

MULHERES NO YOUTUBE E MUDANÇA SOCIAL: Como o Dia Internacional da Mulher é debatido dentro da plataforma de comunicação¹

SOUSA, Nádia Barros de²

Universidade Federal do Maranhão

REIS, Jovelina Maria Oliveira dos³

Universidade Federal do Maranhão

CARDOSO, Letícia Conceição Martins

Universidade Federal do Maranhão⁴

RESUMO

O presente artigo propõe uma análise sobre a construção de conteúdos, na plataforma digital *Youtube*, por mulheres. Considerando a revolução feminista que vem ocorrendo dentro da sociedade nos últimos anos, observa como cinco canais de criação feminina – são eles: Ellora Haonne, Hel Mother, Jout Jout, Alexandrismos e Patrícia Rammos – abordaram o tema “Dia Internacional da Mulher”, no dia 8 de março de 2018. O objetivo é verificar como esta nova forma de comunicação – *Youtube* – facilita a disseminação de novos ideais e perspectivas dentro do público feminino, compreendendo a troca de experiências e o processo de identificação entre produtoras e consumidoras.

Palavras-chave: Youtube; Internet; criadoras de conteúdo; feminismo; comunicação; dia internacional da mulher.

¹ Trabalho apresentado ao GT **REDES SOCIAIS E ATIVISMO MIDIÁTICO**, da XIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã - *Comunicação, Direitos Humanos e Diversidade*, realizada na Universidade Federal do Maranhão, em São Luís, MA, de 21 a 23 de novembro de 2018.

² Graduanda do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, estudante de iniciação científica PIBIC, integrante do Grupo de Estudos Culturais do MA – Gecult, email: barrosnadia100@gmail.com.

³ Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, orientadora, email: profajovelina@gmail.com.

⁴ Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, orientadora, coordenadora do Grupo de Estudos Culturais do MA – Gecult, email: leticiaufma@gmail.com.



1. Introdução: A natureza do Youtube

É certo que vivemos, atualmente, a chamada “era da tecnologia”. As formas tradicionais de mídia – televisão, rádio, jornal impresso – dividem o espaço das casas e mentes humanas com os novos meios de comunicação, urgentes por informação e dirigidos pela Internet. As culturas individuais e coletivas passam por um processo de metamorfose e os indivíduos deixam seu papel de receptores para, concomitante a esta “função”, tornarem-se produtores de conteúdo.

Esta relação direta e pessoal, que ressignifica o processo de interação entre os seres humanos, permite que novos valores, sentidos e perspectivas sejam incorporados ao cotidiano e o imaginário coletivo seja modificado.

Dentro deste novo panorama, a Internet apresenta diferentes ferramentas que trabalham para a aceleração do compartilhamento de ideias. Uma delas, o Youtube. Criado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, o site é uma das principais plataformas de armazenamento e distribuição de conteúdo audiovisual da Internet. Seu mecanismo de upload do produto e feedback imediato atrai cada vez mais usuários que, consumindo ou gerando material audiovisual, participam diretamente da atualização da linguagem. Unida a este fator, a natureza econômica do site apresenta-se como característica singular dentro dos processos de comunicação: qualquer usuário, ao compartilhar conteúdos, pode ganhar dinheiro e transformar seu acesso em negócio.

Para Burgess e Green (2009), “podemos começar a refletir sobre a importância do Youtube em termos culturais. Para o Youtube, a cultura participativa não é somente um artifício ou um adereço secundário; é, sem dúvida, seu principal negócio. ”

Ou seja, esta nova forma de comunicação e linguagem é imediatamente correlacionada a aspectos econômicos, sociais e culturais dentro de um meio. Não devendo ser vista como um fenômeno isolado. É evidente que a correlação entre estes aspectos e as formas de comunicar mais tradicionais não deve ser anulada, pois sempre foram simultâneos, mas as novas plataformas fomentam uma revolução no padrão midiático existente, associando de maneira bem menos sutil os processos comunicacionais e as mudanças na economia, na cultura e na sociedade.

Posto isso, a identidade ativa e modificadora da plataforma, onde o usuário busca enxergar a si próprio no outro, é refutada por Burgess e Green (2009), que levantam a questão se, “do ponto de vista da audiência, é uma plataforma que fornece acesso à cultura ou uma plataforma que permite aos seus consumidores atuar como produtores? Essa amplitude é a fonte da diversidade e alcance do YouTube [...]. ” E é, provavelmente, o que permite uma nova visão de comunicação dentro da mídia tecnológica.

