

Dilemas femininos compartilhados pela *youtuber* Nathalia Arcuri e suas seguidoras: uma discussão empoderada?

Women's dilemmas shared by the youtuber Nathalia Arcuri and her followers: an empowered discussion?

Anna Luisa Ramos DE ASSIS¹
Pâmela Saunders Uchôa CRAVEIRO²

Resumo

Este artigo objetiva identificar o que a *youtuber* Nathalia Arcuri e suas seguidoras compartilham a respeito das problemáticas em ser mulher na sociedade contemporânea, assim como verificar e problematizar aspectos de empoderamento presentes nessa discussão. Foram analisados, por meio da análise de conteúdo, o vídeo “NATH ME AJUDA! Especial Dilemas Femininos” e 78 comentários. O estudo revelou que o conteúdo estimula discussões entre o público feminino, mediadas pela influenciadora digital Nathalia Arcuri, acerca de relações de poder que excluem e/ou aprisionam mulheres socialmente. No entanto, observou-se que a discussão acionada no (e pelo) vídeo foca na perspectiva de empoderamento centrada na autoconscientização e na autonomia financeira de mulheres. Portanto, não alcançando reflexões sobre pautas mais coletivas e democráticas.

Palavras-chave: Empoderamento. Feminismo. Influenciadores digitais. YouTube. Canal Me Poupe.

Abstract

This article aims to identify the ideas the *youtuber* Nathalia Arcuri and her followers share in relation to the problematics of being a woman in the contemporary society, as well as to verify and problematize the empowerment aspects present within this discussion. An analysis of the video “NATH ME AJUDA! Especial Dilemas Femininos” and of 78 comments was carried out through a content analysis. The study revealed that the content encourages discussions among the female audience, mediated by the digital influencer Nathalia Arcuri, in relation to power relationships that socially exclude and/or imprison women. However, it was observed that the discussion triggered on (and by) the video focuses on the empowerment perspective centered on self-

¹Doutora em Comunicação (UVIGO). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Mato Grosso.
E-mail: pamelacraveiro@ufmt.br

²Graduada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Mato Grosso.
E-mail: annaluisaassis@gmail.com

awareness and financial autonomy of women. Therefore, it did not reach reflections about more collective and democratic topics.

Keywords: Empowerment. Feminism. Digital influencers. YouTube. Me Poupe channel.

Introdução

A ascensão dos sites de redes sociais reconfigurou as formas de sociabilidade contemporâneas em diversos âmbitos, ao facilitar a difusão de pensamentos, concepções de variados coletivos, que podem encontrar nesses espaços maneiras de expressão, manifestação e engajamento político (BERGO; REIS, 2008). Nesse cenário, movimentos sociais, como o feminismo por exemplo, que antes se restringiam a grupos específicos e estavam limitados a determinados espaços, conseguiram tomar grandes dimensões com mais facilidade, alcançando pessoas de diferentes faixas etárias, gêneros e etnias.

Entretanto, apesar do maior alcance e disseminação de ideias sobre feminismo na internet, observa-se que a problemática do sexismo³ ainda não é um assunto superado. Pesquisas sobre violência contra mulheres no Brasil apontam números elevados de ocorrências, evidenciando a ainda relevância do tema e a necessidade de discussão permanente. Segundo números do Data Folha, em uma solicitação da ONG Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), em 2019, 1,6 milhão de brasileiras sofreram espancamento ou tentativa de estrangulamento, 22 milhões (37,1%) de mulheres no Brasil foram vítimas de algum tipo de assédio e, entre os casos de violência, 42% ocorreram no ambiente doméstico (FRANCO, 2019).

Ao deparar-se com informações sobre essa realidade de violência doméstica e perceber que a dependência econômica dificultava a libertação de situações de abuso vivenciadas por muitas mulheres, a jornalista Natalia Arcuri vislumbrou o potencial de produzir conteúdo que pautasse a emancipação feminina por meio da independência financeira. Desse modo, em 2015, criou o canal Me Poupe no YouTube, que acumula 5,32 milhões de inscritos e 300.609.040 visualizações⁴. Embora, ao longo dos anos o

³ Sexismo é o preconceito ou discriminação baseado no sexo da pessoa.

⁴ Dados referentes a 02 de setembro de 2020.

canal tenha ampliado seu público e seus objetivos, observamos que, em alguns dos seus vídeos, a *youtuber* promove reflexões entre suas seguidoras a respeito de certos lugares ocupados por mulheres na sociedade.

Neste artigo, buscamos investigar, por meio da análise de conteúdo (BARDIN, 2011) aplicada um vídeo do canal e a 78 comentários, o que dizem *youtuber* e suas seguidoras em relação à condição de ser mulher atualmente, problematizando aspectos de empoderamento presentes nessa discussão. Para fundamentar a análise, primeiramente, falaremos do movimento feminista e suas fases. Em seguida, discutiremos acerca da circulação de ideias feministas no ambiente difuso dos sites de redes sociais e sobre o termo empoderamento feminino, tão recorrentemente mencionado nesse contexto digital. Posteriormente, a fim de contextualizar nosso objeto de estudo, falaremos sobre o fenômeno dos *youtubers* e a sua influência no debate social ao compartilharem conteúdo especializado e pautarem temas pertinentes na atualidade.

