

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**Eduardo José Moreira Souza**

**NARRATIVAS DO EU EM VÍDEO:**  
**YouTube e os diários para compartilhar**

**Juiz de Fora**  
**2018**

**Eduardo José Moreira Souza**

**NARRATIVAS DO EU EM VÍDEO:  
YouTube e os diários para compartilhar**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Comunicação. Área de Concentração: Comunicação e Sociedade

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Iluska Maria da Silva Coutinho

**Juiz de Fora**

**2018**

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Souza, Eduardo José Moreira.

NARRATIVAS DO EU EM VÍDEO : YouTube e os diários para compartilhar / Eduardo José Moreira Souza. -- 2018.

121 p. : il.

Orientadora: Iluska Maria da Silva Coutinho

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós Graduação em Comunicação, 2018.

1. Narrativa. 2. Audiovisual. 3. YouTube. 4. Materialidade Audiovisual. 5. Ariel Modara. I. Coutinho, Iluska Maria da Silva, orient. II. Título.

**Eduardo José Moreira Souza**

**NARRATIVAS DO EU EM VÍDEO:  
YouTube e os diários para compartilhar**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Sociedade.

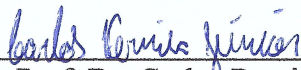
Aprovada em 31 de agosto de 2018

**BANCA EXAMINADORA**



---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho — Orientadora  
Universidade Federal de Juiz de Fora



---

Prof. Dr. Carlos Pernisa Júnior  
Universidade Federal de Juiz de Fora



---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Vanessa Maia Barbosa de Paiva  
Universidade Federal de São João del-Rei

Aos bravos que compartilham suas histórias com o mundo sem medo da exposição. Que se expressam pela Internet e não temem julgamentos. Aos Joões Nery, Ariéis Modara e tantxs outrxs que dividem conosco seus momentos mais íntimos.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais pelo apoio ao longo desses dois intensos anos de aprendizado que se traduzem em diversas experiências certamente inesquecíveis;

Aos amigos pela compreensão de que, muitas vezes, a ausência se fez necessária para o desenvolvimento desta pesquisa;

À Prof<sup>a</sup>. Iluska Coutinho, por ter aceito orientar esta dissertação, ter confiado em meu trabalho diante das dificuldades características comuns a curso de Pós-Graduação e, sobretudo, pelos momentos valiosos de troca e conhecimento nessa reta final;

Ao Prof. Carlos Pernisa Júnior pelo conhecimento adquirido, pela confiança ao longo do curso e pela oportunidade de lecionar para a Graduação. Certamente foi enriquecedora;

À Prof<sup>a</sup>. Vanessa Maia, que prontamente aceitou o convite para compor a Banca Examinadora desta dissertação e se mostrou tão solícita em fazer parte deste trabalho;

Aos colegas do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual, agradeço pelos momentos de aprendizado, troca de experiências, parcerias acadêmicas e, sobretudo, de descontração e risadas extremamente importantes para deixar a rotina mais leve;

Agradeço também ao Ariel, mesmo não tendo conhecimento, por enquanto, deste trabalho, pela coragem em compartilhar um momento tão íntimo de sua vida que certamente inspira e motiva tantas outras pessoas ao redor do mundo com suas mensagens;

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho, meu muito obrigado!

“Sinto algo novo em mim;  
Nada será igual.  
Não vou me sujeitar a regras que me fazem mal.  
É tarde pra ter medo.  
É hora de despertar.  
O meu instinto chama.  
E me faz tentar...  
Desafiar a gravidade;  
Tentar domar a gravidade.  
Não vão me alcançar!”

(Mariana Elizabetsky e Victor Mühlethaler, 2016)

## RESUMO

O principal objetivo desta dissertação é compreender como é desenvolvida a narrativa pessoal construída por um YouTuber que se propõe a compartilhar suas experiências de vida na Internet, utilizando como objeto empírico o canal “Ariel Modara”, criado por um jovem com o objetivo de documentar seu processo de terapia hormonal com a finalidade de transicionar de gênero. A partir de vídeos publicados na Internet, ele se assume um homem trans e começa a compartilhar no YouTube material audiovisual que apresenta as várias etapas de sua hormonização. Utilizando a Análise da Materialidade Audiovisual como principal ferramenta de análise, buscamos apresentar as principais características desse tipo de relato e que ferramentas Ariel usa na construção de sua narrativa. Para isso, foram selecionados 12 (doze) vídeos publicados no canal que apresentam temas relacionados à hormonização à qual ele se submete e que são apresentados ao público sob forma de relato pessoal. Com isso, buscamos verificar eixos temáticos que fossem se modificando ao longo da narrativa, como o personagem Ariel, os temas tratados por ele, o cenário mostrado nos vídeos e eventuais recursos utilizados para reforçar sua narrativa, como elementos visuais ou sonoros.

**Palavras-chave:** Narrativa. Audiovisual. YouTube. Materialidade Audiovisual. Ariel Modara.



## **ABSTRACT**

The main purpose of this dissertation is to understand how the personal narrative built by a YouTuber who proposes to share his experiences of life is presented on the Internet, using as an example the YouTube channel "Ariel Modara". This channel was created by a young man in order to document his process of gender transition. We notice in his videos on YouTube that he starts to identify himself as a trans man and begin to share videos documenting different stages of his hormone therapy. Using the Audiovisual Materiality Analysis as our main method of analysis, we seek to present the main characteristics of this type of narrative and what elements Ariel uses to present his stories. To accomplish that, we selected 12 videos posted on his channel that could provide topics related to the hormone therapy, presented to his audience as personal statements. With those skills, we wish to verify some axes that could suffer modifications throughout the online narrative, such as Ariel himself, themes brought by him and the scenario shown in his videos. We also wanted to look at eventual visual and sound elements he would use to empower his message, such as intro openings or background music.

**Keywords:** Narrative. Audiovisual. YouTube. Audiovisual Materiality. Ariel Modara.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 — Seção do site do YouTube destinada à imprensa .....	21
Figura 02 — Seção “Criadores de conteúdo” do site do YouTube .....	22
Figura 03 — Placas oferecidas aos YouTubers como gratificação pelo número de seguidores conquistados .....	23
Figura 04 — Imagem de capa do vídeo “Membrana Plasmática   Célula   Prof. Paulo Jubilut”, do canal “Biologia Total com Prof. Jubilut” .....	41
Figura 05 — Página inicial do canal “Matemática Rio com Prof. Rafael Procopio” .....	41
Figura 06 — Dados sobre o modo de consumo de notícias pela população brasileira .....	45
Figura 07 — Página inicial do YouTube Brasil em 09/07/2018, acessada em modo de navegação anônima.....	46
Figura 06 — Dados sobre o modo de consumo de notícias pela população brasileira .....	47
Figura 09 — Página inicial do YouTube acessada por um usuário logado em sua conta pessoal .....	47
Figura 10 — Página inicial do YouTube acessada por um usuário logado em sua conta pessoal .....	48
Figura 11 — Mapa das Mediações proposto por Jesús Martín-Barbero .....	49
Figura 12 — Vídeos publicados por YouTubers que anunciam mudanças em seus canais	51
Figura 13 — Imagem de capa do vídeo “VIVENDO SEM UMA MÃO #6”, do canal “Vai Uma Mãozinha Aí”?.....	52
Figura 14 — Imagem de capa do vídeo “APROPRIAÇÃO CULTURAL EXISTE? PODE BRANCA DE TURBANTE”, do canal “Afros e Afins por Nátaly Neri” .....	53
Figura 15 — Imagem de capa do vídeo “NÃO LEIA A MATÉRIA DA ÉPOCA, VEJA ESTE VÍDEO! ”, do canal “Projeto Boa Sorte” .....	55
Figura 16 — Imagem de capa do vídeo “CORPO PERFEITO COM JOUT JOUT - PERGUNTE ÀS BEE 98”, do canal “Canal das Bee” .....	56
Figura 17 — Imagem de capa do vídeo “SÉRIE 3 POR CENTO   3 PERCENT SERIES - PILOTO   PILOT - EP.1”, do canal “serie3porcento” .....	58
Figura 18 — Imagem de capa do vídeo “NA CAMA COM GIO EW BANK E... GRETCHEN (PARTE 1)   GIOH”, do canal “GIOH” .....	60
Figura 19 — Imagem de capa do vídeo “A SOLIDÃO DO GAY NEGRO - DESABAFO E MENSAGEM PRAS BICHAS PRETAS - SPARTAKUSVLOG”, do canal “Spartakus Santiago” .....	61

Figura 20 — Imagem de capa do vídeo “Draw My Life 2.0”, postado pelo YouTuber espanhol Toniemcee .....	63
Figura 21 — Imagem de capa do vídeo “Femenino o Masculino” .....	64
Figura 22 — Imagem de capa do vídeo “Como Salí Del Closet” .....	65
Figura 23 — Seção “Início” do canal “Ariel Modara” em julho de 2018.....	80
Figura 24 — Seção “Início” do canal “Ariel Modara” em outubro de 2017.....	80
Figura 25 — Parte inferior da seção “Início” do canal “Ariel Modara” em julho de 2018	81
Figura 26 — Seção “Sobre” do canal “Ariel Modara”.....	83
Figura 27 — Playlist “Hormonização Transmasculina (Ariel)” do canal “Ariel Modara”. 85	
Figura 28 — Frame do vídeo “Desabafo Inicial   DIÁRIO FTM”, do canal “Ariel Modara”	87
Figura 29 — Momentos de pausa em preto e branco do vídeo “Desabafo Inicial   DIÁRIO FTM”, do canal “Ariel Modara”.....	88
Figura 30 — Frame do vídeo “Um pouco sobre confiança   DIÁRIO FTM”, do canal “Ariel Modara” .....	89
Figura 31 — Frame do vídeo “Pequeno review sobre BINDER   FTM”, do canal “Ariel Modara” .....	90
Figura 32 — Frame do vídeo “Pequeno review sobre BINDER   FTM”, do canal “Ariel Modara” .....	91
Figura 33 — Imagem de capa do vídeo “Como contei pra mãe que sou transgênero + nome   FTM”, do canal “Ariel Modara”.....	92
Figura 34 — Frame do vídeo “Como contei pra mãe que sou transgênero + nome   FTM”, do canal “Ariel Modara”.....	92
Figura 35 — Capa do vídeo “EXPECTATIVAS PRÉ-T e novidades   DIÁRIO FTM”, do canal “Ariel Modara” .....	94
Figura 36 — Imagem de capa do vídeo “Minha primeira dose de T   FTM”, do canal “Ariel Modara” .....	95
Figura 37 — Frame do vídeo “Minha primeira dose de T   FTM”, do canal “Ariel Modara”	95
Figura 38 — Frame do vídeo “Como consegui minha testosterona”, do canal “Ariel Modara” .....	97
Figura 39 — Imagem de capa do vídeo “MUDEI COM A HORMONIZAÇÃO? (1 ano e 4 meses em T)   Homem Trans”, do canal “Ariel Modara” .....	98
Figura 40 — Frame do vídeo “MUDEI COM A HORMONIZAÇÃO? (1 ano e 4 meses em T)   Homem Trans”, do canal “Ariel Modara” .....	99
Figura 41 — Imagem de capa do vídeo “IVAN HOMEM TRANS DE A FORÇA DO QUERER   Ariel Modara”, do canal “Ariel Modara” .....	100

Figura 42 — Vinheta de abertura utilizada pelo canal “Ariel Modara” .....	100
Figura 43 — Comentários postados pelos usuários relativos ao vídeo “IVAN HOMEM TRANS DE A FORÇA DO QUERER   Ariel Modara”, do canal “Ariel Modara” .....	101
Figura 44 — Frame do vídeo “COMO EU ME DESCOBRI TRANS”, do canal “Ariel Modara” .....	102
Figura 45 — Imagem de capa do vídeo “TOUR PELO MEU CORPO”, do canal “Tá, Querida?” .....	103
Figura 46 — Imagem de capa do vídeo “TOUR PELO MEU CORPO - TRANS E PÓS-OPERADO #TourPeloMeuCorpo   Ariel Modara”, do canal “Ariel Modara” .....	104
Figura 47 — Frame do vídeo “TOUR PELO MEU CORPO - TRANS E PÓS-OPERADO #TourPeloMeuCorpo   Ariel Modara”, do canal “Ariel Modara” .....	105
Figura 48 — Frame do vídeo “TOUR PELO MEU CORPO - TRANS E PÓS-OPERADO #TourPeloMeuCorpo   Ariel Modara”, do canal “Ariel Modara” .....	105
Figura 49 — Frame do vídeo “Como tá minha hormonização (2 anos), perguntas e novidades”, do canal “Ariel Modara” .....	106
Figura 50 — Frame do vídeo “Como tá minha hormonização (2 anos), perguntas e novidades”, do canal “Ariel Modara” .....	107
Figura 51 — Canal “Ariel Modara” após a remoção de alguns vídeos.....	108

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 01 — Lista de vídeos originalmente publicados pelo canal “Ariel Modara” .....	70
Tabela 02 — Lista de vídeos do canal “Ariel Modara” selecionados para análise .....	75
Tabela 03 — Lista de vídeos removidos do canal “Ariel Modara” .....	76

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>2 CURTA, COMENTE E COMPARTILHE: OS TRÊS MANDAMENTOS DO YOUTUBE</b> .....	17
2.1 PRECISAMOS FALAR SOBRE (MAIS) SOBRE O YOUTUBE.....	24
<b>2.1.1 Direcionando o olhar sobre a produção acadêmica que investiga o YouTube</b> .....	28
2.2 A FIGURA DO YOUTUBER ENQUANTO NARRADOR.....	33
2.3 UM OLHAR SOBRE A (RE) PRODUÇÃO DE VÍDEOS NO YOUTUBE .....	36
<b>3 YOUTUBE: UM ESPAÇO PARA A CONVERSÇÃO EM REDE E PARA UMA COMUNICAÇÃO MAIS PLURAL</b> .....	40
3.1 YOUTUBE COMO NOVO ESPAÇO PÚBLICO: LABORATÓRIO PARA NOVAS NARRATIVAS — COMUNICAÇÃO MAIS PÚBLICA E DEMOCRÁTICA .....	50
3.2 UM ESPAÇO PARA VOZES INVISIBILIZADAS.....	52
3.3 A BUSCA PELA PLURALIDADE NARRATIVA DO YOUTUBE.....	56
3.4 O YOUTUBE COMO ESPAÇO DE INTIMIDADE.....	59
3.5 O CASO ESPANHOL DE COMPARTILHAMENTO DA INTIMIDADE PELOS JOVENS.....	61
<b>4 AS NARRATIVAS DO EU EM VÍDEO</b> .....	67
4.1 METODOLOGIA.....	67
<b>4.1.1 A Análise da Materialidade Audiovisual como método de avaliação</b> .....	77
4.2 COMO SE APRESENTA O CANAL “ARIEL MODARA”.....	79
4.3 ABRINDO O DIÁRIO COMPARTILHADO DE ARIEL .....	86
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	111
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	114

## 1 INTRODUÇÃO

Múltiplas vozes se expressando das mais diversas formas para as mais diversas pessoas. Esse é o cenário característico da chamada “era da convergência”, momento a partir do qual a comunicação, munida de recursos tecnológicos de produção, se tornou mais próxima de seu público — que passou também a contar, potencialmente, com as mesmas ferramentas e ganhou a possibilidade de produzir suas próprias mensagens. Ainda que o período da comunicação de massa tenha sido importante para a consolidação dos grandes veículos de informação, a possibilidade de interação entre a audiência e os produtores de conteúdos era baixa, limitada àquela feita a partir de uma parcela do público, e que nem sempre surtia efeito.

No entanto, na década de 1990 surge a Internet com a promessa de encurtar distâncias e promover o contato direto entre os usuários, fazendo com que eles pudessem interagir livremente entre si e produzir seus próprios conteúdos a partir da possibilidade de estarem conectados em uma rede de computadores.