2. Uma revolução necessária

Sendo vista, durante muito tempo, sob um olhar machista e patriarcal que determinava sua submissão perante o gênero masculino, sua objetificação e função social

reduzida à reprodução, a mulher finalmente conseguiu iniciar e propagar debates acerca de suas ocupações dentro da sociedade. Com um forte movimento de luta e resistência que eclodiu desde meados da década de 1960 – a partir do famoso episódio da “Queima de sutiãs”, no qual ativistas do WLM (Women’s Liberation Movement) protestaram contra a realização do concurso de Miss America, questionando a “ditadura da beleza” sofrida pela classe feminina –, a mulher já conseguiu superar barreiras concernentes às relações de gênero e de força, como a conquista do sufrágio feminino e direito à educação profissional e ao trabalho “fora de casa”.

Diante deste aspecto, mas considerando que, mesmo após tantas discussões, ainda é persistente a construção social de uma imagem feminina subjugada e simplista, o movimento feminista possui a incumbência de degenerar as discrepâncias presentes no cotidiano da mulher e reconfigurar as fórmulas das relações interpessoais.

Ninguém sofre uma opressão tão prolongada ao longo da história como a mulher. Mutiladas em países da África com a supressão do clitóris, censuradas em países islâmicos onde são proibidas de exibir o rosto, subjugadas como escravas e prostitutas em regiões da Ásia, deploradas como filha única por famílias chinesas, são as mulheres que carregam o maior peso da pobreza que atinge, hoje, 4 dos 6 bilhões de habitantes da Terra. (CHRISTO, 2001)

Assim sendo, Pedro e Guedes (2010) afirmam que

A luta das mulheres, sobretudo por nascer e consubstanciar-se em meio a determinismos econômicos que insistem afirmarem-se como naturais, afirma-se como diária e difícil. Conquistar seu lugar numa sociedade que possui uma forte resistência quanto a novos conceitos de gênero tem sido uma tarefa muito difícil e de garra. (PEDRO; GUEDES, 2010, p. 3-4)

A partir disto, qual papel deve ser exercido pela mídia – aqui, especificamente, a nova mídia – diante destas transfigurações sociais? A resposta está na influência direta e identificadora que estas mídias exercem sobre os seres humanos. Se, anteriormente, os meios de comunicação eram ferramentas usadas pela sociedade machista para propagação das desigualdades de gênero, hoje, assumem a indispensável função de propagar políticas e métodos mais igualitários.

Ora, o Youtube apresenta uma forma de trabalho interessante e particular pautada nas experiências pessoais. Isto permite que os usuários (consumidores e produtores de conteúdo) tenham contato “na prática” com as ideias disseminadas. Há reconhecimento de si na vivência do outro e vice-versa.



A experiência, tanto a mediada quanto a da mídia, surge na interface do corpo e da psique. Ela, claro, se exprime no social e nos discursos, na fala e nas histórias da vida cotidiana, em que o social está sendo constantemente reproduzido. Para citar Hastrup mais uma vez: ‘Não apenas a experiência está sempre ancorada numa coletividade, mas a verdadeira ação humana é também inconcebível fora da conversação contínua de uma comunidade, de onde surgem as distinções e avaliações de fundo necessárias para fazer escolhas de ações’ (1995, p. 84). (SILVERSTONE, 2002, p. 30)

Ou seja, as experiências compartilhadas dentro da plataforma Youtube mostram-se como relevantes ao possibilitar a interação e diálogo entre partes que, geralmente, participam da mesma esfera social. Quando uma criadora de produto audiovisual – Youtuber – divide com outras usuárias seus aprendizados e conhecimentos adquiridos por experiências vividas – relacionadas ao papel da mulher dentro da sociedade – abre portas para que estas usuárias se identifiquem e reformulem a visão sobre si mesmas dentro do meio social.

3. 8 de março no Youtube

Após observações isoladas das partes que compõem este artigo – Youtube e feminismo –, um ponto em comum: o Dia Internacional da Mulher.

Proposto por Clara Zetkin – professora, jornalista e política alemã - no II Congresso Internacional de Mulheres Socialistas, em 1910, a data foi instituída para relembrar as lutas políticas, culturais e trabalhistas travadas pela classe feminina durante a história, bem como para discutir os novos objetivos almejados pelas mulheres dentro do meio em que vivem.