Movimento feminista: breve histórico

O feminismo é um amplo movimento social que, por meio de uma pluralidade de perspectivas, reivindica a equidade de gênero. No sentido mais amplo do termo, como ressalta Miguel (2000), ele esteve presente sempre que as mulheres questionaram os lugares sociais ocupados por elas e demandaram por mudanças.

Apesar de ideias feministas circularem na sociedade desde muito tempo, o feminismo ganhou maior visibilidade como movimento político a partir do século XIX, por influência da revolução francesa e por inspiração nos ideais iluministas. Convencionalmente, as fases do movimento ao longo dos anos são designadas como “ondas”. Essa denominação ajuda a ilustrar um panorama contextual de uma determinada época, embora seja limitada por passar uma falsa ideia de rigor histórico e unidade nas pautas reivindicadas em cada fase (SIQUEIRA, 2015). Ainda que conscientes dessas limitações, optamos por usar a convencional divisão por ondas com o intuito de apresentar em linhas gerais o histórico do feminismo.

A primeira onda aconteceu no final do século XIX, pautada pela luta pelos direitos civis e políticos das mulheres, principalmente relacionados ao voto e à educação (MARTINS, 2015; GAMBA, 2008). Essa fase enfraqueceu entre os anos 1930 e 1960, quando outras pautas e demandas começaram a ganhar destaque (PINTO, 2010).

A obra “O segundo sexo” de Simone de Beauvoir, publicada em 1949, contribuiu para a rearticulação do movimento na Europa após a Segunda Guerra Mundial e acabou sendo um marco para o que se costuma denominar como segunda onda. Nesse livro, a autora defende que as diferenças de gênero são construídas socialmente. Nesse sentido, é na cultura e não na biologia que se define o que é (e também o que não é) uma pessoa do gênero feminino. Beauvoir (1995) discute como as experiências vividas por mulheres marcam sua existência desde o seu nascimento. À mulher, portanto, é esperado que cumpra sua “sina” no seio social, marcada sobretudo pela obrigação do trabalho (não assalariado) doméstico de cuidar da casa e dos filhos, dependendo financeiramente de seus maridos. Apesar de reconhecer a independência econômica como importante para a emancipação feminina, a autora ressalta que poucas mulheres poderão gozar de segurança e ter sua dependência diluída em espaços masculinizados que as conduzirão a duplas jornadas. Influenciada por essas ideias, a segunda onda do feminismo foi pautada pela discussão sobre questões de poder entre homens e mulheres, assumindo uma proposta libertária, com o objetivo de conseguir mais espaço, igualdade, direito e autonomia para a mulher tomar decisões sobre sua vida e seu corpo (PINTO, 2010).

A terceira onda do movimento, por sua vez, é marcada pela evidência das multiplicidades e da heterogeneidade do ser mulher (GAMBA, 2008). Isso ocorre, sobretudo, a partir de 1990, e parte do princípio de que as mulheres são diversas e por isso necessitam de demandas diferentes⁵. Com essa visibilidade no reconhecimento da diversidade na categoria mulher, o campo teórico feminista é permeado por uma multiplicidade de discursos (MARTINS, 2015) e ganham maior visibilidade os recortes de classe, raça (DAVIS, 2016), orientação sexual e identidade de gênero (BUTLER, 2003).

Uma relevante obra desse período, que ajudará a compreender aspectos do objeto de estudo deste artigo, é “O mito da beleza” de Naomi Wolf (2008), lançado em 1990, que classifica a beleza como uma antiga ideologia que, apesar das conquistas da segunda onda do feminismo, ainda exerce controle sob as mulheres, instalando-se “silenciosamente nas psiques femininas, institucionalizando a beleza física como o valor

⁵ É importante ressaltar que, embora o questionamento sobre a universalização da categoria mulher e o debate acerca das intersecções de raça tenham ganhado força a partir de 1990, havia “histórias de resistências e produções de mulheres negras desde antes o período escravocrata” (RIBEIRO, 2019, p, 21). O que faltava era maior visibilidade para essas reflexões, o que aconteceu na terceira onda do movimento feminista.

feminino mais importante” (CAMPOS, 2010, p. 52). Desse modo, fazendo com que mulheres gastem dinheiro, tempo e saúde na tentativa de enquadramento em padrões estéticos pré-definidos, o que resultaria na perda de sua autonomia.

O contexto histórico do movimento feminista e o entendimento da existência de suas ondas nos ajuda a compreender a sua constante reconfiguração com o passar dos anos. A partir da popularização da internet e da emergência de plataformas de redes sociais, começa-se a falar em uma quarta onda, marcada pelo fenômeno do ativismo digital (ROCHA, 2017).

Ideias feministas no contexto das redes sociais digitais

Não é novidade que as tecnologias digitais rearticularam a maneira como produzimos e consumimos informação (CASTELLS, 2003) e que o número crescente de sujeitos em processos de comunicação em rede tem ocasionado relevantes transformações socioculturais (JENKINS, 2009). Nesse cenário, as redes sociais digitais ocupam uma considerável parte do cotidiano de um grande número de indivíduos e proporcionam espaços de expressão, participação e disputa política.