Dessa forma, os usuários poderiam atuar de maneira semelhante às empresas de comunicação, sendo capazes de publicar suas mensagens para qualquer indivíduo do planeta que também estivesse conectado à Internet. Em seus primeiros anos, o que se observou, na verdade, por parte dos veículos, foi a transposição para a Internet do que era produzido pelas redações. Logo depois, os *blogs* surgiram com a proposta de oferecer um conteúdo mais leve e muitas vezes segmentado — em contraponto aos jornais impressos, bastante analíticos e generalistas.

Aproveitando as possibilidades, o público viu nos *blogs* uma ferramenta de expressão, já que, assim como as empresas, poderia também produzir conteúdo informativo e utilizar o mesmo espaço para a divulgação de suas ideias. Com o aprimoramento das condições tecnológicas para a criação de conteúdo digital e, principalmente, com o domínio cada vez mais frequente de tais técnicas pelos usuários, novos recursos foram sendo introduzidos às plataformas, como a possibilidade de inserção de vídeos, áudio e elementos gráficos àqueles textos. Em paralelo, os aparelhos de gravação de imagens — bem como os telefones celulares — foram se tornando cada vez mais aprimorados e passaram a abrigar câmeras cada vez mais robustas, que permitiam não só a captação de imagens e som, mas, também, o compartilhamento dos vídeos.

Nesse cenário comunicacional surge, em 2005, o YouTube, com a proposta de ser um local de abrigo para as produções caseiras de seus usuários, que tinham à disposição ferramentas simples de compartilhamento de seus audiovisuais, que poderiam, então, ser

facilmente agregados às redes sociais, estabelecendo uma relação mais próxima com seus seguidores. Da mesma forma como, ao longo do tempo, os recursos foram sendo aprimorados, os usos que se fizeram da tecnologia disponível também foi se modificando — com parte dos usuários dominando, cada vez mais, técnicas de produção antes restritas às grandes corporações jornalísticas. A visibilidade que o *site* possuía entre seus usuários fez com que em 2006 a Google, empresa por trás do maior buscador online do mundo, comprasse o YouTube e o agregasse a seu catálogo de serviços, com a finalidade de torná-lo mais que um repositório de vídeos (BURGESS; GREEN, 2009).

Essa mudança foi a principal responsável pelas transformações ocorridas no YouTube que fizeram com que ele se tornasse a principal plataforma de consumo de vídeos do mundo — a implementação de recursos usados nas redes sociais aos conteúdos produzidos, como comentários nos vídeos e possibilidade de interação direta entre produtores e público, foi uma delas. Ao entender que, cada vez mais pessoas estavam alimentando a plataforma com produções autorais, o YouTube foi, aos poucos, incentivando a criação de conteúdo original e passou também a dar suporte àqueles usuários que decidissem por estabelecer seus espaços de comunicação dentro do *site*.

Permitindo que seus usuários criassem canais dentro da plataforma, que funcionam de forma semelhante aos canais de emissoras de TV, o YouTube acabou dando origem a um tipo de comunicador que, nos últimos anos, vem ganhando bastante destaque nos meios de comunicação: o YouTuber, figura híbrida entre um apresentador de TV e, muitas vezes, um conselheiro. Diante das ferramentas digitais de criação e publicação de conteúdo, ele utiliza a plataforma como um espaço para expressão de ideias e difusão audiovisual.

Da mesma forma como uma emissora televisiva comporta diferentes formatos de atrações ao longo de sua programação, a possibilidade de criação desses canais acaba dando ao YouTube ares de uma grande operadora de audiovisual com diversos gêneros compondo sua quase infinita grade de programação. De acordo com dados disponibilizados na própria plataforma, cerca de um bilhão de horas são consumidas diariamente pelos usuários.

Dentro dessa imensidão de formatos de canais que habitam o universo YouTube, nos interessa um nicho em particular adotado por diversos YouTubers como principal forma de expressão *online*: o relato pessoal — que, na Internet, acaba se assemelhando à ideia de um diário aberto acompanhado por vários seguidores que interagem diretamente com os criadores de conteúdo, sugerem temas para novos vídeos, dão suas opiniões acerca dos assuntos discutidos e também expõem suas opiniões por meio de comentários.



Com esta dissertação, nosso objetivo principal é compreender como se estabelecem as narrativas pessoais construídas pelos YouTubers que utilizam a Internet como forma de expressão de ideias e de busca por um espaço de visibilidade e afirmação. Ao utilizarem o espaço e os recursos disponibilizados pelo YouTube, maior plataforma de consumo e produção de vídeos do mundo, que tipo de conteúdo é apresentado ali e que marcas esse relato possui?

No Brasil, essa apropriação voltada para a troca de experiências é bastante explorada pelos YouTubers, entre os quais destacamos Julia Tolezano (JoutJout), Kéfera Buchmann e Lucas Feuerschütte, mais conhecido como Luba. Entretanto, em meio a observações, notamos que existe, ainda, um tipo de canal criado com um objetivo ainda mais pessoal e íntimo que o mero compartilhamento de histórias vividas: há um segmento de YouTubers que se dedicam a compartilhar suas experiências enquanto pessoas transgênero, muitas vezes documentando seus processos de terapia hormonal em busca da transição. Foi o que fez o jovem catarinense Ariel Modara, que em 2015 criou um canal no YouTube com a proposta de fazer o registro de sua hormonização — Ariel, que se identifica como um homem trans, criou no YouTube um espaço de expressão como forma de desabafar e compartilhar sua história com outras pessoas.

Dessa maneira, organizamos esta dissertação em quatro capítulos que apresentam o YouTube enquanto espaço de criação e consumo de vídeos, muitas vezes utilizado por jovens como local de experimentação de formatos audiovisuais e de expressão — percebemos que a plataforma muitas vezes é a ferramenta usada por aqueles em situação de vulnerabilidade, que buscam no reconhecimento de indivíduos semelhantes formas de apoio para lidar com suas questões pessoais.

O primeiro capítulo desta dissertação se propõe a apresentar o YouTube como a imponente plataforma de produção e consumo de vídeos que se tornou na atualidade, que instiga seus usuários a fazerem parte dela compartilhando suas visões de mundo e fazendo desse um espaço de experimentação criativa.

O capítulo seguinte se desdobra na utilização da plataforma como espaço para o estabelecimento de uma comunicação mais plural, com diferentes vozes engajadas na criação dos mais diversos tipos de conteúdo — como no exemplo da multiplicidade de formatos de canais existentes para suprir as demandas dos mais diversos tipos de público. Também apresentamos o YouTube como um espaço de intimidade, principalmente entre os jovens, que veem na Internet uma possibilidade de discutir temas considerados tabus, como sexualidade e identidade de gênero — apresentamos, inclusive, o caso de uma YouTuber espanhola que

buscou no YouTube uma forma de expressar sua nova identidade de gênero enquanto mulher trans.

O quarto capítulo deste trabalho trata exclusivamente de nossa análise acerca da produção narrativa pessoal no canal “Ariel Modara”. Primeiramente apresentamos a metodologia utilizada, composta pela revisão bibliográfica, pesquisa documental e, principalmente, pela Análise da Materialidade Audiovisual, na análise dos 12 vídeos selecionados para o *corpus*, conforme proposto por Coutinho (2016).

Em seguida, no capítulo cinco, expomos nossas considerações finais, nas quais pudemos observar que esse tipo de conteúdo que explora a experiência e intimidade, ainda que presente de forma tímida diante da imensidão de produções publicadas no YouTube, se faz relevante em função de mesclar diferentes possibilidades de comunicação — seja pelos novos formatos emergentes, seja pela interação desencadeada pelos usuários.

Esta pesquisa não possui a intenção de esgotar a temática sobre as narrativas pessoais ou, tampouco, sobre o YouTube — que, conforme apresentamos adiante, ainda é um objeto pouco explorado entre as pesquisas científicas da área da Comunicação. Nossa proposta é a de poder contribuir com questionamentos que deem espaço para que outros pesquisadores se interessem pela temática e possam, posteriormente, construir novas discussões acerca da produção audiovisual e do YouTube como novo espaço para essas criações.

## 2 CURTA, COMENTE E COMPARTILHE: OS TRÊS MANDAMENTOS DO YOUTUBE

A Internet foi responsável por mudanças não só na forma de as pessoas consumirem conteúdos de mídia, mas também deu a elas a possibilidade de produzir e compartilhar suas próprias criações e interagir com outros usuários por meio da comunicação em rede. Durante a evolução da história da mídia vem sendo observado o fenômeno de apropriação da linguagem dos meios mais antigos pelos mais recentes, como aconteceu com a apropriação da linguagem literária e dramática pelo cinema e, posteriormente da linguagem radiofônica pela televisão, nos seus primórdios. Diante do cenário atual, de convergência midiática e desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TICs), novas possibilidades surgiram no chamado ciberespaço e permitiram, sobretudo, a comunicação bidirecional, dando ao usuário/interator canal de retorno comunicacional em direção ao emissor da mensagem (VILCHES, 2003).

Ao contrário do que muitos pensam e divulgam, o ciberespaço não é apenas o território dos sonhos e das tribos *ciberpunks*, nem se origina exclusivamente das tecnologias e da informática; trata-se, sim, de um novo espaço social de comunicação, que afeta as dimensões do eu e do outro. Esse novo espaço de pensamento (o contexto da ubiquidade informática) e a percepção da dimensão humana estão delimitados pelo discurso dos meios e pela coabitação com as novas formas, ou hiper-realidade (VILCHES, 2003, p.134). Com isso, as narrativas não mais se restringem à lógica de produção e recepção do conteúdo e podem incorporar novas perspectivas de construção de sentido, como a participação da audiência e a própria incorporação da tecnologia na produção das histórias e roteiros, conferindo “um novo estatuto classificatório à narratologia, particularmente aquela audiovisual, introduzindo uma noção de narrativa digital” (KIELING, 2012, p. 741).

Além disso, a partir do desenvolvimento dos recursos tecnológicos e da consolidação da Internet como plataforma de consumo e produção de informação e dados — além da incorporação dos processos de produção pela mídia —, fica mais fácil para que o público passe a dominar tais técnicas, fazendo com que ele também se sinta capaz de produzir suas próprias construções e divulgá-las na rede mundial de computadores — em contraponto ao momento da história da comunicação em que a produção de conteúdo midiático era restrita às grandes empresas e era permitido ao público pouco ou nenhum meio de estabelecer um diálogo com o emissor das mensagens.

Esse movimento corrobora a ideia defendida por alguns autores de que o homem é um ser narrativo e necessita dessas histórias para construir sua própria existência e dar sentido

à vida. Motta (2013, p.17) estabelece que, independentemente de fatores como cultura ou civilização, essas histórias serão encontradas e se desenrolam por meio de uma relação que envolve tempo e eventos sucessivos, influenciando não só nossa existência como também a de outros com os quais convivemos.

Nossas vidas são nossas narrativas. Melhor dizendo, nossas narrativas tecem nossas vidas. [...] Narrar é uma forma de dar sentido à vida. Na verdade, as narrativas são mais que representações: são estruturas que preenchem de sentido a experiência e instituem significado à vida humana. Narrando, construímos nosso passado, nosso presente e nosso futuro. [...] Quando narramos algo, estamos nos produzindo e nos construindo, construindo nossa moral, nossas leis, nossos costumes, nossos valores morais e políticos, nossas crenças e religiões, nossos mitos pessoais e coletivos, nossas instituições. Estamos dando sentido à vida (MOTTA, 2013, p. 18).

Dentre as cinco razões que Motta (2013) identifica para que se estudemos as narrativas, a primeira é a de que elas devem ser analisadas “para entender quem somos”, uma vez que “construímos um autossignificado singular: nosso eu se transforma em um conto, um relato valorativo. Podemos estudar as narrativas, portanto, para compreender esse conto” (MOTTA, 2013, p.27). Talvez esse seja o principal fator que faça com que o YouTube, site cujo propósito inicial era atuar como um repositório de vídeos caseiros, tenha se tornado a grande plataforma narrativa que é atualmente e que convida diversos usuários a compartilharem relatos nos quais eles mesmo desempenham o papel de protagonistas.

Lançado em junho de 2005 por Chad Hurley, Steven Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do *site* de comércio eletrônico *Paypal*<sup>1</sup>, o YouTube tinha como vantagem sobre outros serviços de *upload* de vídeos a facilidade de manuseio para que o usuário comum pudesse produzir e publicar seu próprio material na plataforma, além de oferecer a geração de códigos que faziam com que o conteúdo criado pudesse ser facilmente compartilhado em redes sociais (BURGESS; GREEN, 2009, p.17).

Ainda que o *site* se mostrasse de fácil navegação e usabilidade, as produções mantidas ali não atingiam um grande número de visualizações ou sequer haviam extrapolado a esfera do ambiente digital; até que, em dezembro de 2005, um vídeo intitulado “*Lazy Sunday*” — uma paródia produzida pelo humorístico americano *Saturday Night Live* — foi visto, em seus dez primeiros dias, mais de 1 milhão de vezes, podendo ser considerado o primeiro *hit* da plataforma (BURGESS; GREEN, 2009, p.19). O sucesso fez com que no ano seguinte o *site* fosse assunto de diversas atrações na TV e ganhasse cada vez mais acessos, levando o Google

---

<sup>1</sup> O Paypal é um site de pagamentos online. Com ele, é possível adicionar cartões de créditos e realizar transações financeiras. De acordo com o site da empresa, o Paypal é “uma carteira digital que você leva para onde for”. Disponível em <<https://www.paypal.com/br/webapps/mpp/how-to-use-paypal>>. Acesso: 02 jul. 2018.

— dono do buscador mais acessado do planeta — a anunciar, em outubro de 2006, a compra do YouTube por US\$ 1,6 bilhão, evidenciando o poder que a plataforma ganhou em pouco tempo.

Como empresa de mídia, o YouTube é uma plataforma e um agregador de conteúdo, embora não seja uma produtora do conteúdo em si. É um exemplo do que David Weinberger (2007) chama de “metanegócio” — uma “nova categoria de negócio que aumenta o valor da informação desenvolvida em outro lugar e posteriormente beneficia os criadores originais dessa informação” (BURGESS; GREEN, 2009, p.21).

Embora a maioria de seus usuários seja formada por pessoas que assistem ao material divulgado na plataforma, há uma considerável parcela dessas que se empenha em produzir conteúdo para o YouTube, fazendo dele um híbrido de *website* e rede social. Diferentemente de outras plataformas em que o vínculo se estabelece por meio de círculos de amizade, no YouTube é o próprio teor dos vídeos que atrai as pessoas e que estabelece as interações sociais. A partir do momento em que houve a possibilidade da criação dos canais, funcionando como espaços reservados aos usuários para montarem ali uma área personalizada para a postagem de seus vídeos, essa aproximação com as redes sociais tornou-se mais forte.

Esse recurso abriu precedente para que não apenas os usuários tradicionais buscassem novas formas de criação e divulgação de conteúdo, mas também empresas e coletivos viram a possibilidade de brecha para se inserirem em um meio alternativo de comunicação, muitas vezes utilizando a plataforma com recursos profissionais, estabelecendo ali um diálogo paralelo com seu público e, conseqüentemente, um novo vínculo. Foi o caso da empresa de bebidas energéticas Red Bull, que desde setembro de 2006 está presente no YouTube<sup>2</sup> e já contabiliza mais de 1,9 bilhão de visualizações e quase 7,5 milhões de inscritos em seu canal<sup>3</sup>.

A empresa utiliza a plataforma para promover um estilo de vida mais ativo e dinâmico, com vídeos cujo foco é a divulgação de esportes radicais, muitas vezes com a participação de atletas profissionais e esportistas famosos, como o ciclista de testes escocês Danny MacAskill, que protagoniza o vídeo mais assistido do canal, “*Danny MacAskill’s Imagine*”<sup>4</sup>, publicado em 19 de junho de 2013 e que possui 480 mil curtidas e mais de 86 milhões de visualizações<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/user/redbull>>. Acesso: 19 jul. 2018.