A cada conquista, o movimento operário iniciava outra fase de reivindicações, mas em nenhum momento, até por volta de 1960, a luta sindical teve o objetivo de que homens e mulheres recebessem salários iguais, pelas mesmas tarefas. As trabalhadoras participavam das lutas gerais, mas, quando se tratava de igualdade salarial, não eram consideradas. Alegava-se que as demandas das mulheres afetariam a “luta geral”, prejudicariam o salário dos homens e, afinal as mulheres apenas “completavam” o salário masculino. Subjacente aos grandes movimentos sindicais e políticos emergiam outros, construtores de uma nova consciência do papel da mulher como trabalhadora e cidadã. Clara Zetkin, Alexandra Kollontai, Clara Lemlich, Emma Goldman, Simone Weil e outras militantes dedicaram suas vidas ao que posteriormente se tornou o movimento feminista. (BLAY, 2001, p. 601-602)

Neste contexto, o Youtube empreende um mecanismo que reaviva a memória coletiva e, a partir desta memória, trava novos debates para realocar a memória individual, pois ambas estão proporcionalmente conectadas.

Halbwachs (1990) defende a memória como um constructo social, colocando as estruturas sociais como elemento formador da memória individual, ou seja, é impossível evocarmos lembranças sem levar em consideração o quadro social no qual estamos inseridos. Assim, só lembramo-nos do passado se ele estiver de acordo com as construções sociais do presente. (PUHL; ARAÚJO, 2012, p. 706-707).



Por isso, associando o momento revolucionário – acerca da relação da mulher consigo mesma e com outros indivíduos – pelo qual passamos e a nova proposta de comunicação preconizada pelo Youtube, o passado transforma-se em aparato para conversas relativas à manutenção de mudanças do presente e futuro. O dia 8 de março evoca esta associação e suscita a construção do empoderamento feminino.

4. “Ninguém nasce mulher; torna-se mulher”

A clássica frase de Simone de Beauvoir em “O segundo sexo” é a base do vídeo da jovem youtuber Ellora Haonne, no dia 8 de março de 2018.

Com 20 anos e sentada no escritório de seu apartamento em São Paulo, a youtuber conta suas experiências pessoais acerca do desenvolvimento de seu conceito sobre ser mulher. Ao longo do vídeo, de 8min42s, Ellora – que já passou por distúrbios alimentares, como bulimia – compara sua vivência em família com a de seus irmãos.

O estigma social respectivo à necessidade da mulher de conhecer a si mesma, que proíbe e anula as curiosidades e ânsias das garotas, designa o tratamento díspar entre elas e meninos. Desde a ausência de brinquedos que fomentem a aventura e o desenvolvimento intelectual até a aura miraculosa que mantém a sexualidade como um tabu; todos os aspectos do desenvolvimento das meninas, na infância e adolescência, englobam a inferioridade diante do sexo masculino como base dos vínculos sociais.

Os efeitos deste desatino e das diferenças de gênero alimentam, então, outro infortúnio social: a imagem do homem como macho detentor de toda segurança e distante de qualquer fragilidade.

O homem será considerado macho na medida em que for capaz de disfarçar, inibir, sufocar, seus sentimentos. A educação de um verdadeiro macho inclui necessariamente a famosa ordem: “Homem (com H maiúsculo) não chora”. (SAFIOTTI, 1988, p. 25)

Como testemunho da dificuldade de construir uma identidade feminina sinônima de força e coragem dentro da sociedade, Ellora destaca:

Eu acho que me tornei mulher no momento em que eu me senti vulnerável pelo meu gênero, pela primeira vez. Hoje, eu tenho 20 anos, juntei 700 mil pessoas por uma causa, ganho mais que meus dois irmãos juntos [...], tenho uma empresa [...] e, agora, em dezembro, no Natal, eu terminei a ceia e subi para o salão de jogos junto com os meus primos e sabe o que eu ouvi? ‘Não, não. Você vai arrumar a cozinha junto com a fulana’. Ser mulher é ter que provar sua capacidade todos os dias para a sociedade e, no fim do dia, até para si mesma. (HAONNE, 2018)



A exposição de situações cotidianas consideradas normais, mas que ocultam as diferenças de tratamento entre homem e mulher põe em voga a raiz cultural que a diferenciação impregna em si e como o entendimento do “ser homem” e “ser mulher” deve ser desconstruído para, então, uma nova ideologia mais igualitária seja instaurada.