Em relação ao movimento feminista, observa-se que a comunicação facilitada pelas redes sociais digitais ampliou as possibilidades de difusão de suas pautas, possibilitando a inserção/participação de um maior número de mulheres. Coruja (2017) observa que muitas dessas discussões sobre feminismo em espaços da internet – como blogs, grupos de discussão e canais no YouTube – apresentam a peculiaridade de se apresentarem de modo fragmentado e desvinculado de movimentos sociais organizados. No entanto, é válido destacar que, a partir desse fenômeno do feminismo difuso nas redes, conceitos e termos são esclarecidos, informações e vivências são compartilhadas, mulheres são instigadas a pensar sobre a desigualdade de gênero e a se empoderarem. Isto é, a “se auto estabelecerem como agentes de mudança de suas próprias vidas, construindo seu próprio poder de ação” (ROCHA, 2017, pp. 75-76).

Empoderar, “um verbo da moda” (CORUJA, 2017, p. 89), é um termo recorrentemente associado às ideias feministas em circulação na internet. No entanto, o termo pode ser usado para além dos contextos das causas desse movimento. Paulo Freire (2011), em suas reflexões a respeito das pedagogias libertadoras, associa empoderamento à emancipação e compreende-o como um processo, necessariamente

coletivo, de libertação alcançada por meio do pensamento crítico e de ações que buscam superar as desigualdades sociais. Berth (2018), partindo de uma visão feminista interseccional, reitera o pensamento de Freire e afirma que empoderamento é uma prática que parte do desenvolvimento de autoconscientização e totaliza em mudança. Para a autora, portanto, trata-se de um processo de empoderar a si mesmo e servir de auxílio para construção da conscientização de outras pessoas.

Sandenberg (2006) argumenta que, no caso das mulheres, o empoderamento tem o intuito de promover questionamentos sobre a ideologia patriarcal, transformar as estruturas e instituições que reforçam e perpetuam as desigualdades de gênero, além de criar as condições de acesso e controle sobre recursos materiais e informacionais para as mulheres mais vulneráveis. Stromquist (2002), também nessa perspectiva de empoderamento como processo a ser construído por etapas, defende que o conceito contempla quatro dimensões que se complementam: (1) cognitiva, relacionada à visão crítica da realidade; (2) psicológica, referente ao sentimento de autoestima; (3) política, que está associada à consciência das desigualdades de poder e da capacidade de organização e mobilização; (4) econômica, relativa à capacidade de gerar renda de forma independente.

Os sites de redes sociais têm se mostrado importantes aliados na difusão de sentidos⁶ sobre empoderamento, uma vez que possibilitam o compartilhamento de relatos de mulheres que já passaram por alguma situação de vulnerabilidade, violência ou preconceito, podendo gerar familiaridade e tomada de consciência dos problemas em questão (HOLLANDA, 2018). Por outro lado, é válido ressaltar que algumas noções de empoderamento feminino circulantes nas redes digitais são centradas no campo individual, vinculando-se à cultura do consumo⁷ e a narrativas midiáticas que associam realização com felicidade alcançada apenas por esforços individuais (MCROBBIE, 2009). Desse modo, essa representação de sucesso feminino difundida pode promover uma armadilha ao converter “o que era pauta de lutas nas décadas passadas em um

⁶ O termo aqui empregado fundamenta-se na abordagem de produção de sentidos proposta por Spink (2013, p. 35), que compreende o sentido como “uma construção social, um empreendimento coletivo, mais precisamente interativo, por meio do qual as pessoas – na dinâmica das relações sociais historicamente datadas e culturalmente localizadas – constroem os termos a partir dos quais compreendem e lidam com as situações e fenômenos a sua volta”.

⁷ Pautada na ideia de que as práticas de consumo estruturam a sociedade contemporânea (FONTENELLE, 2017)

discurso de empoderamento sem nenhum tipo de articulação política” (CORUJA, 2017, p. 89).

Nesse contexto, é possível notar perfis em plataformas de redes sociais que realizam reflexões sobre estruturas de poder que oprimem mulheres, alcançando e envolvendo milhares de pessoas, logo contribuindo para uma discussão sobre pautas feministas mais engajada e conectada (LIMA et al., 2017). Muitos desses perfis pertencentes a mulheres se destacam, o que dá a elas o *status* de influenciadoras digitais, por exercerem algum poder: de colocar discussões sobre variadas temáticas em circulação; de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede, assim como no processo de decisão de suas compras (KARWAHI, 2017).

Neste artigo, iremos analisar esse fenômeno a partir da influenciadora digital Nathalia Arcuri e suas seguidoras, que se insere nesse contexto amplo aqui discutido. A fim de situar nosso objeto de estudo, compreendemos ser necessária uma reflexão acerca da comunicação mediada por influenciadores no site de rede social YouTube, comumente denominados de *youtubers*.

A comunicação mediada por *youtubers*

Com cerca de 98 milhões de usuários no Brasil (GOOGLE, 2017), o YouTube configura-se como “um site de cultura participativa” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 14), posto que funciona como uma plataforma de compartilhamento de vídeos, além de permitir a formação de comunidades que interagem através de curtidas, comentários e vídeos-resposta. De acordo com Pellegrini *et al* (2010, p. 5), a simplicidade da interface do site permitiu que pessoas comuns, muitas vezes sem familiaridade com tecnologias digitais, produzissem conteúdos com possibilidade de alcançar um grande número de visualizações e tornar-se celebridades instantâneas.