<sup>3</sup> Dados coletados em 21 de julho de 2018. No momento da verificação, havia 7.420.157 inscritos e 1.924.633.983 visualizações de seus 6.448 vídeos.

<sup>4</sup> Disponível em <[https://www.youtube.com/watch?v=Sv3xVOs7\\_No](https://www.youtube.com/watch?v=Sv3xVOs7_No)>. Acesso: 20 jul. 2018

<sup>5</sup> De acordo com dados coletados em 20 de julho de 2018.

Essa atuação pode ser descrita a partir do conceito de Jenkins, Ford e Green (2014) sobre a propagação de mídia — aqui definida não como o conjunto dos meios, mas sim como o próprio conteúdo em circulação —, que poderia ocorrer a partir de quaisquer estímulos e em diferentes sentidos, uma vez que esse fenômeno se observa a partir da sociedade conectada em rede e da descentralização do poder de emissão oferecida pela Internet.

Nessa cultura conectada em rede, não podemos identificar uma causa isolada que leve as pessoas a propagar informações. As pessoas tomam uma série de decisões de base social quando escolhem difundir algum texto na mídia: vale a pena se engajar nesse conteúdo? Vale a pena compartilhar? É de interesse para algumas pessoas específicas? Comunica algo sobre mim ou sobre meu relacionamento com essas pessoas? (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p.37).

Essas possibilidades só se tornaram concretas em função de estarmos inseridos numa cultura digital e interativa, com múltiplos agentes atuando em conjunto e simultaneamente, fazendo com que os fluxos de informações e interações entre os indivíduos sejam constantemente estabelecidos a partir das escolhas que são feitas no ambiente virtual.

Tanto Jenkins (2009) quanto Scolari (2009) defendem que esse estágio de confluência midiática e participativa só se estabeleceu porque não se trata apenas do aprimoramento dos aparelhos tecnológicos, mas do desenvolvimento da capacidade de o leitor/usuário processar informações mais complexas a partir de seu contato com a linguagem hipertextual.

Ainda que não divulgue seus números oficiais, de acordo com o site<sup>6</sup> da empresa são mais de 1 bilhão de usuários em 88 países — quase um terço daqueles que acessam a Internet no mundo — formando um público com idades entre 18 e 34 anos falantes de 76 idiomas diferentes<sup>7</sup>, sendo que o acesso em dispositivos móveis, nos Estados Unidos, é maior que o verificado em qualquer canal de TV. Esses números acompanham a informação de que, diariamente, 1 bilhão de horas de conteúdo são consumidas na plataforma de *streaming*<sup>8</sup>. Adotando o slogan “*Broadcast Yourself*”, que pode ser interpretado como “se divulgue” ou “divulgue a si mesmo”, em traduções livres, fica evidente não só o papel que ele assume de dar suporte ao usuário para que este produza conteúdo para a plataforma, mas também sua intenção

<sup>6</sup> Página do YouTube para a imprensa. Disponível em <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press>>. Acesso: 20 jul. 2018.

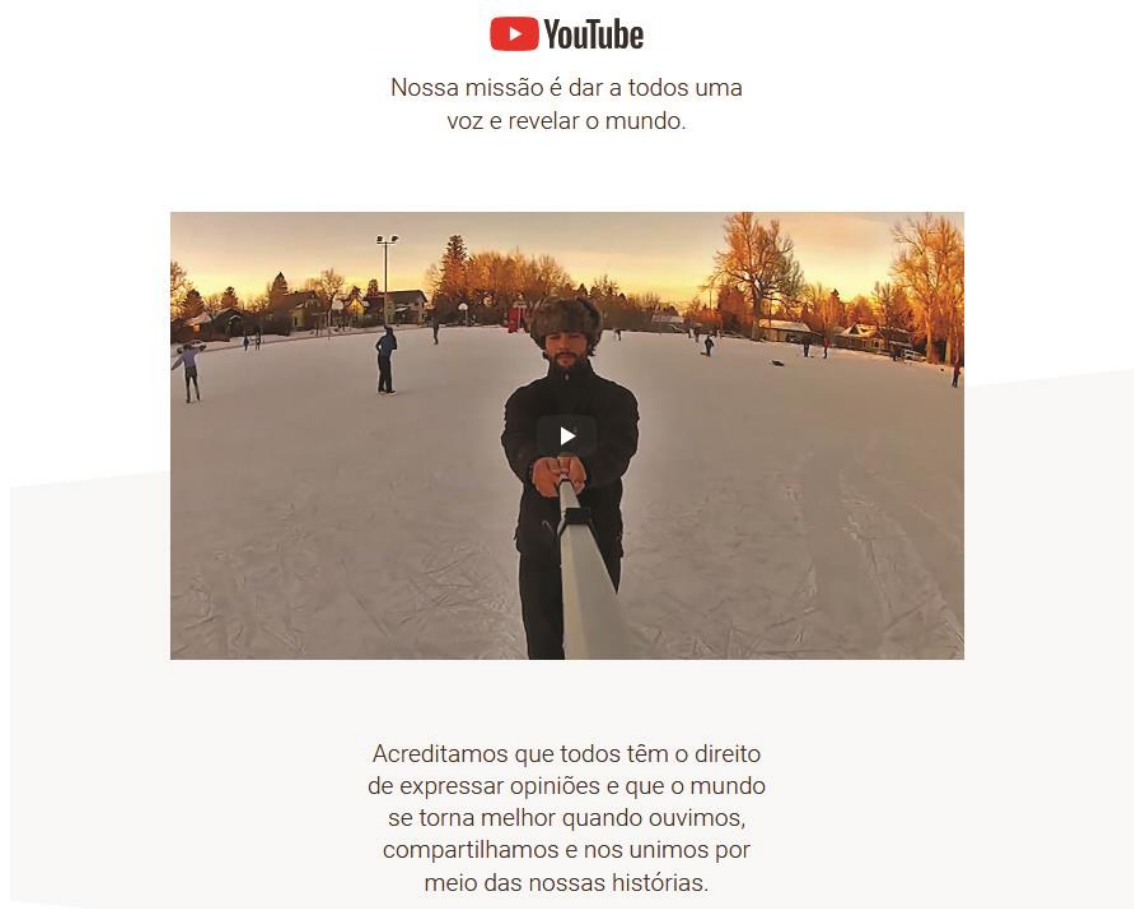
<sup>7</sup> O que, segundo a página da empresa, corresponde a 95% dos usuários da Internet.

<sup>8</sup> Termo cuja tradução literal é “transmissão”. O dicionário de Inglês Oxford o conceitua como “um método de transmissão ou recebimento de dados (especialmente vídeo e áudio) por meio de uma rede de computadores como um contínuo fluxo, permitindo que a reprodução se inicie enquanto o restante dos dados ainda é recebido”. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/definition/streaming>>. Acesso: 28 abr. 2018.

de que, ao se colocar frente às câmeras, ele possa se transformar em um referencial midiático, como ocorreu com as emissoras de televisão em outra época.

De forma semelhante, atualmente muitas vezes vemos o caminho inverso sendo percorrido, com canais — ou seus criadores — migrando para a TV, seja ela aberta ou fechada, como, por exemplo, as YouTubers Julia Tolezano, do canal JoutJout Prazer<sup>9</sup>, e Helen Ramos, criadora do Hel Mother<sup>10</sup>, que integram esporadicamente a programação do canal a cabo GNT.

Figura 01 — Seção no site do YouTube destinada à imprensa.



Fonte: YouTube (2018)

Jenkins (2009) define o YouTube como um meio que comporta diferentes linguagens e discursos e cuja principal função seria a de propagar os conteúdos ali depositados — fazendo com que essa característica possa ser a responsável pela popularidade da plataforma, que possibilitou, pela primeira vez, que indivíduos comuns pudessem tomar o lugar de produtores de conteúdos tradicionais e quebrar a hegemonia dos grandes veículos de comunicação. Chamada por Burgess e Green (2009, p.83) de “YouTubidade do YouTube” essa

<sup>9</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/user/joutjoutprazer>>. Acesso: 13 ago. 2018.

<sup>10</sup> Disponível em <[https://www.youtube.com/channel/UC8t\\_vJsGzOERkFdanDKTDhw](https://www.youtube.com/channel/UC8t_vJsGzOERkFdanDKTDhw)>. Acesso: 13 ago. 2018.

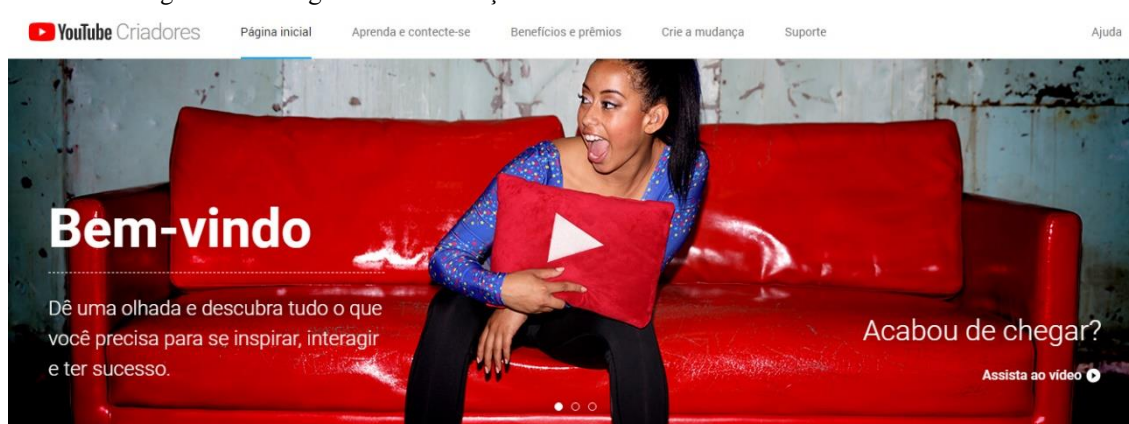
lógica de consumo de conteúdos na plataforma, para os autores torna-se irrelevante levantar a origem dos materiais, sendo mais importante os usos e desdobramentos que daquele produto surgirão — reforçando a ideia de circulação de conteúdo que marca a comunicação convergente.

[...] o YouTube ilustra as relações cada vez mais complexas entre produtores e consumidores na criação do significado, valor e atuação. Não há dúvidas de que se trata de um site de ruptura cultural e econômica. Entretanto, esses momentos de transição de mídia não deveriam ser classificados como rompimentos históricos radicais, mas sim como períodos de turbulência crescente, que se tornam visíveis conforme as várias práticas, influências e ideias preestabelecidas competem com as emergentes como parte da longa história da cultura, mídia e sociedade. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 33).

Ao permitir que usuários comuns produzam seus vídeos e os disponibilizem em sua plataforma, o YouTube acaba por criar um tipo específico de produtor de conteúdo: os YouTubers, que se especializam na produção de vídeos dos mais diversos segmentos e acabam se tornando potenciais referenciais de gêneros e formatos nativos nessa plataforma ou, especialmente, que buscam revisitar os presentes em outras mídias audiovisuais.

Tomando a postura de incentivador e, ao mesmo tempo, de formador dessa nova figura que emerge, o YouTube assume também o caráter de plataforma de aprendizagem, dando estrutura para que pessoas amadoras tenham condições que produzir materiais voltados especificamente para essa nova linguagem e de acordo com as regras e características do veículo. Para isso, existe um programa desenvolvido pela plataforma criado com a finalidade de oferecer suporte aos criadores de conteúdo, uma vez que o YouTube considera esses indivíduos parceiros na produção de material.

Figura 02 — Página inicial da seção “Criadores de conteúdo” no site do YouTube

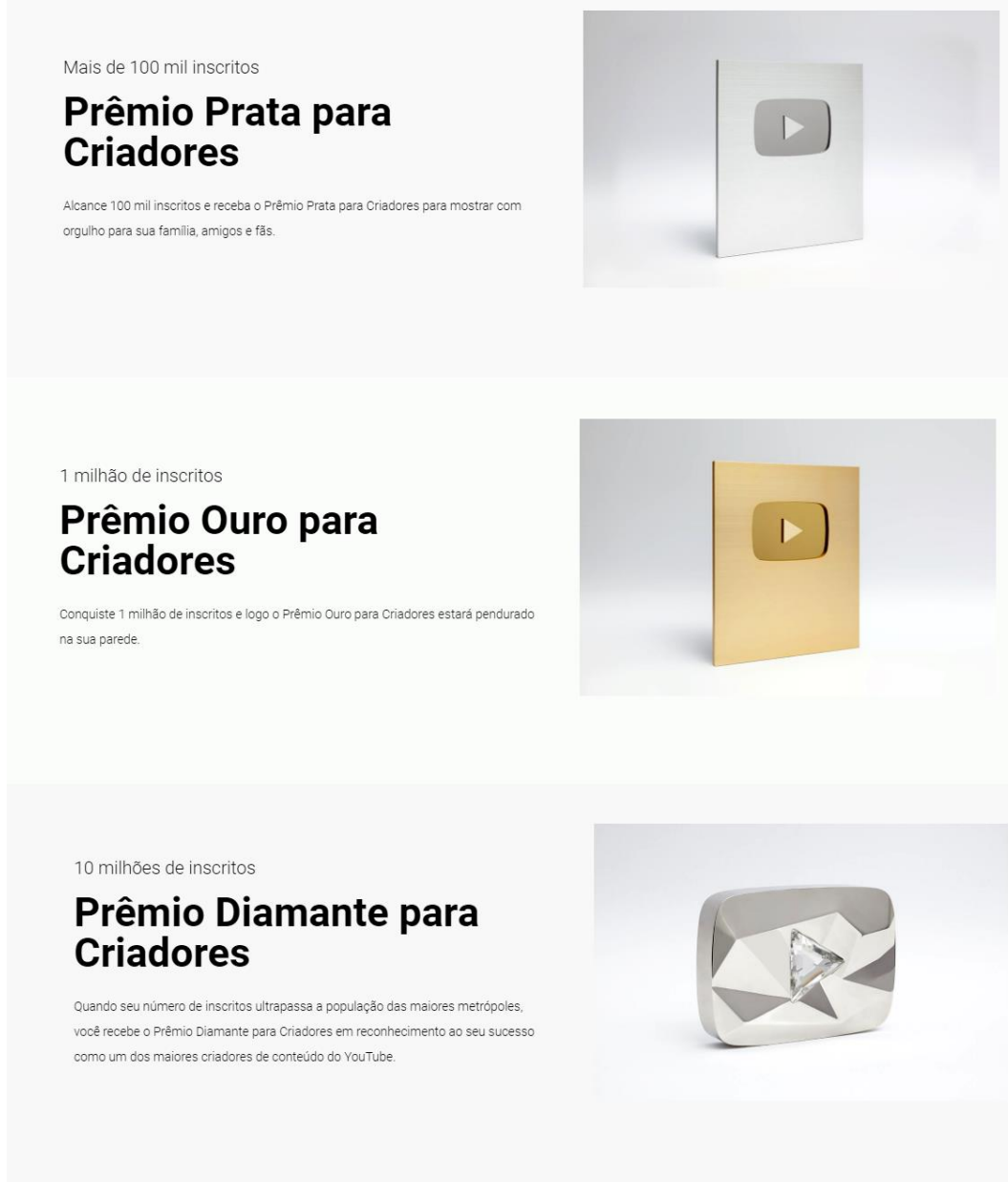


Fonte: YouTube (2018)



Essa página, intitulada “YouTube Criadores”<sup>11</sup>, contém diversos materiais — sejam vídeos ou textos — com informações sobre como produzir vídeos com mais qualidade, quais as políticas de direitos autorais e privacidade vigentes às quais os YouTubers devem se submeter, e também apresenta as diversas recompensas oferecidas pela plataforma aos criadores — como as desejadas placas comemorativas de alcance de seguidores, disponibilizadas aos canais quando atingem as marcas de 100 mil (placa de prata), 1 milhão (placa de ouro) e 10 milhões (placa de diamante) de usuários inscritos.