O processo de feedback deste vídeo refuta a primordialidade da conversão: com 186.809 visualizações, apresenta 44 mil likes e 1811 comentários de mulheres identificando-se com a narrativa de Ellora Haonne.

5. Educação feminista: meninas criadas para si, somente para si

Helen Ramos, jornalista, 29 anos, mãe solo. O perfil da criadora do canal do Youtube “Hel Mother” é realidade de 31% das mães brasileiras. O dado foi levantado por pesquisa realizada pelo Instituto Data Popular, em 2015, que determina, ainda, outras estatísticas: 46% das mães trabalham, 55% pertencem à classe média.

Os índices acima citados antecipam o porquê de o vídeo especial do dia 8 de março de 2018 ter sido bem aceito diante do público do canal: com 25.043 views, “Hel Mother” angariou 4 mil likes para a abordagem do tema: educação das meninas.

Nós, mulheres, sempre fomos educadas a ser [...] delicadas, tranquilas, não- agressivas, calmas [...], aceitar as coisas. O amor romântico, aquele platônico onde você só dá, não recebe nada. Resultado: a maioria [...] das mulheres que eu conheço foram abusadas. O que eu queria propor para vocês neste dia das mulheres? Eduquem [...] as crianças, começando da escola. Se a gente começasse a explicar para as meninas que elas não precisam se comportar tanto, que elas não precisam ficar tanto em silêncio, que elas não precisam servir, serem delicadas, cortês, agradáveis, talvez, essas meninas, mais cedo, começassem a falar sobre os abusos que sofrem. (RAMOS, 2018)

O comentário feito por Helen no início do vídeo é referente ao chamado estereótipo de gênero. Segundo Oliveira e Souza (2006), “preconceitos relacionados a sexo e gênero são ligados à prática da dominação, discriminação e a comportamentos violentos contra a mulher”. Estas práticas evidenciam as diferenças no modo de educação entre os gêneros e a hostilidade direcionada aos exercícios femininos dissonantes às “normas de conduta” convencionadas.

[...] em dois grandes grupos segundo a similaridade do traço com a construção sociocultural dos conceitos de masculinidade e feminilidade. Assim, traços individualistas ou instrumentais (por exemplo: independente, agressivo, racional) caracterizam-se como sendo pertinentes à masculinidade e traços coletivistas ou expressivos (por exemplo: amorosa, sensível, delicada) como pertinentes à feminilidade (Melo e col., 2004, p. 252).

Enquanto Ellora Haonne compartilhava sua experiência como sendo o próprio alvo da



educação machista, Helen Ramos chama a atenção dos pais e educadores para os métodos de ensino que podem desencadear a introversão de crianças do sexo feminino, bem como o perigoso ideal de posse e autoritarismo característico da masculinidade (segundo o imaginário social). Ambos com chances prováveis de acarretar assédio e abusos de diferentes níveis sofridos pelas mulheres.

A educação sexual, abordada pela jornalista, é apontada como solução eficaz no combate à discriminação e violência contra a mulher. Se explorarmos o assunto, a criança ou a adolescente fica a par das transformações que acometem seu corpo e identifica ações de terceiros que ultrapassam os limites da tolerância.

6. Ao invés de uma flor...

O título sugestivo do vídeo da youtuber e jornalista Julia Tolezano – popularmente conhecida como Jout Jout – faz alusão ao caráter comemorativo que o dia 8 de março adquiriu quando, na verdade, sua função é abordar as discussões sobre as estruturas sociais que, até hoje, coagem a mulher.

Com mais de 1 milhão de inscritos, Jout Jout desenvolve a discussão no Dia Internacional da Mulher, em 2018, abordando a relação entre as mulheres e o trabalho. Da área externa da sua casa – o que favorece bastante a impressão de diálogo próximo e pessoal –, a carioca faz uma pequena reconstituição da história de luta feminista diante do direito ao trabalho fora de casa.

Naquela época, como hoje, afirmava-se que o trabalho feminino fora de casa provocava a desagregação da família. Daí o Estado ter incluído no Código Civil (1916), para proteger a família (mesmo a pobre), que a mulher deveria ter autorização do marido para poder trabalhar. (BLAY, 2003)

Ressaltando a pressão que o sexo feminino sofre desde que conseguiu alcançar os mesmos cargos que os homens dentro do mercado de trabalho, averigua a existência de um outro problema: a sobrecarga de mulheres no ambiente profissional que, por estarem em constante pressão para reafirmarem-se como “tão boas quanto os homens”, acabam tomando para si as responsabilidades alheias.