No entanto, é importante ressaltar que a produção e o consumo de conteúdo na plataforma, além de estarem condicionadas pelas práticas culturais de seus usuários, estão fortemente vinculadas à lógica comercial que a fundamenta (SAMPAIO; CRAVEIRO, 2019). Logo, profissionalizar a criação de vídeos, gerar renda com isso e alcançar o patamar de *youtuber* implica enquadrar-se em determinadas regras estabelecidas pelo YouTube, que envolve investimentos em estratégias de

autopromoção e popularidade (RAUAN, 2018). Desse modo, nesse fenômeno dos *youtubers*, observa-se uma tendência à profissionalização. Se antes já foram amadores, hoje cada vez mais buscam potencializar seus resultados e construir seu capital social.

De acordo com Recuero (2009), o capital social é o valor constituído a partir das interações entre os atores de uma rede social, estando relacionado a quatro aspectos: visibilidade (presença do ator na rede), reputação (percepção construída de um ator pelos demais), popularidade (número de conexões/relações), e autoridade (poder de influência na rede). Conhecer os níveis de visibilidade, popularidade, reputação e autoridade são aspectos importantes de serem considerados no desenvolvimento de estratégias de comunicação com o público que se pretende alcançar em um site de rede social.

Em seus canais, os *youtubers* estabelecem diálogos de nicho (CAMARGO; ESTEVANIM; SILVEIRA, 2017), ou seja, falam para públicos específicos que vão se identificar com o que dizem, além de opinar e replicar suas mensagens. Além disso, influenciam o debate social ao compartilharem conteúdo especializado ou abordarem assuntos diversos relacionados a suas experiências de vida e opiniões sobre acontecimentos atuais. Neste artigo, especificamente, nos interessa observar as discussões relacionadas à problemática de ser mulher mediadas pela *youtuber* Nathalia Arcuri em um vídeo do seu canal, cujo foco é o conteúdo sobre educação financeira.

Contextualização do objeto de estudo e as estratégias metodológicas

Fundado por *Nathalia* Arcuri, o canal Me Poupe, após quatro anos de existência alcançou um lugar de destaque no nicho crescente no YouTube, que se vincula a um movimento mais amplo de transformar assuntos técnicos em conteúdo acessível e didático (BBC, 2017; PACETE, 2018). A ideia de criá-lo surgiu em 2015, época em que *Nathalia* trabalhava como repórter em uma emissora de televisão e teve que desenvolver uma série de reportagens sobre vítimas de abusos. Como relata em um de seus vídeos⁸, essas matérias foram fundamentais para ela enxergar como os números elevados de ocorrências de violências contra mulheres estavam associados com a vulnerabilidade social e econômica de muitas delas que, muitas vezes, permaneciam em situação de abuso por não serem independentes financeiramente.

⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=KmeqOuCPMjo&t=22s>>. Acesso em: 04 de nov. de 2019.

Então, motivada a criar conteúdo que auxiliasse mulheres a ter liberdade financeira, Nathalia criou o canal Poupe com Saia, que posteriormente foi denominado de Me Poupe. Com uma linguagem acessível e bem-humorada, mesclando informação com entretenimento, aos poucos o canal aumentou sua audiência e ampliou seu público, alcançando não só mulheres vítimas de agressão físicas e psicológicas. No entanto, o diálogo com a intenção inicial de contribuir para a autonomia de mulheres por meio da independência financeira é algo que ainda circunda o conteúdo de alguns vídeos da *youtuber* e reverbera na discussão entre suas seguidoras.

Neste artigo, nos interessa identificar e problematizar o que Nathalia Arcuri e as mulheres que a seguem compartilham a respeito das problemáticas em ser mulher na sociedade contemporânea, assim como verificar que aspectos de empoderamento estão presentes nessa discussão. Em concordância com Coruja (2017), compreendemos que não é objetivo de nossa análise qualificar (ou desqualificar) as conversas sobre feminismo ou empoderamento feminino que possam aparecer. Mas, sim, evidenciar as discussões em torno dessas temáticas, o que por si só já revela sua relevância, e problematizá-las.

Entre os vários vídeos do canal Me Poupe, optamos por analisar especificamente o “especial dilemas femininos⁹” e 78 comentários sobre ele. Ele faz parte da seção “NATH ME AJUDA”, em que a *youtuber* lê dúvidas, dilemas e problemas compartilhados pelo público do canal e apresenta alguma sugestão de solução. A escolha por esse vídeo justifica-se por seu conteúdo exibir questões, direta ou indiretamente, relacionadas a empoderamento feminino, além de apresentar grande incidência de comentários de mulheres. Além disso, o vídeo atende a limitações de tempo e espaço inerentes a um trabalho de conclusão de curso de graduação, que é o caso do estudo de onde se originou este artigo¹⁰.