Figura 03 — Placas oferecidas aos YouTubers como gratificação pelo número de seguidores conquistados



Fonte: YouTube (2018)

<sup>11</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/creators/>>. Acesso: 13 ago. 2018.

Na perspectiva de Shirky (2011), esses indivíduos estão inseridos no processo comunicacional não apenas como produtores, mas sim como emissores que se sentem na obrigação de atingir uma audiência específica cujas afinidades sejam semelhantes, sustentando a postura dos YouTubers de, cada vez mais, investirem na segmentação de um público já disperso e acostumado com a linguagem hipertextual e autorreferencial encontrada na plataforma.

[...] a estratégia de “torne-se público para encontrar pessoas que pensam como você” originou um aumento sem precedentes na quantidade de material disponível para o público, mas não projetado para o público — a intenção dos criadores não é alcançar qualquer audiência genérica, e sim comunicar-se com suas almas gêmeas, muitas vezes no âmbito de normas culturais compartilhadas que diferem das que estão em uso no mundo externo (SHIRKY, 2011, p. 84).

Essa nova função formadora e didática do YouTube só foi percebida após a compra do *site*, em 2006, pelo Google, fazendo com que a criação dos canais como espaço individual para expressão dos usuários e a possibilidade de compartilhamento mais fácil do conteúdo propiciassem o estabelecimento de locais de conteúdos segmentados e, dessa forma, uma comunicação mais direta e efetiva com o público.

Uma busca na plataforma permite que sejam observados canais especializados nos nichos de humor, beleza e saúde, entrevistas e aqueles cuja temática não se define de forma clara, fazendo com que o espaço seja diretamente ligado à figura do YouTuber responsável. No Brasil, o principal exemplo desse expoente é o piauiense Whindersson Nunes, que, num fenômeno repentino característico da Internet, ganhou extrema visibilidade a partir de 2016 — três anos após a criação de seu canal — e se tornou um dos principais influenciadores digitais do país, contando com mais de 30 milhões de inscritos<sup>12</sup>. O espaço, embora tenha tido origem nas produções caseiras e focadas nos relatos pessoais, mantém esse formato — ainda que dividido no canal com outras produções feitas de forma profissional.

## 2.1 PRECISAMOS FALAR (MAIS) SOBRE O YOUTUBE

Para que fosse possível buscar referências de outras pesquisas que envolvessem o YouTube como objeto de análise e, até mesmo, poder contextualizar a nossa, foi feito um levantamento cujo universo de investigação abarcou os últimos cinco congressos nacionais da Intercom, realizados entre os anos de 2013 e 2017. Numa tentativa de contemplar a maioria dos Grupos de Pesquisa nos quais poderiam ser encontrados trabalhos com essa temática, optou-se

---

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/whinderssonnunes>>. Acesso: 20 jul. 2018.

por limitar a investigação a três dos Grupos de Pesquisa (GPs) existentes na entidade e com textos disponíveis em seus anais de eventos nacionais: Cibercultura, Televisão e Vídeo e Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas<sup>13</sup>. Desta forma, procurou-se investigar a parcela de produções que traziam em seus títulos, resumos e palavras-chave o termo “YouTube”.

No ano de 2013, no congresso realizado na Universidade Federal do Amazonas, foram apresentados 89 trabalhos nos três GPs consultados, sendo que, dos 29 artigos que compuseram o GP Televisão e Vídeo, apenas 2 deles (6,9%) fizeram alguma menção ao YouTube nas seções pesquisadas. Enquanto o GP Cibercultura, composto por 38 textos, trouxe 3 (7,89%) que se encaixaram em nossa abordagem, o de Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas não possuiu em seus anais nenhum trabalho que abordasse o YouTube como foco de análise — fazendo com que 5 atendessem às expectativas, somando 5,62% do total apresentado em 2013.

Realizado na cidade de Foz do Iguaçu em 2014, o XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação possui em seus anais eletrônicos 104 trabalhos<sup>14</sup> apresentados nos Grupos de Pesquisa consultados. Curiosamente, neste ano, houve apenas uma menção ao YouTube como parte principal das pesquisas, o que não se repetiu no ano seguinte, quando, na Universidade Federal do Rio de Janeiro, foram apresentadas 7 pesquisas — das 182 disponíveis no site do evento — cujo foco se manteve na plataforma de vídeos, ainda mantendo um baixo índice de presença, representando apenas 3,85% do total de trabalhos aceitos.

O Congresso de 2016, realizado na Universidade de São Paulo, apresentou uma novidade em relação aos Grupos de Pesquisa, quando deixou de existir o GP Televisão e Vídeo e foi criado o grupo de Estudos de Televisão e Televisualidades. Dos 41 artigos publicados no primeiro ano do grupo, o YouTube é citado em apenas 2 — número que se repete nos grupos de Cibercultura (com 76 trabalhos) e Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas (composto por 50 pesquisas). De um total de 167 produções acadêmicas, verificou-se que em apenas 6 há a presença do site americano em resumos, palavras-chave ou título.

No mais recente encontro nacional da Intercom<sup>15</sup>, que marcou o 40º ano da instituição, em 2017, houve mudança de nomenclatura do GP Cibercultura que passou a ser

---

<sup>13</sup> Como poderá ser visto ao longo do texto, durante os anos, alguns desses Grupos de Pesquisa deixaram de existir, sendo necessária a readequação de quais grupos pesquisar. Foi feita, então, a análise dos trabalhos apresentados nos grupos equivalentes.

<sup>14</sup> Embora o levantamento aponte 105 artigos selecionados, foi excluído da contagem um texto apresentado no GP Cibercultura por ter sido retirado dos anais após a constatação de plágio. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1171-1.pdf>>. Acesso: 20 jul. 2018.

<sup>15</sup> O levantamento foi finalizado em outubro de 2017.

denominado Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura Digital; neste foram apresentados 87 trabalhos, sendo 9 deles condizentes com os critérios deste levantamento. Ainda que o GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas tenha registrado apenas 2 trabalhos acerca do YouTube (de 40 publicados nos anais do grupo), seguido por 4 presentes no GP Estudos de Televisão e Televisualidades (no qual constam 35 pesquisas feitas), 2017 foi o ano — dos últimos cinco levantados — em que mais se falou sobre o YouTube, somando 15 abordagens realizadas.

No entanto, quando é observado o universo do levantamento, constituído por 704 artigos analisados, verifica-se que apenas 34 desses apresentam de alguma forma, ao longo de 5 anos, um estudo da plataforma de compartilhamento de vídeos — um total de 4,83%. Esta pesquisa se mostra importante por indicar que, ainda que tenha sido criado há mais de dez anos, por alguma razão o site ainda não se tornou um objeto constante na rotina dos pesquisadores, ou ao menos não adquiriu status importante na formulação de resumos, títulos e palavras-chave. Grande parte dos estudos tem por preferência discutir os processos comunicacionais em outras plataformas, como o Facebook ou Twitter — esta última aparecendo em diversos trabalhos sobre TV Social, como também o fluxo contínuo de mensagens no qual a rede de *microblogging* é ancorada.

Outro fato a ser destacado é que, ainda que possam existir artigos cujo tema central seja o YouTube, foram selecionados apenas aqueles que continham o termo nos títulos, resumos e/ou palavras-chave — dentre a parcela em que há a abordagem de assuntos ligados à tecnologia e à convergência dos meios de comunicação, não raras são as vezes em que termos genéricos são utilizados na identificação do tema abordado, como “convergência”, “Internet”, ou até mesmo “cibercultura”; não havendo nenhum tipo de detalhamento em relação à plataforma/rede social analisada ou aos métodos adotados.

Aprofundando um pouco mais a investigação, é possível ter uma ideia do lugar do YouTube quando este assume o centro das pesquisas acadêmicas, em alguns dos artigos selecionados. Dentre os cinco trabalhos apresentados em 2013 condizentes com nosso eixo de seleção, em apenas um — intitulado “O vídeo caseiro ‘Para nossa alegria’ e a captação do imprevisto”<sup>16</sup> — a plataforma aparece em destaque, uma vez que o objeto de análise é exatamente um vídeo que ganhou notoriedade após ser publicado no *site*, contribuindo para a discussão acerca do fenômeno de compartilhamento de conteúdos característico do estado de comunicação tecnológica atual e do papel do YouTube como agente proliferador de

---

<sup>16</sup> Disponível em <<http://www.intercom.org.br/sis/2013/resumos/R8-1509-1.pdf>>. Acesso: 20 jul. 2018.

celebridades na Internet. Nos demais trabalhos recortados do evento existe apenas a menção ao veículo como meio de divulgação de conteúdo audiovisual e/ou referência bibliográfica, como ocorre quando ele é citado em conjunto com outros endereços, como Facebook, Twitter ou até mesmo o Orkut, na menção de locais que permitem o agrupamento de indivíduos.

Apresentado no congresso de 2014, o único artigo<sup>17</sup> que coloca o YouTube à frente de discussões aborda a interação entre os usuários que se tornou marca da plataforma e reflete sobre a construção da fama no ambiente digital e o papel do usuário nesse processo, tomando como base comentários feitos a partir de uma entrevista concedida pela modelo Andressa Urach ao programa “Pânico na Band”. No ano seguinte, a relação entre usuário e plataforma, produção de novos formatos audiovisuais na Internet e a atuação de YouTubers como representantes da cultura de fãs foram as principais abordagens encontradas, dentre as quais destaca-se um trabalho que discute o papel desses indivíduos como peça-chave no ambiente da cultura de fãs e que possui semelhanças com nossa proposta de abordagem.

Dando sequência aos temas apresentados no ano anterior, o congresso nacional da Intercom de 2016 teve grande participação de autores que discutiram a figura dos YouTubers como fundamentais para o funcionamento da plataforma e as novas propostas de produções audiovisuais que eles apresentam — levantando questionamentos acerca do papel desses usuários engajados como figuras narrativas e estimuladores do consumo e produção de vídeos dentro de uma cultura participativa, altamente ligada às novas tecnologias e que está cada vez mais próxima de seu público, tanto em seu discurso verbal quando visual.

Esse resgate qualitativo do que foi dito sobre o YouTube nos últimos anos em trabalhos acadêmicos ganha relevância aqui quando verificamos o material referente à edição mais recente verificada. Batendo recorde de trabalhos sobre o *site* nas últimas cinco edições, 2017 foi o ano em que mais se falou sobre o YouTube e sob os mais diversos ângulos, com prevalência de temas dando enfoque às produções pensadas exclusivamente para a veiculação no YouTube e os tensionamentos provocados pela migração do público jovem para a Internet, fazendo com que a TV tenha que estar em constante mutação para se manter atualizada com os novos gêneros e formatos.

Da mesma forma, houve presença de estudos dedicados à investigação da construção das narrativas produzidas para o meio e como essas performances parecem mobilizar os espectadores de forma mais eficiente, como no trabalho ancorado especificamente no canal do comediante Whindersson Nunes (MEDEIROS; SANTANA, 2017), que

---

<sup>17</sup> Disponível em <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1594-1.pdf>>. Acesso: 20 jul. 2018.

rapidamente ganhou milhões de fãs e se tornou a principal referência do que é — ou, pelo menos, de como deveria — ser YouTuber no Brasil atualmente: um sujeito dedicado a produzir conteúdos que gerem repercussão e engajamento entre seus usuários dentro de uma plataforma que opera conforme a lógica da circulação de mídia e constante renovação dos contratos imaginários firmados entre produtores audiovisuais e seus fãs.

### 2.1.1 Direcionando o olhar sobre a produção acadêmica que investiga o YouTube

Ainda que o YouTube seja uma plataforma ativa há um tempo considerável para os padrões contemporâneos — 13 anos completos em junho de 2018 —, sua presença em pesquisas se mostra tímida. Ao fazer um levantamento sobre os trabalhos de conclusão de curso apresentados aos Programas de Pós-Graduação em Comunicação entre os anos de 2010 e 2015 (mestrado e doutorado), Paula Coruja (2017) identificou que são poucos os pesquisadores de decidem abordar o YouTube em suas pesquisas.

Para tal recorte, foram consultados o banco de teses e dissertações da Capes e os sites dos PPGs em Comunicação, buscando-se trabalhos que trouxessem o YouTube como tema nos títulos, resumos ou palavras-chave — ao todo foram localizadas 46 pesquisas, sendo 43 dissertações e 5 teses (CORUJA, 2017, p. 85)<sup>18</sup>. Ao final, o levantamento mostrou que nem todas as pesquisas traziam o *site* como objeto principal do estudo, uma vez que parte delas citava a plataforma como repositório no qual vídeos abordados estavam hospedados ou apenas situavam o YouTube como “um lugar onde interações acontecem, sem problematizar aspectos culturais ligados ao tipo de produção, circulação e hospedagem possíveis” (CORUJA, 2017, p. 88).

Concluída a leitura dos trabalhos, a autora os separou em dez categorias de articulação, sendo “1) as potencialidades da plataforma; 2) *vlogs*, canais e *youtubers*; 3) acontecimento e processos de celebração; 4) música; 5) política; 6) publicidade; 7) parte de narrativas transmidiáticas; 8) parte de estratégias de comunicação; 9) educação; e 10) relação com os meios” (CORUJA, 2017, p. 88).

Destacamos aqui, pelo diálogo com nossa pesquisa, as categorias de análise “*vlogs*<sup>19</sup>, canais e *youtubers*”, na qual se encontra o trabalho de Valadares (2011) — que aborda

<sup>18</sup> Aparentemente há uma divergência em relação ao número correto de objetos selecionados pela autora, uma vez que, considerando o universo composto por 43 dissertações e 05 teses, o total deveria ser de 48 pesquisas.

<sup>19</sup> Contração de *videoblog* (vídeo + blog), forma na qual o blog é exposto em vídeo, ao contrário do *blog*, formado pelas postagens em texto e imagens. Geralmente os “vlogueiros”, como ficaram conhecidos os produtores desse tipo de conteúdo, publicam seus vídeos em plataformas como o YouTube com certa periodicidade.

a construção de narrativas pessoais em tom confessional e divulgadas na Internet, reforçando o potencial democrático do YouTube —, e “acontecimento e processos de celebração”, que cita o trabalho de Sousa (2015) por pontuar o papel que as redes e, conseqüentemente, o YouTube, possuem de formar celebridades temporárias, como em casos de vídeos que se tornam famosos e ganham forte repercussão — a autora cita como exemplos os casos de “Para Nossa Alegria” e “Luiza no Canadá”, ambos de 2012.

De maneira semelhante, buscamos compreender como o YouTube vem sendo retratado em pesquisas acadêmicas e que tipo de abordagens surgem desses estudos, conforme anteriormente apresentado neste capítulo. Para isso, investigamos os trabalhos apresentados nos congressos nacionais na Intercom entre os anos de 2013 e 2017, em Grupos de Pesquisa que julgamos serem mais compatíveis com a temática: Cibercultura — que a partir de 2017 passou a ser chamado Cultura e Comunicação Digital —, Televisão e Vídeo — posteriormente denominado Estudos de Televisão e Televisualidades — e Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas.

Quando nos debruçamos sobre esses textos, é possível verificar não só as práticas de estudos do campo da Comunicação, mas, principalmente, observar as transformações culturais pelas quais a plataforma passou e quais são os usos que se originaram dela. Mapeado todo esse material, que compreende 34 textos de um total de 704 trabalhos, percebe-se que o interesse pela produção de conhecimento baseado na produção audiovisual vem crescendo com o passar dos anos.