Você pode ser única. O pensamento não pode ser: “Sem mim, esse trabalho não vai acontecer.” Ao invés disso, tenta pensar assim: “Comigo, esse trabalho ia ser ótimo. Sem mim, esse trabalho vai acontecer.” [...] porque você não fica com essa pressão de: “Eu tenho que ir porque não vai ter, se eu não for.” [...] respeita seu corpo, respeita seu tempo. [...] Melhor do que dar uma flor é dar uma dica. (TOLEZANO, 2018)

Neste contexto, Jout Jout aconselha as mulheres a não abarrotarem a si mesmas para que entendam que são profissionalmente capacitadas e não precisam provar, constantemente, seu mérito.



7. Porque eu amo ser mulher

Como mulher gorda, Alexandra Gurgel compartilha com 315 mil inscritos, no canal “Alexandrismos”, a pressa por uma sociedade onde o respeito é base de todas as relações.

Em seu vídeo para o Dia Internacional da Mulher, a jornalista carioca enumera todos os requisitos que, apesar das adversidades, garantem o orgulho em ser defensora deste gênero. São mais de 16 mil visualizações, com 3,3 mil likes e 151 comentários de identificação feminina.

Segundo Gurgel (2018), “existem várias formas de ser mulher [...]” e o principal fator que garante, às mulheres, a detenção da força é a questão de, mesmo fatigante, a luta por ideais persistir.

A conversação de 8min30s aborda a necessidade de empatia e aliança entre a classe feminina, ainda que dentro de um contexto desfavorável, para que o empoderamento, a auto aceitação e a busca por direitos iguais perante a sociedade sejam legítimos.

Reiterando este ponto de vista, Christo (2001) trata a luta feminista como processo de emancipação e liberdade na qual o protagonismo feminino equivale à autenticação do conceito de alteridade nos processos sociais:

Emancipar-se é equiparar-se ao homem em direitos jurídicos, políticos e econômicos. Corresponde à busca de igualdade. Libertar-se é querer ir mais adiante, marcar a diferença, realçar as condições que regem a alteridade nas relações de gênero, de modo a afirmar a mulher como indivíduo autônomo, independente, dotado de plenitude humana e tão sujeito frente ao homem quanto o homem frente à mulher. (CHRISTO, 2001)

Portanto, a união feminina e o autoconhecimento consolidam a magnitude dos movimentos de revolução diante do embate contra a natureza preconceituosa das estratificações sociais.

8. “Eu me amo. Não posso mais viver sem mim”

A letra da canção “Eu me amo”, da banda de rock brasileira “Ultraje a rigor”, instaura o levantamento de ideias da youtuber Patrícia Rammos, no dia 8 de março de 2018. O cerne da explanação é o enaltecimento do amor próprio feminino quando posto defronte de situações nas quais a importância da mulher é desconsiderada.

Os 27 depoimentos de usuárias, nos comentários, expõem o caráter plural que a discussão manifesta e levanta o questionamento de o porquê as mulheres ainda permitem a manutenção de situações que afetam negativamente sua vitalidade e energia psicológica.

Isto está equivalente à convenção social que dita mulheres solteiras como inferiores e desmoralizadas por não possuírem, ao seu lado, nenhuma figura masculina. Aqui, a existência feminina



está condicionada ao olhar masculino, que irá determinar o sucesso social de mulheres como resultante do alcance de um relacionamento. O que sinaliza a naturalização do poder do homem sobre a mulher.

O mundo sempre pertenceu aos machos. (...). Já verificamos que quando duas categorias humanas se acham presentes, cada uma delas quer impor à outra sua soberania; quando ambas estão em estado de sustentar a reivindicação, cria-se entre elas, seja na hostilidade, seja na amizade, sempre na tensão, uma relação de reciprocidade. Se uma delas é privilegiada, ela domina a outra e tudo faz para mantê-la na opressão. Compreende-se, pois, que o homem tenha tido vontade de dominar a mulher (BEAUVOIR, 2009, p.99).

O trecho de Beauvoir (2009) une-se à temática do vídeo de Patrícia Rammos para denunciar a restrição, ainda que sutil, vivida pelas mulheres. A insistente visão patriarcal que denota domínio masculino sobre as outras classes deturpa os valores estruturais dos meios sociais que deveriam ser igualitários e tolerantes.