Esta pesquisa se caracteriza como do tipo exploratória e de recurso descritivo, com abordagem qualitativa (GIL, 2002), mediante a aplicação da técnica de análise de conteúdo do tipo temática (BARDIN, 2011). Para a análise do vídeo e dos comentários, foi definida uma amostra aleatória de 100 comentários a partir dos 804 presentes no

⁹Publicado em 6 de março de 2017, com 481 mil visualizações (dados referentes a 06 de novembro de 2019) e disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OPHb8heAG2I>>. Acesso em: 04 de nov. de 2019.

¹⁰ Este artigo é baseado no Trabalho de Conclusão de Curso apresentado e aprovado em março de 2020 no âmbito da graduação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Mato Grosso.

vídeo. Desses 100, eliminamos aqueles que fugiam dos objetivos do trabalho por não serem escritos por mulheres e/ou não dialogarem com o conceito de empoderamento discutido neste estudo. Resultou, portanto, 78 comentários, os quais abordavam *avaliações da youtuber e de seu conteúdo*, e outras três temáticas que se interseccionam: *beleza, relacionamento, independência financeira*, explicitadas na Quadro 1.

Quadro 1: Tabela com categorias elencadas

CATEGORIA	EXPLICITAÇÃO
Avaliação da <i>youtuber</i> e de seu conteúdo	Opiniões sobre a <i>youtuber</i> e seu conteúdo.
Beleza	Preocupação das seguidoras com a beleza, aqui compreendida como um sistema que expressa relações de poder em que “as mulheres precisam competir de forma antinatural por recursos dos quais os homens se apropriam” (WOLF, 2018, p. 29).
Relacionamento	Referência a relacionamentos afetivos de mulheres, em que existem parceiros homens, bem como filhos envolvidos.
Independência Financeira	Referência à dependência/independência financeira de mulheres e suas implicações.

Fonte: Elaborada pelas autoras.

Dilemas femininos contemporâneos: o que dizem Nathalia Arcuri e suas seguidoras?

No vídeo “Nath me ajuda – dilemas femininos”, Nathalia Arcuri responde oito perguntas selecionadas a partir de 500 enviadas por mulheres seguidoras de seu canal. O elevado número de questões levantadas, bem como o tom de autoridade sobre os assuntos que aborda no vídeo revela o potencial da *youtuber* de influenciar quem a assiste.

Em diálogo com Karhawi (2017) e Recuero (2009), podemos dizer que Nathalia tem a percepção de sua popularidade e seu poder de influência no processo de pautar assuntos em circulação, bem como nas escolhas de consumo e nos comportamentos sociais daqueles que assistem seus vídeos. Isso se confirma na avaliação positiva do conteúdo da *youtuber* por parte de suas seguidoras e o reconhecimento da sua relevância: “Você mudou a minha mente e minha vida!!”, “Esse vídeo foi distribuição de tapas na cara”.

As perguntas realizadas no vídeo englobam temas variados por meio dos quais a *youtuber* promove reflexões acerca dos padrões de poder que excluem de alguma forma as mulheres socialmente e aciona diálogos entre suas seguidoras sobre questões

relacionadas a empoderamento feminino. Além de expressões de juízo de valor sobre o conteúdo produzido pela *youtuber*, as seguidoras abordam três temas centrais que se interseccionam nos comentários do vídeo: beleza, relacionamento e independência financeira.

A educação financeira é a temática principal do canal de Nathalia Arcuri, sendo assim, não à toa aparece recorrentemente nos comentários do vídeo analisado, demonstrando como o público se identifica e legitima o conteúdo da *youtuber*.: “Estou em processo para a minha independência financeira. Com a ajuda da Nathalia já estou investindo no tesouro direto e estudando para investir em ações”. As seguidoras aderem ao discurso defendido por Nathalia e demonstram acreditar que o planejamento e a educação financeira são chave para empoderar a si mesmo e servir de auxílio para construção da conscientização de outras pessoas. Na caixa de comentários do vídeo, as mulheres não só reagem ao que diz Nathalia, mas também conversam entre si, compartilhando dificuldades financeiras vivenciadas, além de dicas/conselhos sobre estratégias de como economizar.

A discussão sobre beleza entre as seguidoras é acionada a partir da problematização feita pela influenciadora sobre do mito da beleza feminina (WOLF, 2018). Nathalia questiona a pressão social que as mulheres sofrem por manter uma aparência jovem, escondendo suas marcas de envelhecimento, como mostra o trecho:

(...) sim, eu vou deixar as minhas rugas aparecerem, eu vou deixar minhas marcas aparecerem até que eu não suporte isso. Enquanto as minhas marcas fizerem parte da minha vida e da minha história. Foda-se se vão achar que eu estou velha, foda-se se não vão gostar que eu estou enrugada. Foda-se se não vão gostar dos meus cabelos brancos.

Em outro momento, a *youtuber* fala da culpa que as mulheres carregam por não serem perfeitas em todos os âmbitos de sua vida. Ao responder a uma de suas seguidoras que deseja saber como ser “inteligente, bonita, se vestir bem, andar com as unhas, cabelo e maquiagem sempre impecáveis, ter uma casa organizada, ser boa mãe, esposa e ainda ser rica”, a influenciadora questiona, ainda que superficialmente, o motivo da existência desse mito da mulher perfeita e a quem interessa essa perpetuação, como mostra o trecho: “Vocês percebem na fala dessa moça a carga de responsabilidade que ela tem nas costas. Por que mulher tem que ser tudo isso? Quem disse que você tem que ser tão perfeita assim [...]?”.

