tarefa se tornou inútil e deixou de existir” (SHIRKY, 2010, p. 93). Logo, as novas tecnologias surgiram mais como novas formas de eliminar inconveniências como essa do que como “criadoras” e/ou “despertadoras” de novas necessidades humanas. Complementando, Lemos e Lévy concluem que a riqueza da cibercultura está, justamente, na criação de “produtos



livres, criados por qualquer pessoa, sob qualquer modulação midiática, de qualquer parte do globo, circulando livremente, alimentando os nichos excluídos da cultura massiva” (LEMOS e LÉVY, 2010, p. 93-94).

Análise do canal da YouTuber Jout Jout Prazer

Para exemplificar a discussão da liberação da palavra e do conteúdo criado por esses novos emissores, temos o canal da YouTuber Jout Jout Prazer. Júlia Tolezano, de 25 anos e formada em jornalismo pela PUC-Rio, iniciou seu canal em 2014, como forma de, enquanto procurava empregos em sua área, vencer seu medo de críticas.

Atualmente seu canal conta com cerca de 725 mil inscritos e 79 milhões de visualizações de seus vídeos, segundo as estatísticas na seção “About” de seu canal no YouTube³. Em entrevista ao portal de notícias G1, Jout Jout comenta sobre como grava seus vídeos: “Eu gravo aonde estiver, em qualquer lugar e de qualquer forma. Isso não me impede de gravar um vídeo nem nada”. Essa simplicidade e espontaneidade se refletem também na seção “About” de sua página no YouTube: “Opa! Tudo bom? Este é o meu, seu, nosso canal! [...] Eu só meio que vou falando e vocês meio que vão ouvindo e a gente meio que vai se amando” e em uma fala sua em sua palestra no evento TEDxParqueDasNaçõesWomen em maio desse ano: “Não tem uma grande produção, os meus equipamentos são: uma câmera e um tripé e de vez em quando [...] uma toalha branca pra servir de rebatedor de luz, mas fora isso, nada de mais”. Percebe-se aqui que essa simplicidade remete ao que Lemos e Lévy (2010) discutiram; assim mostrando uma produtora de conteúdo que não precisa de grandes investimentos de tempo e dinheiro para transmitir as mensagens que deseja, caracterizando a liberdade e a democracia dominantes graças ao fenômeno da liberação da palavra.

Entre temas que permeiam o uso de coletores menstruais, o modo como as pessoas expõem somente o lado bom de suas vidas nas redes sociais e aprendizados

³ Dados obtidos no dia 8 de março de 2016



que teve com seu pai, Jout Jout, como é popularmente chamada, foi criando seu primeiro ano de canal até que, em fevereiro de 2015, gravou o vídeo mais famoso de seu canal, com o título de “NÃO TIRA O BATOM VERMELHO”. Nesse vídeo, a YouTuber discorre sobre relacionamentos abusivos com o intuito de advertir quem está assistindo para que saibam identificar se estão em algum relacionamento do gênero e, esperançosamente, terminá-lo. O vídeo conta com pouco mais de um milhão de visualizações e 47 mil “curtidas”.

Mas o fato de Jout Jout trazer à tona tabus e temáticas complexas tratadas de uma forma descontraída e bem-humorada acarretou mais do que visualizações e assinaturas em seu canal. Como exemplo, pode-se citar a relação de intimidade com seus fãs. Ainda em sua palestra no TEDxParqueDasNaçõesWomen, Jout Jout fala sobre algumas das experiências em que seus fãs a contataram, via e-mail, redes sociais ou até mesmo pessoalmente, para agradecê-la por fazê-los notar que estavam em um relacionamento abusivo logo após assistirem a seu vlog sobre esse tema; e conta que percebeu que “na verdade você não precisa de grandes produções [...] para você tocar as pessoas profundamente, a ponto delas quererem gerar alguma mudança na vida delas”; e continua dizendo que acredita que o fato de ter esse sucesso com seus fãs se dá pela enorme variedade de temas que aborda em seu canal, muitos considerados tabus (masturbação feminina, “pum vaginal”, autoestima) e até alguns voltados somente para o humor (como o vlog em que só fala sobre seu pé). Assim, Jout Jout continua:

E aí as pessoas relaxam, porque elas veem que [esses temas] acontecem com todo mundo, que não é uma anomalia delas. E aí começam a me mandar esses e-mails me agradecendo porque eu mudei a vida delas. Eu não mudei a vida de ninguém! Eu não conheço essas pessoas [...], eu não sei do que elas precisam! Eu mal sei do que eu preciso. Mas eu falo da perspectiva de uma mocinha que tem desejos e vontades como todo mundo, que tem medos horríveis que não fazem o menor sentido e que tem inseguranças sem cabimento nenhum. [...] E a pessoa vê aquilo como um “clique” na vida dela e ela gera aquela mudança. (TOLEZANO, 2015)



Além disso, a construção de sua identidade virtual para se tornar uma figura próxima de seus fãs, aproximando-os de um equivalente a uma “conversa num bar” como ela mesmo já disse em sua palestra no TEDxParqueDasNaçõesWomen. Dessa forma, Jout Jout pode ser vista como um exemplo do legado da cultura das comunidades virtuais discutida por Castells (2003); tanto prezando pela liberdade global de expressão (tendo liberdade para falar sobre tabus da sociedade, medos particulares e assuntos polêmicos sem um tipo direto de retaliação por isso) quanto pela formação autônoma de redes, dando a seus fãs um lugar comum, para que se sintam acolhidos e entendidos, como a própria YouTuber disse, e assim criando a “Família Jout Jout”; nome dado por Júlia a seus fãs pelo caráter confessional e íntimo de suas conversas, como se fossem, de fato, uma família.

Considerações finais

Por fim, recapitulando todos os conceitos abordados nos três subcapítulos vistos (e tomando uma ideia central do capítulo em si), grifa-se a importância de analisar os movimentos tecnológicos que levaram ao fenômeno da liberação da palavra, fenômeno esse que deu origem a um novo sistema de comunicação que ofereceu a possibilidade dos antigos receptores (e somente receptores) se tornarem novos tipos de emissores; reconfigurando teorias sobre a criação de conteúdos a serem disseminados, principalmente na internet (LEMOS e LÉVY, 2010). Em consequência disso, também, houve uma mudança drástica nos conceitos de público e privado na sociedade; ruindo cada vez mais o muro que separa a esfera privada da pública e vice-versa (SANTAELLA, 2013).

Com o crescimento dos novos tipos de emissores, novas maneiras de se olhar para o ofício de criar conteúdos (majoritariamente no mundo virtual) foram criadas. Esses “produtores/usuários”, como conceituado por Castells, não se prendem a motivações extrínsecas (como ganhos financeiros), mas sim pelo próprio prazer e



felicidade do ato de criar. Além disso, quando esses produtores se unem e criam comunidades restritas sobre determinados assuntos, pode-se ver o potencial da inteligência coletiva para criar algo, juntos, que resolva um determinado problema e que seja, de fato, útil para a sociedade (SHIRKY, 2010).

Assim, ao analisar o conteúdo disponível no canal de Jout Jout, bem como seu impacto, é interessante notar que, segundo Santaella (2013) e Bruno (2005), por mais que diminuir a barreira entre o que é privado e o que é público e o “dever” ou “obrigação” de visibilidade sejam as novas e, segundo Shirky (2010), mais criticadas regras existentes na sociedade; ainda podem surgir novos meios de construção de comunidades virtuais que, de fato, unifiquem as pessoas como Jout Jout unificou seus fãs; incentivando-as a criar e aprimorar determinados conhecimentos para manter sua comunidade em constante crescimento.

Referências

- SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós humano**: da cultura das mídias à cibercultura. 4ª edição. São Paulo: Paulus, 2010.
- SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Tradução de Celina Portocarrero. Edição Única. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- SANTAELLA, Lucia. **Comunicação Ubíqua**: Repercussões na Cultura e na Educação. 1ª Edição. São Paulo: Paulus, 2013.
- LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. Edição Única. São Paulo: Paulus, 2010.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- BRUNO, Fernanda. **Quem está olhando?** Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura, Salvador, v. 3, n. 2, p. 53 - 70, 2005.
- MENDES, Leticia. **Youtuber Jout Jout conta que ela e o feminismo se encaixam perfeitamente**. Fonte: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/06/youtuber-jout-jout-conta-que-ela-e-o-feminismo-se-encaixam-perfeitamente.html>>. Acesso em: 15 mar. 2016.
- TOLEZANO, Julia. **Jout Jout Prazer no TED - 22/07/2015 - Vamos nos amar virtualmente** - **TEDxParquedasNaçõesWomen**. Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=nQi0J5041sw>>. Acesso em: 15 mar. 2016.