Ainda que haja uma parcela de artigos que, ao longo do texto, revelam não analisar diretamente o YouTube como meio de difusão de conteúdo ou que o traga como ponto central de discussão — em parte das produções ele é apenas citado repositório no qual o material central de análise está hospedado, enquanto em outras ele é reconhecido como parte da sociedade informatizada marcada pelas interações ambientadas na Internet —, é interessante verificar que os autores optaram por citá-lo em seus títulos, resumos ou palavras-chaves, motivos pelos quais integram esse levantamento.

Tomando como referência a estratégia de sistematização de Coruja (2017), concluída a leitura desses trabalhos, verificou-se a existência de, basicamente, cinco temas recorrentes: 1) formação de webcelebridades; 2) novos gêneros audiovisuais surgidos a partir da produção de vídeos amadores; 3) YouTube como espaço para a divulgação de *vlogs*; 4) YouTube como agente na cibercultura e 5) YouTubers como novos mediadores sociais.

No primeiro grupo, quatro dessas análises (LANA, 2013, 2014; MEDEIROS, SANTANA, 2017; CUNHA, 2017) trazem como tema central a construção de webcelebridades

proporcionada pela utilização das redes sociais. Os trabalhos de Lúcia Lana (2013, 2014) — que tratam a Internet como local de fama para as webcelebridades —, ainda que se limitem a citar o YouTube como local de hospedagem para o material discutido, apresentam potencialidades e recursos da plataforma importantes para sua dinâmica — como quando a autora relembra casos de produção de celebridades que tiveram como protagonistas as modelos Geisy Arruda e Andressa Urach, mencionando a grande influência que o meio tem sobre milhões de usuários e a capacidade que os comentários feitos sobre os vídeos na Internet possuem de reforçar o conceito de celebridade atrelado a elas.

Já os trabalhos de Medeiros e Santana (2017), assim como o de Cunha (2017), ainda que tratem de abordar a construção do perfil de webcelebridades, se ancoram em personalidades conhecidas dentro do YouTube, como o humorista Whindersson Nunes ou a jornalista Julia Tolezano, conhecida como JoutJout. Os canais têm alguns vídeos analisados com a proposta de reunir elementos que caracterizam o processo de celebrificação desses indivíduos — Cunha (2017), inclusive, traz as reflexões de Driessens (2013)<sup>20</sup>, que apresenta os termos “celebrização” e “celebrificação” com a finalidade de distinguir as celebridades que passam a ter influência sobre mudanças sociais e culturais (celebrização) daquelas que, inicialmente, são pessoas comuns que se transformam em celebridades, muitas vezes por meio da TV, como nos *reality shows* (celebrificação).

Num segundo núcleo de textos observa-se que outros cinco trabalhos foram produzidos com a proposta de apresentar novos gêneros e formatos que emergem a partir da criação do YouTube, assim como o papel que os vídeos amadores têm nesse processo (SZAFIR, 2013; POLYDORO, 2013; RAMOS e CARVALHO, 2015; CARVALHO, 2016; LOIOLA, 2017). O trabalho de Polydoro (2013), por exemplo, resgata a primeira geração de vídeos que fizeram sucesso na Internet e aponta o conhecimento técnico adquirido pelos indivíduos que fez com que eles passassem a produzir e compartilhar seus vídeos caseiros na rede, como no caso do espontâneo “*Charlie bit my finger*”<sup>21</sup>, protagonizado por dois filhos de uma família britânica no interior de seu carro.

Destacamos também a pesquisa de Ramos e Carvalho (2015) por discutir a primeira geração de vídeos feitos com o aparelho celular a partir de 2004, momento em que ele passa a contar com uma câmera acoplada e se torna um importante elemento na produção e

---

<sup>20</sup> DRIESSENS, Olivier. The celebritization of society and culture: Understanding the structural dynamics of celebrity culture. In: **International Journal of Cultural Studies** (online), v.16, 6.ed, 2013. p. 641-657. Disponível em <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1367877912459140?journalCode=icsa>>. Acesso: 20 jul. 2018.

<sup>21</sup> Disponível em <[https://youtu.be/\\_OBlgSz8sSM](https://youtu.be/_OBlgSz8sSM)>. Acesso: 20 jul. 2018.



disseminação de vídeos — vale resgatar a data de criação do YouTube no ano seguinte, contribuindo também para esse fenômeno. Os dois últimos trabalhos agrupados nessa categoria são de Carvalho (2016) e Loiola (2017) e tratam de dois gêneros distintos que figuram há pouco tempo na rede: os vídeos de divulgação científica e aqueles cuja proposta é retratar o momento de abertura de pacotes de encomendas.

Embora a divulgação de materiais científicos não seja um campo distante das pessoas, ela ganha novas perspectivas quando exposta na Internet, uma vez que os temas ligados à ciência são comumente considerados de difícil entendimento — e, ao serem transformados em conteúdo audiovisual, eles ganham novas possibilidades e se tornariam mais palatáveis àqueles que não têm afinidade com o assunto.

Por último, Loiola (2017) traz como objetos de análise os vídeos do canal “Fun Toys Collector”, que se dispõe a apresentar vídeos cuja característica principal é levar o espectador para o momento da abertura de pacotes, o *unboxing* — o termo, que não possui uma tradução direta para o português, poderia ser explicado como “desempacotar”, e caracteriza os vídeos feitos exclusivamente com a finalidade de mostrar pacotes sendo abertos pelos YouTubers<sup>22</sup>. O autor chama a atenção para esse novo gênero que surge com bastante sucesso entre seus seguidores e levanta a questão de que esses materiais acabariam por passar certa experiência ao público, ainda que mediada por aparatos tecnológicos.

Os *vlogs* são o destaque da pesquisa de Andrade (2015), que verifica se eles podem ser considerados um novo gênero audiovisual, traçando uma linha do tempo desde os primeiros vídeos produzidos com as *webcams* até chegar na profissionalização de produções que hoje estão no ar em *sites* como o YouTube — defendendo o espaço que esse audiovisual ganha na Internet e como ele se enquadra na cultura participativa da atualidade, tema de trabalhos como os de Siqueira (2013), Freire Filho (2013) e Sousa (2015), que têm em comum a abordagem teórica e histórica dos desenvolvimentos cultural e tecnológico que possibilitaram o surgimento do YouTube na cibercultura, além de fenômenos que dela emergem.

Abordando a possibilidade de comunicação direta e interação na Internet, Freire Filho (2013) direciona seu estudo para a comunidade de fãs de cantoras pop do público adolescente, que se mostra intensamente engajada em discutir os assuntos ligados às celebridades e defender seus ídolos — transpondo para o espaço virtual a quase ultrapassada estratégia dos tradicionais fãs clubes. Considerando o YouTube como rede social e ativo dentro do processo tecnológico,

---

<sup>22</sup> Os vídeos de *unboxing*, inclusive, foram um dos temas do programa “GREG NEWS” sobre publicidade infantil exibido em março de 2018 pela HBO Brasil e apresentado pelo ator e comediante Gregório Duvivier. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=ThwcQt1B0dU>>. Acesso: 13 ago. 2018.

Sousa (2015) resgata o papel democratizador da Internet ao permitir a comunicação “todos para todos” — porém aponta que os laços afetivos características das redes sociais são anteriores a ela. Para a autora, o YouTube seria participante no processo comunicacional em função das sugestões personalizadas de conteúdo que ele oferece a seus usuários — à luz do que atualmente é conhecido como “Internet das Coisas”, na qual aparelhos ligados à rede mundial de computadores se põem a pronto serviço dos indivíduos para as mais diversas tarefas.

Sousa (2015) ainda aponta a falta de refinamento existente em parte dos vídeos do YouTube como elemento que garante extrema visibilidade, uma vez que qualquer indivíduo teria o potencial de produzir e publicar informação em tempo real. Dessa forma, ele seria uma plataforma gerida fortemente pelos usuários conectados em rede, os quais produzem e disseminam de forma coletiva seus produtos amadores, mesmo sem técnica ou padrão ideal, características da cultura participativa.

Por fim, trazemos os trabalhos — em sua maioria mais recentes — que olham para o YouTube não só como uma plataforma de armazenamento e reprodução de vídeos, mas que enxergam suas potencialidades e os usos que dele podem surgir, principalmente a partir da criação do termo *YouTuber*, nome pelo qual passaram a ser chamados os indivíduos que se dispõem a criar conteúdo para alimentar a plataforma e que, com a criação de seus canais, delimitam espaços próprios para a divulgação de diferentes conteúdos audiovisuais. Nesta categoria enquadramos os textos de Silveira (2015), Carreira (2015), Souza (2016), Bernardazzi (2016), Medeiros e Santana (2017), Cunha (2017), Lima *et.al* (2017), Mendes (2017) e Hoff (2016; 2017).

Essas pesquisas, além de serem mais numerosas em relação às dos anos anteriores, buscam compreender qual a contribuição dos *YouTubers* para a produção e divulgação do audiovisual na Internet, como no trabalho de Portela e Marques (2015), que relaciona o período atual de consumo de vídeos com o momento de ascensão de “especialistas” apontado por Bauman (2001) — indivíduos que utilizariam os meios de comunicação para disseminar opiniões e conselhos a partir de suas próprias experiências.

As investigações de Bernardazi (2016), Souza (2016) e Lima *et.al* (2017) têm como recorte o papel dos *YouTubers* enquanto profissionais multifacetados produtores de conteúdo e suas interações com outros usuários — a atuação dos *YouTubers* como novos narradores, uma vez que, ao compartilhar suas experiências pessoais na Internet, incentivariam outros usuários a fazerem o mesmo e criar espaços de interação. Para Bernardazzi (2016), eles não seriam apenas emissores de mensagens, mas, sim, indivíduos em constante contato com seus públicos, fazendo deles produtores multifuncionais e dinâmicos.

Lima *et.al* (2017), à luz da pesquisa de Costa (2009), indicam as “videografias de si” como um formato emergente. No entanto, apesar de se tratarem de relatos de experiências vividas, essas narrativas são mediadas pela linguagem quando são escolhidas formas de contá-las; dessa maneira, as “videografias de si” (Costa, 2009) poderiam ser entendidas como uma ficcionalização do real, já que contam com outros elementos na composição de seus relatos íntimos, como verificados também em nossa pesquisa.

Ambas as pesquisas escolhem como área de concentração a atuação dos YouTubers enquanto agentes participantes nesse processo de comunicação e desenvolvimento audiovisual observado na Internet. A postura desses indivíduos frente às câmeras, convidando os espectadores a acompanharem suas rotinas e promovendo interações entre eles, são elementos que caracterizam essa fase de produção audiovisual na qual a narrativa pessoal — e, conseqüentemente a identificação que surge dela — é uma das principais ferramentas de comunicação com o público.

## 2.2 A FIGURA DO YOUTUBER ENQUANTO NARRADOR

Ao utilizarem os relatos pessoais como principal ferramenta de comunicação, é possível apontar a atuação dos YouTubers como narradores; não apenas a partir de Motta (2013) em sua afirmativa de que o homem é um indivíduo narrativo, mas também utilizando a visão de Michel de Certeau (2009), ao colocar que seria por meio das práticas do cotidiano — e, cada vez mais, essas figuras narradoras se fazem presentes — que o homem constrói sua vivência ao coletar experiências e as traduzir por meio da linguagem.

Da mesma forma, inserimos a contribuição de Beatriz Sarlo, que aponta o ato de que trazer a memória para o enredo audiovisual tem se mostrado uma tendência, visto que

[...] vivemos uma época de forte subjetividade e, nesse sentido, as prerrogativas do testemunho se apoiam na visibilidade que — o pessoal adquiriu como lugar não simplesmente de intimidade, mas de manifestação pública [...] fundamentalmente nesse território de hegemonia simbólica que são os meios audiovisuais. Se há três ou quatro décadas o “eu” despertava suspeitas, hoje nele se reconhecem privilégios que seria interessante examinar (SARLO, 2007, p.20-21).

No entanto, talvez a principal referência para os estudos de figuras narrativas seja os apontamentos de Walter Benjamin acerca do papel do narrador, com a publicação, em 1936, do ensaio “O narrador”, que apresenta as considerações do autor sobre a forma como operaria esse indivíduo a partir de sua comparação com a obra do escritor russo Nikolai Leskov, considerado por ele como sendo um verdadeiro narrador.

De acordo com Benjamin, o homem estaria incapaz de narrar devido à falta de experiências vividas, e que a tendência seria seu declínio, até que desaparecesse por completo — percebia-se, por exemplo, que os soldados que retornavam da guerra, embora tivessem passado pelas mais diversas situações, se calavam diante da impossibilidade de traduzir em relatos o que viveram durante o combate. (BENJAMIN, 1994, p. 198). De forma semelhantes, Adorno (2003) propõe que

[...] o que se desintegrou foi a identidade da experiência, a vida articulada e em si mesma contínua, que só a postura do narrador permite. Basta perceber o quanto é impossível, para alguém que tenha participado da guerra, narrar essa experiência como antes uma pessoa costumava contar suas aventuras. A narrativa que se apresentasse como se o narrador fosse capaz de dominar esse tipo de experiência seria recebida, justamente, com impaciência e ceticismo (ADORNO, 2003, p. 56).

Ainda de acordo com Benjamin, a experiência acumulada por cada indivíduo seria a matéria-prima utilizada pelos narradores, agrupados por ele conforme dois modelos: o de um cidadão viajante, que vem de fora e traz histórias para compartilhar com seu grupo, e o de um sábio ancião, que viveu em sua comunidade e, ao longo do tempo, acumulou saberes capazes de torná-lo apto a partilhar as tradições e conhecimentos do lugar em que viveu.

Se quisermos concretizar esses dois grupos através dos seus representantes arcaicos, podemos dizer que um é exemplificado pelo camponês sedentário, e outro pelo marinheiro comerciante. Na realidade, esses dois estilos de vida produziram de certo modo suas respectivas famílias de narradores. Cada uma delas conservou, no decorrer dos séculos, suas características próprias. [...] No entanto essas duas famílias, como já disse, constituem apenas tipos fundamentais. A extensão real do reino narrativo, em todo o seu alcance histórico, só pode ser compreendida se levarmos em conta a interpenetração desses dois tipos arcaicos (BENJAMIN, 1994, p. 199).

O autor ainda aponta a ascensão do romance clássico como fator decisivo para o fim da narrativa, visto que a partir do momento em que se verifica a existência de uma obra fechada, a possibilidade de interação com quem a conta se perde e compromete a fruição daquele saber passado — enquanto o narrador seleciona suas próprias experiências para compartilhá-las com outras pessoas e acrescenta características de outras em suas histórias, o romancista segrega-se, ficando impossibilitado de relatar suas preocupações e receber um retorno daqueles que as ouvem. Já Adorno (2003) defende que um bom romance seria aquele cuja linguagem envolve o leitor e dá a ele a impressão de vivenciar os acontecimentos relatados como se estivesse presente.

O romance tradicional, cuja ideia talvez se encarne de modo mais autêntico em Flaubert, deve ser comparado ao palco italiano do teatro burguês. Essa técnica era uma técnica de ilusão. O narrador ergue uma cortina e o leitor deve participar do que acontece, como se estivesse presente em carne e osso. A subjetividade do narrador se afirma na força que produz essa ilusão e — em Flaubert — na pureza da linguagem

que, através da espiritualização, é ao mesmo tempo subtraída do âmbito da empiria, com o qual ela está comprometida (ADORNO, 2003, p. 60).

Por fim, Benjamin culpa a difusão da informação como sendo a responsável pela morte da arte de narrar, uma vez que, ao contrário de trazer consigo a subjetividade utilizada pelos narradores da tradição oral, as notícias privam o sujeito de incorporar fatos surpreendentes por já se apresentarem com um alto grau de explicação sem dar oportunidade para que ele possa assimilar aquele conteúdo.