As reflexões feitas pela *youtuber* reverberam nos questionamentos e críticas por parte de suas seguidoras ao mito da beleza e à indústria que ajuda a sustentá-lo: “Exatamente Nath, quem foi que disse que temos de ser perfeita, isso é a melhor frase para autoestima. Temos que aceitar nossas imperfeições, aceitar as rugas, cabelos brancos e muitas outras coisas [...]. Em alguns comentários, a crítica ao mito da beleza feminina vem acompanhada de reflexão sobre o lugar de privilégio ocupado pelo homem em relação a esse tema: “Fico chocada com o quanto somos ‘educadas’ para acreditar que nossa beleza natural não serve! Homem acorda, põe roupa e vai trabalhar...”.

As seguidoras também compartilham a pressão que sofrem por estarem “sempre impecáveis” ao olhos de outras pessoas e as estratégias que desenvolvem para não gastarem quantias consideráveis de dinheiro com isso: “(...) eu mesma aprendi a fazer minha unha e hidratar meu cabelo em casa (...) TUDO, TUDO MESMO, para economizar sem ficar feia!”. É interessante observar que parte das mesmas mulheres que demonstram prezar pela economia financeira se preocupa em reservar dinheiro para sempre estarem “bonitas”, como se fosse um tipo de ritual necessário por ser mulher, algo que inclusive é reforçado por Nathalia Arcuri, quando ela diz: “Se você está se olhando no espelho e pensando ‘nossa estou um bagaço’, realmente isso pode detonar sua autoestima e aí pode ser que valha a pena sim fazer um tratamento aqui e outro ali”; “[...] vai ser feliz com ou sem botox¹¹”.

Desse modo, é possível observar certa contradição nas falas da *youtuber* durante o vídeo. Se em alguns trechos ela provoca reflexão, podendo gerar autoconsciência em suas seguidoras sobre o mito da beleza, em outros, ela reforça estruturas de poder que aprisionam mulheres à ideologia de institucionalização da beleza física como valor feminino mais relevante (CAMPOS, 2010, p. 52). Afinal, será que todas as mulheres podem exercer, sem nenhuma pressão ou prejuízo social, essa escolha de aplicar ou não botox, pintar ou não o cabelo branco, esconder ou não suas rugas? Como demonstra um dos relatos das seguidoras, na verdade, há imposições e pressões sociais que dificultam esse processo: “Sou profissional liberal e trabalho com um público bem seletivo, logo preciso estar sempre bem cuidada [...]”.

¹¹ Abreviação para toxina botulínica, substância que paralisa os músculos de uma determinada região do corpo humano, comumente usada em procedimentos estéticos para atenuar rugas faciais.

Relacionamentos é outra temática que perpassa as falas das seguidoras de Nathalia Arcuri. É ressaltado nos comentários a relação entre independência financeira e emocional de mulheres perante seus parceiros e ex-parceiros. Ao responder algumas perguntas sobre o compartilhamento de despesas/economias entre casais heteronormativos, a influenciadora fala sobre a necessidade de a mulher ter consciência e controle sobre o seu próprio dinheiro (“Morar junto é planejamento”, “Quanto cada um vai investir?” “Quanto será a reserva de emergência de ambos?”).

O conteúdo produzido por Nathalia Arcuri também estimula mulheres a dividirem suas angústias por carregarem a “sina” da mulher na sociedade patriarcal (BEAUVOIR, 1949) que, em meio à dupla jornada e aos mitos da beleza e da mulher perfeita, tendem a carregar inúmeras responsabilidades sozinhas, sem ajuda do parceiro ou ex-parceiro e a culpa por nem sempre conseguirem dar conta delas, como é observado na seguinte fala: “Naty me ajudaaaa! Penso, programo, sou mãe solteira de três filhos! A todo momento acaba acontecendo imprevistos”. Ademais, observamos a tendência de compartilhamento de experiências de superação e conselhos sobre como lidar com a questão da dependência emocional em relacionamentos afetivos: “[...] Não dependa emocionalmente de seus parceiros e muito menos sustente os caprichos deles. [...] Priorize você”.

Apesar dessas experiências e conselhos compartilhados possuírem o potencial de mostrar que as situações vivenciadas pelas mulheres não são isoladas nem estanques e, por isso, podem ser transformadas, é interessante ressaltar que as seguidoras centralizam as possíveis soluções para os dilemas femininos relacionado à beleza, relacionamento e educação financeira no campo individual. Isto é, “na força de vontade por mudar” a ser buscada por cada mulher. Sendo assim, ao associarem realização com felicidade a ser alcançada exclusivamente por esforços próprios (MCROBBIE, 2009), não questionam as condições sociais que, muitas vezes, impedem que mulheres alcancem a independência financeira, emocional e afetiva.