9. Considerações Finais

Os aspectos históricos, culturais e sociais que definem a imagem feminina subordinada apresentam-se como mecanismos, muitas vezes camuflados, para designar relações opressoras pelas quais um sujeito é reafirmado através do domínio de outro.

O papel das novas mídias diante desta persistência engloba as discussões que podem disseminar novos olhares de mundo sociedade afora e desenvolver um processo de reconhecimento mútuo entre vivências. O Youtube aproxima estas realidades e garante diálogo contínuo entre as partes que, conjuntamente, exercem função de emissoras e receptoras.

A desconstrução de paradigmas que representam riscos para o bem-estar social torna-se imprescindível diante da necessidade de os sujeitos serem proprietários e protagonistas de si mesmos.

Através do movimento feminista, o debate travado pelas 5 youtubers, no Dia Internacional da Mulher do presente ano, enaltece a reflexão acerca das conquistas femininas e alerta para a continuidade do movimento, pois, apesar deste ser legítimo e eficaz – como a história aponta, a caminhada rumo a uma sociedade verdadeiramente igualitária ainda está longe de acabar.

Referências Bibliográficas

BLAY, Eva Alterman. **8 de março: conquistas e controvérsias**. In: Revista Estudos Feministas, Ano 9, 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v9n2/8643.pdf>> Acesso em: 05.jul.2018.

BLAY, Eva Alteram. **Violência contra a mulher e políticas públicas**. Scielo Public Health. São Paulo, 2003. V. 17 n. 49. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142003000300006> Acesso em: 05.jul.2018.



BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo**. Tradução Sergio Milliet. 2. Ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BURGESS, Jean e GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. 1ª. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

CHRISTO, Carlos Alberto. **Marcas de Baton**. Revista Caros Amigos, 2001. Disponível em: <<http://pensocris.vilabol.uol.com.br/feminismo.htm>> Acesso em: 06.jul.2018.

GURGEL, Alexandra. **Porque eu amo ser mulher #diainternacionaldamulher #8m**. Youtube. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VqVpDOcpbLs>> Acesso em: 03.jun.2018

HAONNE, Ellora. **Mulher: como me tornei uma?** Youtube. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=WU1vS6gQKl8>> Acesso em: 03.jun.2018

MELLO, Daniel. **Brasil tem mais de 20 milhões de mães solteiras, aponta pesquisa**. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-05/brasil-tem-mais-de-20-milhoes-de-maes-solteiras-aponta-pesquisa>> Acesso em: 04.jul.2018.

MELO, Gislane Ferreira de; GIAVONI, Adriana; TROCCOLI, Bartholomeu Torres. **Estereótipos de gênero aplicados a mulheres atletas**. Psicologia: teoria e pesquisa, v. 20, n. 3, Brasília: 2004, p. 251-256.

OLIVEIRA, Danielle Cristina de; SOUZA, Lídio de. **Gênero e violência conjugal**: concepções de psicólogos. Estudos e pesquisa em psicologia, v. 6, n. 2, Rio de Janeiro: 2006, p. 34-50.

PEDRO, Cláudia Bragança; GUEDES, Olegna de Souza. **As conquistas do movimento feminista como expressão do protagonismo social das mulheres**. Anais do I Simpósio sobre estudos de gênero e políticas públicas. Gênero e Movimentos sociais – Coord. Renata Gonçalves, Universidade de Londrina – Paraná, p. 1-10, jun.2010. Disponível em: <<http://www.uel.br/eventos/gpp/pages/arquivos/1.ClaudiaBraganca.pdf>> Acesso em: 06.jul.2018.

PUHL, Paula Regina; ARAÚJO, Willian Fernandes. **YouTube como espaço de construção da memória em rede**: possibilidades e desafios. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia. v. 19, n. 3. Porto Alegre: 2012, p. 705-722.

RAMMOS, Patrícia. **Dia das mulheres: e esse tal de amor de migalhas? Quem nunca?** Youtube. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=6HdWCI9UTyM>> Acesso em: 03.jun.2018

RAMOS, Helen. **Fogo no rabo, fogo no estado**. Youtube. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yQx99GvVAvU>> Acesso em: 03.jun.2018

SAFFIOTI, Heleith. **O Poder do Macho**. 5ª. ed. São Paulo: Editora Moderna LTDA, 1988.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 2ª. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

TOLEZANO, Julia. **Ao invés de uma flor...** Youtube. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=n9dEUSpKrnk>> Acesso em: 03.jun.2018