Essa visão é também defendida por Sodré (2009), que cita o romancista e jornalista Carlos Heitor Cony quando este afirma que, enquanto o trunfo do jornalismo é sua objetividade, o da literatura é exatamente o oposto; “e talvez o detalhe mais importante seja que o jornalismo parte do universal para o particular. E a literatura, não só a literatura, mas a arte em geral, faz o contrário: parte do individual para o universal” (CONY<sup>23</sup> apud SODRÉ, 2009, p. 166-167).

Entretanto, o tipo de narração que se observa em alguns vídeos divulgados no YouTube não poderia ser enquadrado nem no modelo do narrador clássico proposto por Benjamin, muito menos na perspectiva de narração característica do romance. Como já foi colocado, em função das modificações decorrentes da evolução da mídia, os modos de produção também se transformaram — e, atualmente, são marcados pela mescla de linguagens e domínio de técnicas digitais que influenciam a forma como essas narrativas são construídas.

O que se vê seria, talvez, uma figura híbrida, mesclando nuances do narrador memorialista descrito por Silviano Santiago (2002) — quem ele chama de “narrador pós-moderno” e cuja postura é a de se distanciar da fala como faria um espectador ou um repórter, contando a ação enquanto a assiste e não participa dela (SANTIAGO, 2002, p.45) — e características de um memorialista, também apresentado por ele; não fosse por um detalhe: enquanto que este teria como fundamento o relato do narrador experiente falando de si mesmo enquanto personagem inexperiente, adotando uma postura de vencedor e conduzindo a um processo de amadurecimento (SANTIAGO, 2002, p. 55-56), o que se observa em circulação é um relato fundamentado no tempo presente, com esses indivíduos falando de si no momento em que vivenciam os fatos — num processo de construção simultânea.

Talvez seja correto afirmar que as experiências que se traduzem nessas narrativas pessoais relatadas pelos YouTubers configuram um modelo híbrido de narrador. Um modelo ainda não delimitado, mas que seria baseado naquele proposto por Benjamin, por trazer consigo

---

<sup>23</sup> CONY, Carlos Heitor. In: MÜHLHAUS, Carla. **Por trás da entrevista**. Rio de Janeiro, RJ: Record, 2007, p.123.

noções de interação, troca de experiências e construção a partir do diálogo e contendo uma base do que seria o narrador memorialista apresentado por Santiago.

Entretanto, essas construções são organizadas não mais no ambiente físico calcado no local — como nas figuras do sábio ancião e do viajante aventureiro; sequer pertencem ao reino do romance —; elas agora circulam no ambiente digital, permitindo não apenas que as novas técnicas de produção possam alterar sua forma e possibilitar seu compartilhamento, mas, principalmente, que outras pessoas possam interagir e interferir ou ainda fazer parte dessas construções narrativas na criação de outras textualidades.

### 2.3 UM OLHAR SOBRE A (RE)PRODUÇÃO DE VÍDEOS NO YOUTUBE

O fato de o YouTube ter sido criado em um momento já mais consolidado da Internet, além de ter sido rapidamente incorporado por uma gigante da comunicação, o Google, fez com que ele sempre possuísse recursos que otimizassem o consumo e compartilhamento de seu conteúdo. Como pertencia ao mesmo grupo do maior portal de buscas da Internet, ficava mais fácil exibir, por entre os resultados das pesquisas dos usuários, vídeos que estivessem hospedados no *site* e atrair visitantes para o repositório de audiovisual que começava a fazer sucesso entre as pessoas. Ao longo dos anos, foi possível notar uma mudança importante na vocação do YouTube, que passou de simples repositório de vídeos caseiros para uma plataforma de perfil híbrido, mesclando características de um *site* tradicional com funções ligadas às redes sociais, nas quais os laços de afinidade com os produtores de conteúdo têm mais relevância que as mensagens produzidas.

Devido às políticas de sigilo adotadas pela Google, fica difícil compreender, em sua totalidade, como operam, de fato, os algoritmos responsáveis por classificar os conteúdos mostrados em sua plataforma por ordem de relevância, fazendo com que alguns ganhem mais destaque que outros. Da mesma forma ocorre com o YouTube, que exibe constantemente em uma página específica de seu *site* vídeos classificados por sua equipe como relevantes para cada região do mundo, dependendo da localização de acesso e do histórico de páginas acessadas pelo usuário. Como tem à sua disposição o mais completo banco de dados do mundo, fica fácil direcionar ao usuário um conteúdo altamente personalizado, composto por temas de interesse relacionados a consultas previamente feitas<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Disponível em <<https://super.abril.com.br/tecnologia/dados-de-50-milhoes-de-usuarios-do-facebook-foram-usados-para-eleger-donald-trump>>. Acesso: 20 jul. 2018.

Como apontado por Sonia Montañó (2015), as transformações sofridas pela plataforma a partir de sua compra pela Google fizeram do YouTube um local pensado para o usuário, que encontra com facilidade assuntos de seu interesse pessoal e é constantemente alimentado com novas sugestões de vídeos de temática semelhante às daqueles já assistidos. Os usuários que acessam o *site* já logados em suas contas do Gmail — que passou a funcionar como cadastro único que permite o acesso aos produtos oferecidos pelo Google — têm ali a possibilidade de não só abrir um espaço de divulgação própria por meio da criação de um canal, como também têm em mãos ferramentas que permitem o acesso a vídeos separados por categorias de interesse e que podem ser facilmente selecionados para consumo posterior. Da mesma forma ocorre com a seção “Ao Vivo”, que exhibe para cada usuário resultados distintos, em função de seu histórico de navegação e dados coletados por outros produtos da família Google e que podem ser utilizados na personalização de conteúdo.

Entretanto, apesar de ainda ser a principal referência de conteúdo de vídeos disponíveis na Internet e contar com a possibilidade de personalização de sugestões, o YouTube não se classifica oficialmente como uma rede social, como é o caso de seu principal rival, o Facebook — que, em um primeiro momento se restringia às relações interpessoais de afeto, mas, ao longo do tempo, foi agregando ferramentas para o compartilhamento de notícias e vídeos e hoje se constituiu como fonte, ainda que indireta, de informação.

Com a disponibilização de recursos para a transmissão de vídeos ao vivo, otimização na exibição de páginas em dispositivos móveis e facilidade na comunicação direta com as empresas produtoras de conteúdo e compartilhamento das notícias, a empresa se tornou o concorrente direto do YouTube na disputa pelo público consumidor de notícias — o Facebook passou a impedir, inclusive, que *links* com origem no YouTube sejam incorporados nas publicações acompanhados da tradicional janela de visualização, permitindo, apenas, a exibição do endereço URL do material divulgado.

Consciente dessas disputas empresariais e na contramão da grande maioria dos usuários que se dispõem a produzir conteúdo voltado para a Internet, o YouTuber carioca Felipe Neto, que desde 2008 usa as redes sociais — sobretudo o YouTube — como plataforma de expressão de opinião, lançou, no final de setembro de 2017, um aplicativo próprio<sup>25</sup> que permite a interação direta dos fãs com o artista. Funcionando como uma espécie de agregador de diferentes conteúdos, o *app* chegou a quase 400 mil *downloads* nos primeiros dias e reunia diferentes fontes de notícias ligadas ao YouTuber, como suas redes sociais, transmissões ao

---

<sup>25</sup> Disponível em <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/app-de-felipe-neto-e-mais-baixado-que-whatsapp-e-facebook>>. Acesso: 20 jul. 2018.

vivo, vídeos de bastidores e webséries produzidas especialmente para a Internet — além de ser possível acompanhar a rotina diária do influenciador.

Produtos como esse aplicativo — sejam eles integrados a plataformas como o YouTube, ou até mesmo iniciativas independentes, como foi o caso adotado por Felipe Neto — evidenciam a prática lucrativa que se tornou a produção de vídeos na Internet. Em um canal do YouTube, é possível utilizar as ferramentas da própria plataforma e monetizar<sup>26</sup> um vídeo a fim de gerar receita a partir dele em função do número de acessos contabilizados pelo material publicado. Contudo, recursos como esse acabam sendo restritos a canais de grande repercussão, muitas vezes centrados em temáticas de forte apelo, como humor ou entretenimento, fazendo com que usuários menores ou não consigam acesso a essas ferramentas, ou não atinjam os mesmos índices que os usuários de mais expressão.

O capítulo quatro desta dissertação se dedica à análise dos vídeos produzidos pelo jovem Ariel Modara, um garoto transgênero de Florianópolis, Santa Catarina, que criou um canal no YouTube para compartilhar os momentos de sua terapia hormonal, numa espécie de diário em vídeo compartilhado. O canal, criado em 08 de novembro de 2015, tem pouco mais de 152 mil inscritos e cerca de 2,5 milhões de visualizações, distribuídas em 66 vídeos publicados<sup>27</sup>.

De acordo com o próprio autor, na seção “sobre<sup>28</sup>” de seu canal, na qual é possível inserir um texto delimitando o perfil daquele espaço — quase como uma linha editorial a ser seguida —, o objetivo da postagem dos vídeos é

[...] poder desabafar/contar tudo que possa estar relacionado ao processo de transição FTM. Isso inclui qualquer detalhe sobre qualquer coisa, como por exemplo genderfluid (genero fluido) [sic], packers, antes e depois, visibilidade de ser e até coisas como cabelo, porque o tempo todo eu estou relacionando minha vida com o fato de ter resgatado/me dado conta de que sou transgênero. O outro objetivo é, simplesmente, falar o que eu quiser [...]. (MODARA, 2018).

<sup>26</sup> De acordo com o Dicionário Michaelis, monetizar é um verbo transitivo direto que significa 1) fazer moedas do metal; amoldar, cunhar e 2) Transformar em dinheiro (bens, imóveis etc). No contexto do YouTube é utilizado para denominar a geração de receita para os YouTubers a partir da veiculação de anúncios inseridos pelo próprio YouTube durante a exibição dos vídeos.

A partir de 16 de janeiro de 2018 as diretrizes do Programa de Parcerias do YouTube — que permite que os usuários gerem receita com seus conteúdos — estabeleceram que o recurso estará disponível somente àqueles canais que obtiverem no mínimo mil inscritos e 4 mil horas de visualizações nos últimos 12 meses. As regras anteriores estabeleciam que 10 mil visualizações eram suficientes para o acesso à geração de receita. Disponível em <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/01/youtube-muda-e-fica-mais-dificil-ganhar-dinheiro-com-pequenos-canais.ghtml>>. Acesso: 20 jul. 2018.

<sup>27</sup> Números referentes a consulta feita em 20 de julho de 2018.

<sup>28</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCFTIDQwgbBp3Si0Azd2IFKQ/about>>. Acesso: 20 jul. 2018.



Adotando a Análise da Materialidade Audiovisual como metodologia principal, buscamos compreender qual é a narrativa construída neste canal e, principalmente, como são estruturadas essas produções — a partir da análise de diversos eixos, que contemplam elementos como os recursos de fala empregados pelo autor do canal na produção de seus relatos; enquadramentos utilizados durante a gravação dos vídeos; recursos gráficos inseridos para sustentar o que é dito; a presença de diálogos entre o conteúdo dos vídeos e seu paratexto e como ele se mostra relevante para a transformação do próprio YouTuber enquanto personagem de sua própria narrativa.

Uma vez que esse método pressupõe o não deslocamento do objeto de seu local original e sua transposição para o suporte de texto — como acontece ao ser decomposta uma reportagem de telejornal em áudio e vídeo, durante a transcrição de uma entrevista gravada em áudio ou até mesmo quando o enquadramento de uma cena tenta ser reproduzido em palavras —, essa abordagem teórico metodológica torna possível compreender de forma mais eficiente as interrelações de diferentes textos por meio da elaboração dos eixos de avaliação.

Em nossa pesquisa é interessante a análise dos eixos da fala, verificando as temáticas abordadas nos primeiros vídeos do canal e quais desdobramentos surgem a partir deles; o eixo das imagens, no qual será levantado o modo como a identidade visual é construída — tendo como exemplo a mudança percebida logo do primeiro para o segundo vídeo, que contém menos pausas de fala, usadas anteriormente como uma espécie de marca temporal que remetesse ao tempo de pensamento do personagem principal; o eixo de personagem, que é interessante por apresentar as mudanças pelas quais o próprio autor do canal, que é o principal personagem dos vídeos, passa e o registro e compartilhamento desse processo.

Concluindo a avaliação será investigado um eixo mais abrangente: o do paratexto<sup>29</sup>, que, segundo Genette (2009), constitui-se por elementos pré e extratextuais que acompanham o texto principal e que contribuem para sua interpretação. No caso de um canal no YouTube, por exemplo, vinhetas, periodicidade na publicação dos vídeos, criação de listas de reprodução temáticas, as seções “sobre” — na qual são ditas as promessas para aquele espaço — e de comentários logo abaixo de cada postagem e a interação decorrente neste espaço; bem como a presença de *links* para outros canais de comunicação com o autor do canal e eventuais participações dele em produções de outros YouTubers, constituem o universo paratextual a ser analisado e dialogam com nossa proposta de investigar como são construídas as narrativas do eu em vídeos compartilhados na Internet a partir de um canal hospedado no YouTube.

---

<sup>29</sup> Termo composto pelo prefixo grego *para*, cuja presença indica uma modificação da palavra texto.

### 3 YOUTUBE: UM ESPAÇO PARA A CONVERSAÇÃO EM REDE E PARA UMA COMUNICAÇÃO MAIS PLURAL

Entender o YouTube para além do repositório de vídeos que ele é e considerá-lo uma plataforma de interação e envolvimento social é a proposta desta seção de nosso trabalho. Como já apontado, ao analisarmos os recentes textos que se propõem a estudá-lo, vemos que, nos últimos anos, essas pesquisas tratam não só de suas funcionalidades ou características principais, mas dos usos particulares e sociais que se fazem dele — principalmente em função de, à medida que os usuários vão tomando conhecimento de suas potencialidades, eles acabam encontrando possibilidades de aproveitar melhor os recursos oferecidos e/ou mesmo usá-lo como eventual espaço para novas práticas.

Um exemplo desses novos usos é a utilização do YouTube como local de consulta e aprendizagem. Nos últimos anos, com cada vez mais usuários se engajando na produção de conteúdo para a plataforma, o fenômeno da criação de nichos temáticos vem sendo observado dentro do site e vídeos cuja proposta é ensinar seus espectadores a construir projetos ou aprenderem sobre determinado assunto surgem com a mesma facilidade que os *vlogs* que se preparam para apresentar o cotidiano de personalidades.

Da mesma forma como ocorreu com o termo YouTuber, como passou a ser conhecido o usuário especializado na produção de conteúdo para a plataforma, os EduTubers<sup>30</sup> — ainda que a palavra seja utilizada de maneira informal — são aquelas pessoas que têm como foco a produção de vídeos educativos.

Especialistas, como professores ou profissionais da saúde, criam seus canais e dissertam sobre temas específicos, como cuidados com a saúde ou o ensino de disciplinas escolares, como matemática e biologia. Foi o que fez o professor Paulo Jubilut, que criou um canal<sup>31</sup> em setembro de 2006 — e que em julho de 2018 contava com mais de 1,3 milhão de inscritos — no qual apresenta diversos aspectos da ciência e tem como principal público-alvo estudantes universitários e vestibulandos, principalmente aqueles que se preparam para a realização de provas como o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem).

---

<sup>30</sup> Disponível em <<https://www.raccoon.ag/blog/edutubers-a-forca-dos-videos-educativos-no-youtube/>>. Acesso: 05 jul. 2018.

<sup>31</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/user/jubilut/>>. Acesso: 05 jul. 2018.