Esse foco no campo individual que aparece nos comentários é reforçado em vários trechos do vídeo por Nathalia Arcuri: “Não se cobre tanto”, “Você tem que ser aquilo que você quer ser pra você”, “Comece de novo. O importante é você não desistir”, “Se você espera resultados diferentes, você também precisa agir de forma diferente”. Ou seja, a *youtuber* sugere que cada mulher alcançará a transformação sozinha por meio, exclusivamente, do seu próprio esforço, desse modo, não alcançando

a perspectiva de empoderamento de Berth (2018) para quem o conceito, embora passe pela autoconscientização, é um processo necessariamente coletivo.

A análise do vídeo “Nath me ajuda – Dilemas femininos”, portanto, mostrou como, mediadas pelo conteúdo da *youtuber* Nathalia Arcuri, mulheres dão pistas dos desafios de ser mulher nos dias atuais. A perspectiva da ideologia da beleza como um mito, a sina da dupla jornada, o sentimento de culpa, a dependência emocional e financeira de parceiros são dilemas que elas apontam. Como uma possibilidade de superá-los, emerge em suas falas a valorização da autoestima e a importância da independência financeira.

Embora Nathalia não se posicione claramente no vídeo analisado nem em seu canal como difusora de ideias feministas e de empoderamento feminino, a identificação que ela provoca em seu público gera um espaço para reflexão sobre certos lugares sociais ocupados por mulheres. Na caixa de comentários, suas seguidoras compartilham, ainda que muitas vezes de modo superficial, suas visões críticas da realidade, reivindicam a relevância da autoestima feminina e da capacidade de gerar renda independente, sendo assim, dialogando com algumas dimensões de empoderamento feminino.

À luz da noção das contribuições de Stromquist (2002), podemos dizer que a *youtuber* no vídeo “Nath me ajuda – Dilemas femininos” contribui para o fomento das perspectivas cognitiva, psicológica e econômica de empoderamento. No entanto, não alcança a também importante dimensão política proposta pela autora. A *youtuber*, apesar de questionar a ideologia patriarcal em alguns momentos, não propõe a transformação de estruturas e instituições que promovem a desigualdade de gênero – como a indústria da beleza, por exemplo - nem inclui as mulheres empobrecidas e sem renda fixa na reflexão sobre a necessidade de acesso e controle dos recursos materiais e informacionais. Tal limitação também é identificada na discussão feita nos comentários do vídeo. As seguidoras não revelam preocupação com as desigualdades sociais entre mulheres de realidades diversas nem mencionam possibilidades de organização e mobilização para transformar as estruturas que promovem desigualdades de gênero. Essa limitação na discussão entre *youtuber* e suas seguidoras, como ressalta Coruja (2017), pode acarretar em um discurso de empoderamento esvaziado de articulação política.

Por fim, é importante destacar que os dilemas femininos compartilhados pela *youtuber* não contemplam todas as mulheres. É perceptível que Nathalia Arcuri fala para um grupo de mulheres que possuem renda fixa e que estão (já estiveram ou desejam estar) em relacionamentos heteronormativos. É perceptível também que a ela não interessa problematizar os dilemas femininos a partir dos recortes de classe, raça e sexualidade. Tampouco observa-se um alargamento dessa discussão por parte de suas seguidoras, o que demonstra que o direcionamento do conteúdo da *youtuber* é bem alinhado com sua audiência.

Considerações finais

Neste artigo, analisamos as problemáticas contemporâneas de ser mulher a partir do vídeo Nath me ajuda – dilemas femininos do canal Me Poupe e seus comentários, identificando que noções de empoderamento emergem do que dizem *youtuber* e seguidoras. A análise revelou que o conteúdo fomenta discussões entre o público feminino, mediadas pela influenciadora digital Nathalia Arcuri, acerca de relações de poder que excluem e/ou aprisionam mulheres socialmente. Além disso, evidenciou como mulheres desejam e necessitam de espaços para compartilhar experiências sobre os desafios de ser mulher e como a internet pode ser potencialmente um lugar de impulsionamento desse debate. Demonstrou também como ouvir umas às outras pode contribuir para a conscientização sobre suas realidades e o questionamento sobre estruturas socialmente construídas.

No entanto, o estudo evidenciou limitações nessa discussão. A *youtuber* escolhe localizar seus questionamentos e posicionamentos a partir de uma perspectiva de empoderamento pautada na autonomia liberal, focada na emancipação financeira. Concepção que é aceita e reforçada por suas seguidoras. Desse modo, não se alcança no debate pautas mais coletivas e democráticas.

Para estudos futuros, seria interessante ampliar a análise para outros vídeos do canal Me Poupe. Ademais, seria pertinente realizar comparação com outros canais que estimulam o debate sobre empoderamento feminino relacionado à educação financeira no YouTube, como o Nath Finanças, que possui abordagem e público distintos do Me Poupe.

Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Editora 70, 2011.
- CORUJA, Paula. **Expressões do(s) feminismo(s): discussões do público com a youtuber Jout Jout**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.
- BBC. 2017. **Youtubers da crise: canais crescem oferecendo dicas de finanças pessoais**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/youtubers-da-crise-canais-crescem-oferecendo-dicas-de-financas-pessoais.ghtml>>. Acesso em: 25 ago. 2020.
- BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo sexo**. São Paulo: Círculo do livro, 1995.
- BERTH, Joice. **O que é empoderamento?** Letramento Editora e Livraria LTDA, 2018.
- BERGO, L.; REIS, V. A. Segmentação dos movimentos sociais no site de relacionamentos Orkut. **Revista Contemporânea** (UERJ), ed. 10, vol. 6, n. 1, p. 33-43, Jan/Jun, 2008.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.
- BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: Feminismo e Subversão da Identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CAMARGO, Isadora; ESTEVANIM, Mayanna; SILVEIRA, Stefanie C. da. Cultura participativa e convergente: o cenário que favorece o nascimento dos influenciadores digitais. **Edição Especial de 70 Anos da Faculdade Cásper Líbero**, [s.l], v. 17, p.102-120, jul. 2017. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/327120381>>. Acesso em: 04 nov. 2019.
- CAMPOS, Veridiana Parahyba. **Beleza, feminilidade e reflexividade: um estudo sobre a mediação agência - estrutura por mulheres intelectuais**. 2010. 153 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2010.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- DAVIS, ANGELA. **Mulheres, raça e classe**. São Paulo: Boitempo, 2016.
- FONTENELLE, Isleide Arruda. **Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas**. Editora FGV, 2017.

FRANCO, Luiza. Violência contra a mulher: novos dados mostram que ‘não há lugar seguro no Brasil’. **BBC**. São Paulo, 26 fev. 2019. Disponível em: <encurtador.com.br/kEP18>. Acesso em: 25 maio 2020.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 39. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.

GAMBA, Susana. Feminismo: historia y corrientes. In: GAMBA, S. Diccionario de estudios de Género y Feminismos. **Mujeres em red**, p. 1-8, 2008. Disponível em: <encurtador.com.br/bvEPW>. Acesso em: 20 maio 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GOOGLE. **Youtube Insights 2017**. 2017. Disponível em <encurtador.com.br/bGM16>. Acesso em 25 ago. 2020.

HOLLANDA, Heloisa Buarque. **Explosão Feminista: Arte, Política e Universidade**. Editora: Companhia das Letras, 2018.

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

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Revista Comunicare**: Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, v. 7, p.47-61, 19 maio 2017. Disponível em: <encurtador.com.br/ahZ12>. Acesso em: 13 nov. 2019.

LIMA, Eduardo Luís Noronha. CARNEIRO, Jéssica de Souza. SILVA, Soraya Madeira da. **“Não tira o batom vermelho”: o feminismo na produção de conteúdo na rede**. In: XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Fortaleza. 2017. Disponível em: <encurtador.com.br/ovZ26>. Acesso em: 28 de nov. de 2019.

MARTINS, Ana Paula Antunes. "O Sujeito" nas ondas" do Feminismo e o lugar do corpo na contemporaneidade. **Revista Café com Sociologia**, v. 4, n. 1, 2015.

MCROBBIE, Angela. **The aftermath of feminism: gender, culture and social change**. London: Sage, 2009.

MIGUEL, Ana de. Los feminismos. In: AMORÓS, Celia (Org.). **Diez palabras sobre mujer**. Pamplona: Verbo Divino, 2000.

PACETE, Luiz Gustavo. **Meio & Mensagem**. Empreendedorismo e educação ganham força no YouTube. Disponível em: <encurtador.com.br/GIT17>. Acesso em: 25 ago. 2020.

PELLEGRINI, D. P. et al. Youtube. Uma nova fonte de discursos. **Revista de Recensões de comunicação e cultura**, v. 8, 2010.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Feminismo, história e poder**. Rev. Sociol. Polít., Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun. 2010. Disponível em: <encurtador.com.br/fktT3>. Acesso em: 21 de nov de 2019.

RAUN, Tobias. Capitalizing intimacy: new subcultural forms of micro-celebrity strategies and affective labour on YouTube. *Convergence*, v. 24, n. 1, pp. 99 – 113, 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBEIRO, Djamila. **Lugar de fala**. Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

ROCHA, Frenanda de Brito Mota. **A quarta onda do movimento feminista: o fenômeno do ativismo digital**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2017.

SAMPAIO, Inês; CRAVEIRO, Pâmela. Dinâmica de participação de crianças e jovens youtubers. In: COLAÇO, Veriana; GERMANO, Idilva; MARINHO, Luciana Lobo (orgs.). **Juventudes em movimento: experiências, redes e afetos**. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2019.

SARDENBERG, Cecília. Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista. In: **I Seminário Internacional: Trilhas do Empoderamento de Mulheres–Projeto TEMPO**. NEIM/UFBA: Salvador, Bahia, 2006. Disponível em: <encurtador.com.br/arzCJ>. Acesso em: 25 maio 2020.

SIQUEIRA, Camilla Karla Barbosa. As três ondas do movimento feminista e suas repercussões no direito brasileiro. In: CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI – UFMG/FUMEC/DOM HELDER CÂMARA, 24., 2015, Florianópolis. **Resumo...** Florianópolis: Conpedi, 2015.

SPINK, Mary Jane. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**. Edição virtual. Rio de Janeiro: Editora Cortez, 2013.

STROMQUIST, Nelly P. Education as a means for empowering wome. In: PARPART, J.; RAI, S.; STAUDT, K. (eds). **Rethinking empowerment: gender and development in a global/local world**. London: Routledge 2002.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**. 3.ed. Rio de Janeiro: Rosa dos tempos, 2008.