Figura 04 — Imagem de capa do vídeo “Membrana Plasmática | Célula | Prof. Paulo Jubilut”, do canal “Biologia total com Prof. Jubilut”



Fonte: YouTube (2018)

Além do canal do professor Paulo Jubilut, se destaca como EduTuber outro professor brasileiro: o carioca Rafael Procopio, que desde março de 2010 mantém o canal Matemática Rio com Prof. Rafael Procopio, que tem mais de 1,2 milhão de inscritos<sup>32</sup> e cuja proposta é o ensino da “matemática para ENEM, vestibular, concurso público, ensino fundamental, ensino médio, ensino superior e o que mais você desejar” (CANAL MATEMÁTICA RIO COM PROF. RAFAEL PROCOPIO), de acordo com a descrição<sup>33</sup> do espaço no YouTube.

Figura 05 — Página inicial do canal “Matemática Rio com Prof. Rafael Procopio”



Fonte: YouTube (2018)

<sup>32</sup> Segundo dados coletados em julho de 2018.

<sup>33</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/user/matematicario/about>>. Acesso: 28 jun. 2018.

O trabalho do professor, especialista em Ensino de Matemática pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), foi reconhecido de tal forma que em maio de 2016 ele foi convidado, junto com outros YouTubers do mundo todo, para um encontro<sup>34</sup>, no Vaticano, com o Papa Francisco. Na ocasião<sup>35</sup> foram discutidas formas de identificar problemas sociais em comunidades carentes e desenvolver estratégias para a solução dos conflitos.

Dominique Wolton (1996), no contexto da comunicação de massa e recepção simultânea, apontava a existência de um “laço social” que envolvia os espectadores da televisão, uma vez que, ao assistirem a uma mesma programação, não estariam sozinhos, mas, sim, ligados por meio de “uma espécie de laço invisível” (WOLTON, 1996, p. 124). Ainda que, para o autor, sempre tenha havido essa ligação entre os indivíduos, como na escola, igreja ou até mesmo na família, foi com a exibição televisiva que esse envolvimento social ficou evidente, caracterizado como

[...] uma espécie de *common knowledge*<sup>36</sup>, um duplo laço e uma antecipação cruzada [...].A televisão, como sempre dizemos, é o “espelho” da sociedade. Se ela é seu espelho, isso significa que a sociedade se vê – no sentido mais forte do pronome reflexivo – através da televisão, que esta lhe oferece uma representação de si mesma (WOLTON, 1996, p. 124).

Embora possamos aplicar a noção proposta por Wolton — de um laço invisível unindo os espectadores de um produto audiovisual que o assistem simultaneamente — à dinâmica dos usuários conectados em rede do YouTube, é importante lembrar que o contexto no qual o autor está inserido é o da comunicação “um pra todos”, na qual grandes veículos de comunicação tinham o protagonismo na produção e exibição dos conteúdos — não sendo possível que o público interferisse diretamente na programação ofertada.

Diante das mudanças ocorridas na sociedade em função do aprendizado de técnicas de produção audiovisual pelas pessoas, que passaram também a conhecer as rotinas de produção dos meios, essa perspectiva muda e torna-se necessário readequar a noção de laço.

O trabalho de Sigiliano<sup>37</sup>(2017) aborda a função do laço social a partir da utilização de uma segunda tela — como um *smartphone*, *tablet* ou *notebook* — no processo, como quando os fãs de um produto de TV utilizam as redes sociais e aplicativos específicos para debater sobre a narrativa ficcional e criar novas interações. Esse fenômeno, chamado de *Social TV*, é

<sup>34</sup> Disponível em <<http://www.ebc.com.br/educacao/2016/06/youtubers-se-reunem-com-o-papa-e-debatem-educacao-para-paz>>. Acesso: 01 jul. 2018.

<sup>35</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=psYs3JKm4ZE>>. Acesso: 01 jul. 2018.

<sup>36</sup> “Conhecimento comum”, em tradução livre.

<sup>37</sup> SIGILIANO, Daiana Maria Veiga. *Social TV: o laço social no backchannel de The X-Files*. Trabalho de Conclusão de Curso (Mestrado em Comunicação Social) — Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017. Disponível em <<https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/4010>>. Acesso: 04 jul. 2018.

bastante percebido em plataformas como o Twitter, no qual os usuários se engajam para comentar os desdobramentos de suas atrações favoritas e, por meio das *hashtags*<sup>38</sup>, conseguem encontrar mensagens de outros indivíduos com propostas semelhantes.

É interessante, nesse contexto, observar que, embora a *Social TV* exista a partir da utilização de novos aparelhos tecnológicos, é a narrativa televisiva que está no centro desse processo, operando como mídia central para que todas essas interações possam se desdobrar — indo contra a teoria de que a Internet abalaria, de alguma forma, a existência da televisão. E essa narrativa que se desenrola nas redes sociais, ainda que pareça ser um fenômeno recente, não foge do que é a conversação, que seria o estabelecimento do diálogo entre as pessoas.

A partir das principais características da conversação, entre elas a construção de uma intimidade, sociabilidade, informalidade e interação entre os indivíduos e, sobretudo, em função de ser um fenômeno intrínseco ao ser humano, seria bastante natural que, ao acompanhar os avanços da sociedade e da tecnologia envolvida, as pessoas manteriam antigos hábitos, ainda que dotados de uma nova roupagem.

Raquel Recuero (2012) no contexto das redes sociais, apresenta o (re)estabelecimento da “conversação em rede” como um valor no que entende como uma nova etapa dessas práticas comunicacionais, embora, na verdade, o ato da conversa seja algo absolutamente comum e natural entre as pessoas. A conversa constitui-se como o principal modo de interações em sociedade há milênios, e seus modos de realização têm sido atualizados a partir do surgimento de novas mídias e dispositivos que estimulam e também transformam a conversação.

Ao falar sobre o espaço para a conversação nas redes sociais digitais, a autora estabelece um diálogo com a literatura, para a qual “conversação” poderia ser definida como um processo comunicativo negociado entre dois ou mais indivíduos, capaz de produzir interações sociais, dando origem às relações interpessoais e, conseqüentemente, a laços. Ela ainda observa que os indivíduos, ao acessarem a Internet, acabam estabelecendo entre si interações e discussões a partir da exposição de pontos de vista, estabelecendo um laço social neste momento de troca de experiências (RECUERO, 2012, p. 121) — o que acaba por reforçar a noção de rede que a Internet proporciona.

As representações de atores envolvidos nas trocas comunicacionais, como os perfis, por exemplo, que são normalmente referidos como nodos ou nós da rede e as conexões entre esses perfis (sejam eles listas de amigos ou diálogos realizados textualmente)

---

<sup>38</sup> De acordo com Primo (2010), o termo *hashtag* foi criado por Nate Ritter em 2007, que utilizou a tag (que pode ser traduzido do inglês como etiquetar ou marcar) *#sandiegofire* para identificar seus relatos acerca de um incêndio ocorrido em San Diego, Califórnia. Ao longo dos anos, essa marca de indexação passou a ser utilizada pelos usuários da Internet como forma de sinalizar seus conteúdos com *hashtags* que identificassem as mensagens. Disponível em <[http://alexprimo.com/2010/03/09/as\\_tags\\_no\\_twitter\\_como\\_informacao\\_conte/](http://alexprimo.com/2010/03/09/as_tags_no_twitter_como_informacao_conte/)>. Acesso: 04 jul. 2018.

seriam as conexões entre os nós que formariam as redes. No caso das redes sociais, estas são percebidas como representações onde as interações entre indivíduos são apontadas como representativas também das conexões entre eles. Assim, as redes sociais ficam explícitas no ambiente do ciberespaço através das interações que são construídas e negociadas entre os interagentes (RECUERO, 2012, p. 128).

Nos espaços que se formam na Internet, infinitas pessoas potencialmente podem produzir e trocar informações que se tornam públicas e, ao mesmo tempo, de construção coletiva — dando origem a novos comportamentos de engajamento. A partir dos apontamentos feitos por Recuero (2012) e de outros estudos que se debruçam sobre a investigação das novas formas de interação que se desenvolvem na Internet, podemos pensar em outras maneiras de construção e manutenção desse laço — agora formado digitalmente e à distância; porém monitorável por meio das visualizações e rastros que os usuários acabam deixando pela rede.

Esses vestígios, chamados *cookies* (biscoitos, em inglês), são, na verdade, microprogramas<sup>39</sup> que monitoram as atividades dos usuários e encaminham os dados de acesso aos proprietários das páginas, que conseguem traçar o perfil de consumo das pessoas e montar estratégias para que elas sejam atingidas por anúncios cada vez mais efetivos. Da mesma forma, esses dados, que formam gigantescos laços, podem ser comercializados separadamente a empresas terceiras, como ocorreu em abril de 2018, quando surgiu a informação<sup>40</sup> de que o Facebook teria vendido dados privados dos usuários a empresas que desenvolvem aplicativos e projetos para a plataforma.

Outra forma de laço digital que se forma na Internet é aquela que surge a partir de grupos que se reúnem em função de um interesse comum, como é o caso das comunidades de fãs. Embora a reunião de pessoas com interesses comuns por uma celebridade não seja um fenômeno exclusivo da sociedade conectada em rede — haja vista as multidões que se formavam em torno de grandes personalidades por meio dos fã-clubes —, o que se observa é a sensação de proximidade que a Internet proporciona entre o artista e seu público.

Sobretudo no YouTube, onde muitas dessas novas celebridades surgem a partir do compartilhamento de vídeos caseiros, essa proximidade se mostra evidente, com a possibilidade de interação direta entre produtores de conteúdo e audiência que, por meio de curtidas e compartilhamentos desses materiais, não só retroalimentam a plataforma, como também promovem a legitimação dessas produções audiovisuais — contribuindo para a formação de novas celebridades.

---

<sup>39</sup> Consultar <[https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/12/tecnologia/1434103095\\_932305.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/12/tecnologia/1434103095_932305.html)>. Acesso: 01 jul. 2018.

<sup>40</sup> Disponível em <<https://www.tecmundo.com.br/internet/131133-facebook-teria-vendido-dados-privados-usuarios-negocios-secretos.htm>>. Acesso: 05 jul. 2018.

Diferentemente da televisão, que, por meio de sua programação e produtos — sobretudo a telenovela — promovia a união dos indivíduos, na Internet e, em especial, nas redes sociais, são eles próprios os articuladores dessa mudança. O que chamamos anteriormente de “os três mandamentos do YouTube” — os atos de curtir, comentar ou compartilhar uma publicação — e, que, na realidade, também se aplicam a qualquer outra rede social, acabam por dar maior credibilidade a um material e reforçar a noção de laço, que passa a ser constituído a partir de outros modos de interações.

Em um ambiente no qual a sensação de que todos estão conectados — embora os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 ainda apontem que o principal meio de informação da população brasileira é a televisão, citada por um total de 89% dos entrevistados — e têm fácil acesso às mais diversas fontes, essa interação se potencializa e abre novas discussões, em especial aquelas que previam um consumo rápido e superficial de conteúdo na Internet.

Figura 06 — Dados sobre o modo de consumo de notícias pela população brasileira

**P01)** Em que meio de comunicação o(a) sr(a) se informa mais sobre o que acontece no Brasil? E em segundo lugar? (**ESTIMULADA - ATÉ DUAS MENÇÕES**)

Base: Amostra (15050)	1ª MENÇÃO	1ª+2ª MENÇÕES
TV	63%	89%
Internet	26%	49%
Rádio	7%	30%
Jornal	3%	12%
Revista	0%	1%
Meio externo (placas publicitárias, outdoor, ônibus, elevador, metrô, aeroporto)	0%	0%
Outro (Esp.)	0%	2%
NS/ NR	0%	0%

Fonte: Pesquisa Brasileira de Mídia 2016

Entre cliques e visualizações de fotos, GIFs<sup>41</sup> ou vídeos, o usuário/interator é inserido na linguagem hipertextual dos novos meios e acaba, de certa maneira, preso na “teia invisível” à qual Wolton se refere ao analisar a mídia televisão, sendo forçado a seguir uma trilha linear de eventos digitalmente registrados e consumidos que o levam à interação no ambiente das

<sup>41</sup> Acrônimo de *Graphics Interchange Format* (Formato de Intercâmbio de Gráficos), que denomina um formato de imagens usadas na internet cuja principal característica é a possibilidade de animação, sendo bastante utilizadas em memes. Disponível em <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/04/o-que-e-gif.html>>. Acesso: 05 jul. 2018.

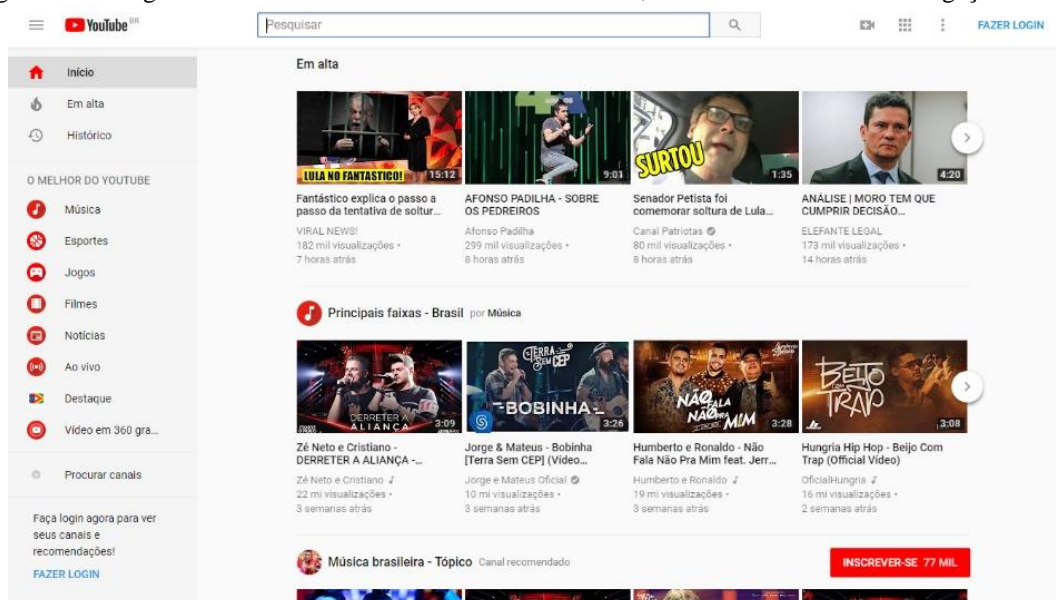
redes sociais digitais — como o YouTube, objeto no qual se insere/concretiza o canal que oferece suporte empírico para a análise empreendida nesta dissertação.

Recuero (2012) cita como exemplo dessa dinâmica o fluxo de postagens que ocorre no Facebook, no qual um usuário muitas vezes passa a ter acesso a uma informação pelo simples fato de algum de seus amigos — que atuam como pontos de conexão — ter curtido ou comentado algum outro conteúdo, inserindo na “conversa” pessoas que, a princípio, não fariam parte daquele micro contexto.

Com as novas ações de incentivar seus usuários a criarem materiais para a plataforma e o aperfeiçoamento dos algoritmos que sugerem conteúdos cada vez mais personalizados, o YouTube se mostra completamente ativo nesse cenário de conversação e formador de vínculos. Embora permita aos usuários o acesso livre à plataforma, o modo como seu conteúdo é disposto sofre alterações de acordo com a maneira por meio da qual esse interagente teve acesso ao *site*.

Caso tenha se conectado ao YouTube simplesmente digitando seu endereço eletrônico em um computador sem acesso prévio a ele ou por meio de um navegador que permita o modo de navegação anônima, o usuário encontrará uma página inicial neutra, com os vídeos mais acessados e/ou favoritos do dia sendo exibidos em destaque no topo e algumas categorias listadas na lateral esquerda, como “música”, “esportes”, “filmes”, “notícias” e “ao vivo”.

Figura 07 — Página inicial do YouTube Brasil em 09/07/2018, acessada em modo de navegação anônima



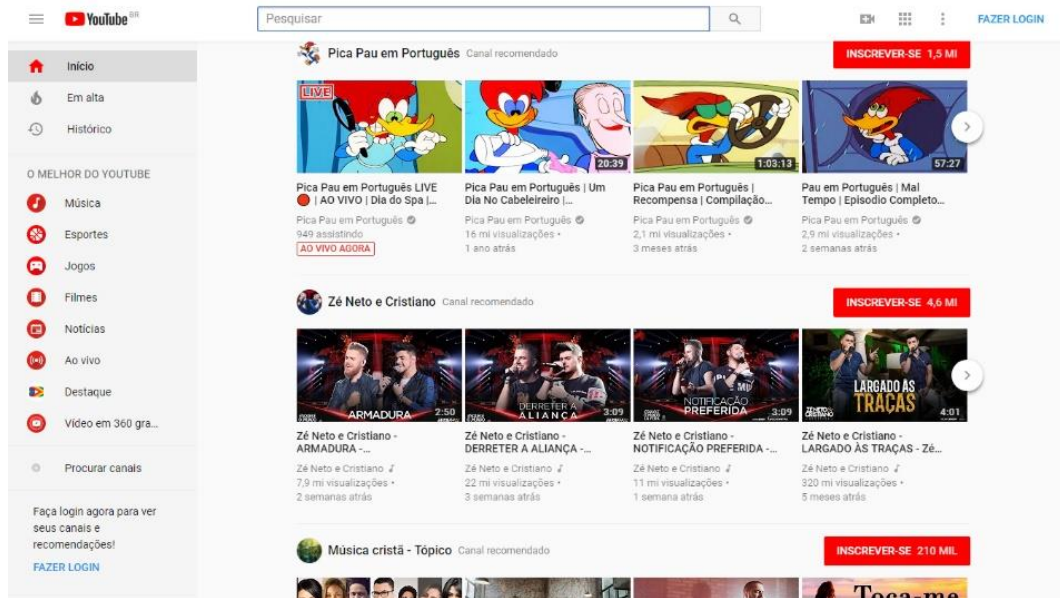
Fonte: YouTube (2018)

Também são sugeridos ao usuário diversos canais de destaque ligados a essas categorias, como os da cantora gospel Aline Barros e da banda Aviões do Forró na seção “música”; da



mesma forma como dentro de “entretenimento” são sugeridos os canais do desenho animado Pica-Pau e do programa de entrevistas The Noite com Danilo Gentili, este exibido pelo SBT.

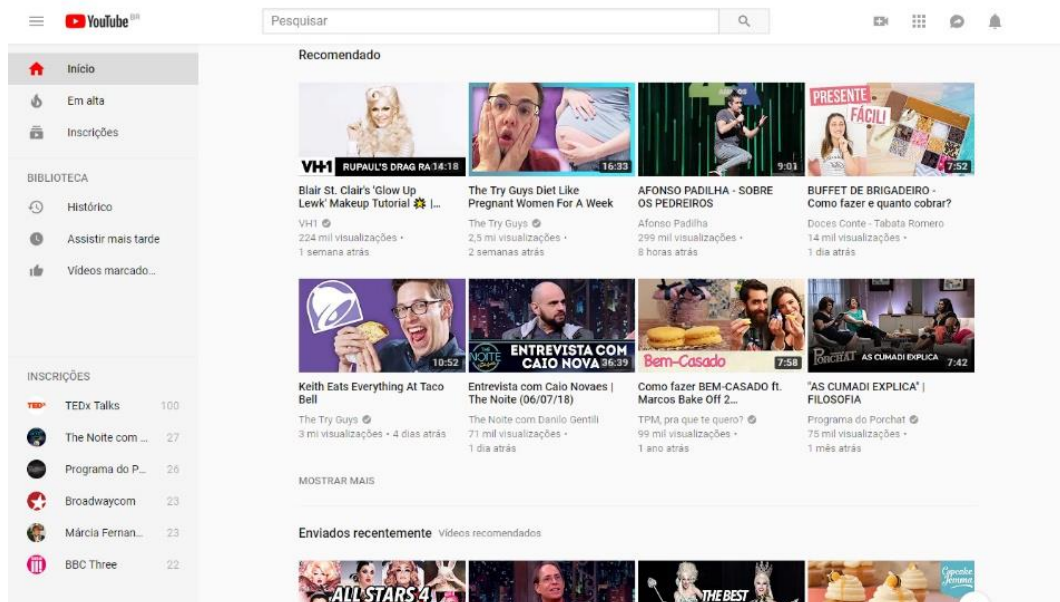
Figura 08 — Página inicial do YouTube Brasil em 09/07/2018, acessada em modo de navegação anônima



Fonte: YouTube (2018)

No entanto, as pessoas que acessam o YouTube por meio de uma conta do Google encontram uma página inicial um pouco modificada, com a oferta de conteúdos relacionados aos canais nos quais ela é inscrita e outros sugeridos de acordo com seu histórico de visualizações e suas interações na rede.

Figura 09 — Página inicial do YouTube acessada por um usuário logado em sua conta pessoal

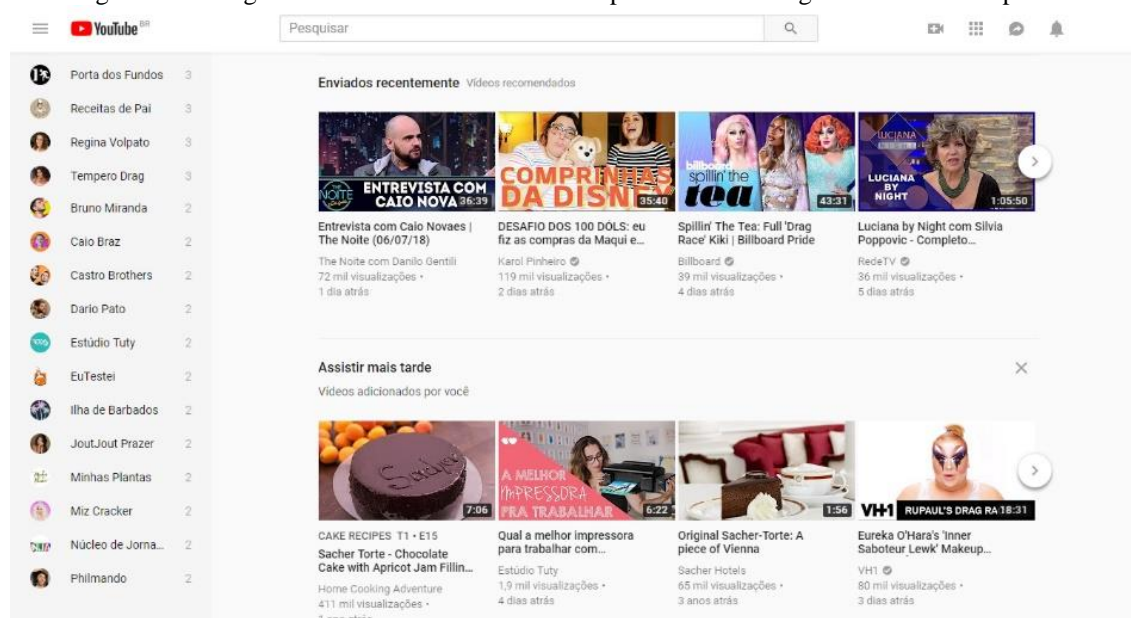


Fonte: YouTube (2018)

Além de, na barra lateral esquerda, serem listados os canais nos quais o usuário é inscrito e, ao lado de cada um, a quantidade de novos vídeos ainda não assistidos por ele, é possível consultar o histórico de conteúdos assistidos e criar listas de reprodução para sejam consumidos posteriormente, por meio do recurso de “assistir mais tarde”. Essa diferença na oferta de conteúdo se mostra interessante por evidenciar a influência dos rastros de ações deixados pelos usuários tanto na sugestão de novos materiais relacionados àqueles já consumidos, quanto para a possibilidade de novas interações e vínculos criados pela própria plataforma — isso porque as “migalhas” deixadas pelos consumidores dão chance para os algoritmos do YouTube entenderem o que aquela pessoas mais gosta de assistir e passa a oferecer a ela outras opções semelhantes.

Por exemplo: uma pessoa que regularmente consome canais brasileiros sobre confeitaria, ao acessar o YouTube por meio de sua conta Google, pode vir a receber indicações não só de outros produtores com temática semelhante, como também de subcategorias do mesmo gênero — uma vez que o *site* “entende” que aquele indivíduo assiste com frequência a vídeos de produção de bolos ou aulas *online* e podem vir a entrar no rol de sugestões conteúdos sobre decoração artística, entrevistas com profissionais da área ou até mesmo algum tipo de publicidade relacionada.

Figura 10 — Página inicial do YouTube acessada por um usuário logado em sua conta pessoal



Fonte: YouTube (2018)

Dessa forma, o YouTube — e a rede na qual ele se insere — acaba sugerindo e suscitando interações por meio de indicações de vídeos, atuando não apenas como palco para o

estabelecimento desses novos diálogos, mas também como uma espécie de mediador entre os assuntos discutidos na esfera social e aqueles com potencial para iniciar tais diálogos. Tal fenômeno se apoia nos estudos de Jesús Martín-Barbero (2009) sobre a comunicação operada por mediações, na qual se deveria não apenas olhar para os meios, mas sobretudo, para as relações sociais que emergem do processo de recepção.

Ilustrando a proposta, o Mapa das Mediações sintetiza os fenômenos sociais e as relações entre comunicação, cultura e política, apresentando as interações entre produtores, mensagens, meios, cultura e receptores.



Fonte: Martín-Barbero (2009, p. 16)

O Mapa é dividido em dois eixos: um diacrônico — que se estabelece ao longo do tempo —, entre matrizes culturais e formatos industriais, e outro sincrônico — cujos elementos coexistem —, entre as lógicas de produção e as competências de recepção. Sustentando essas quatro instâncias do processo comunicacional estão as mediações de tecnicidade, ritualidade, socialidade e institucionalidade. É interessante em nossa pesquisa observar o modo como o YouTube opera enquanto mediador ao “compreender” os hábitos de consumo de seus usuários cadastrados e passar a alimentá-los com novas sugestões baseadas em consultas anteriores.

Tomando o Mapa como referência, observamos que essa característica do YouTube passa pelo eixo sincrônico entre as lógicas de produção e as competências de recepção, a partir dos formatos industriais. Esse processo é ancorado tanto pela tecnicidade — que se faz presente quando é necessário que o usuário tenha o conhecimento da linguagem hipertextual da Internet e das ferramentas necessárias para a utilização de uma plataforma como o YouTube — quanto

pela ritualidade, instância que liga os formatos à recepção e, por se relacionar ao simbolismo e construção de sentidos (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 323), dialoga com a constante presença que a plataforma exerce sobre o interagente, como quando sugere vídeos relacionados àquele previamente assistido, dando origem a novas possibilidades de conteúdo a ser consumido.

### 3.1 YOUTUBE COMO NOVO ESPAÇO PÚBLICO — LABORATÓRIO PARA NOVAS NARRATIVAS: COMUNICAÇÃO MAIS PÚBLICA E DEMOCRÁTICA

Toda essa movimentação que surge a partir do consumo de conteúdo audiovisual no YouTube mostra a relevância que uma plataforma, proposta originalmente como um repositório de vídeos caseiros, acaba tendo nas relações sociais; da mesma forma, é possível pensar em novos usos a serem feitos dela. Ainda que o acesso a esse veículo de comunicação não seja tão simples como é para rádio ou a televisão e dependa de aparelhos mais complexos como um computador ou *smartphone* e, principalmente, uma conexão com a Internet, podemos, talvez, pensá-lo como um novo espaço público de discussões e que proporciona uma comunicação mais democrática.

Apesar de os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 apontarem que somente 26% dos entrevistados utilizam a Internet como principal fonte de informação, temos a impressão — enquanto usuários — de que essa falta de intimidade com a rede não se aplica ao universo dos vídeos do YouTube, com sua infinidade de canais que surgem diariamente sobre os mais diversos temas e criados pelas mais diferentes pessoas.

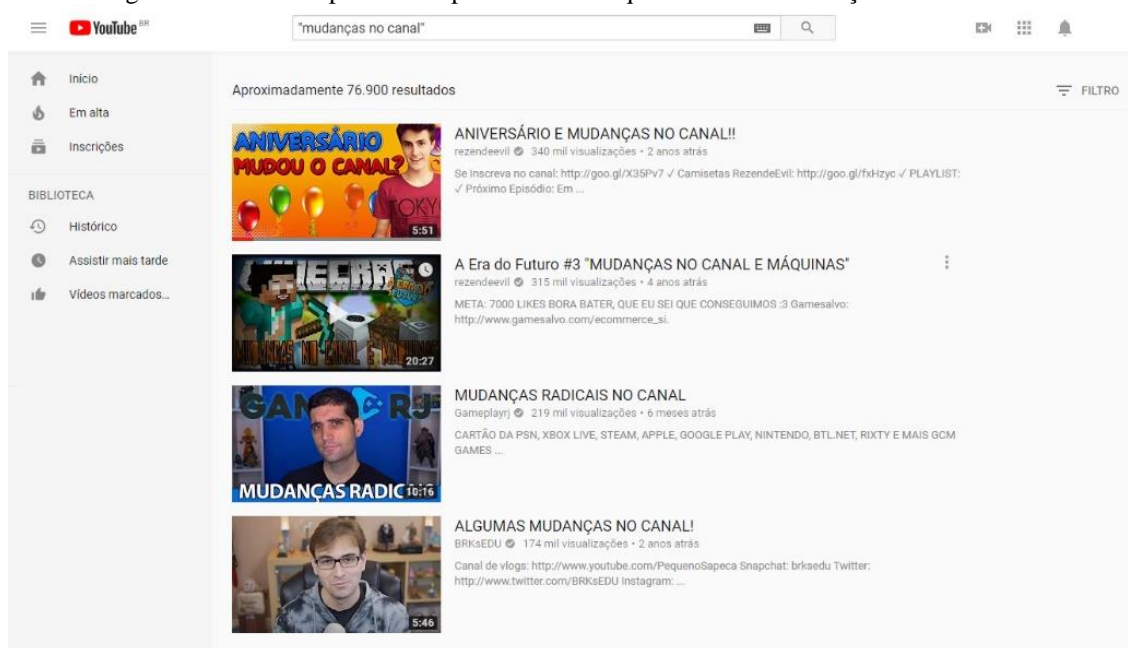
Mesmo que façam sucesso as produções com qualidade de imagem e som semelhante às da TV, aquelas mais simples, muitas vezes gravadas a partir das câmeras de celular e sem muitos recursos de edição, também têm espaço e visibilidade — por ser um local de experimentação de formatos e que surgiu a partir dos vídeos caseiros, percebemos que no YouTube existe uma certa “licença” para o consumo de materiais que fujam da estética padrão da televisão ou que não apresentem o apuro técnico que possa se esperar de produções audiovisuais.

Da mesma forma, ao contrário da TV, na qual os formatos tendem a ser mais rígidos e tradicionais, a característica mutável da Internet e, conseqüentemente, do YouTube, não impede que um canal, por exemplo, surja com uma proposta de conteúdo e, no decorrer de sua existência, mude completamente de foco e mantenha num mesmo espaço sua antiga e atual versão e, principalmente, deixe explícito aos espectadores que houve tais mudanças de rumo

— uma pesquisa simples revela que quase 77 mil vídeos foram postados com a expressão “mudanças no canal” como parte do título, podendo indicar esse tipo de produção.

Geralmente são vídeos nos quais os criadores de conteúdo dão retorno a seus seguidores sobre eventuais alterações na “linha editorial” do canal ou trocas na periodicidade de publicação dos vídeos — na maioria das vezes esses vídeos são pensados a partir da demanda do próprio público, que contesta tais mudanças e acaba tendo nesse tipo de material uma “satisfação” sobre o andamento das coisas.

Figura 12 — Vídeos publicados por YouTubers que anunciam mudanças em seus canais



Fonte: YouTube (2018)

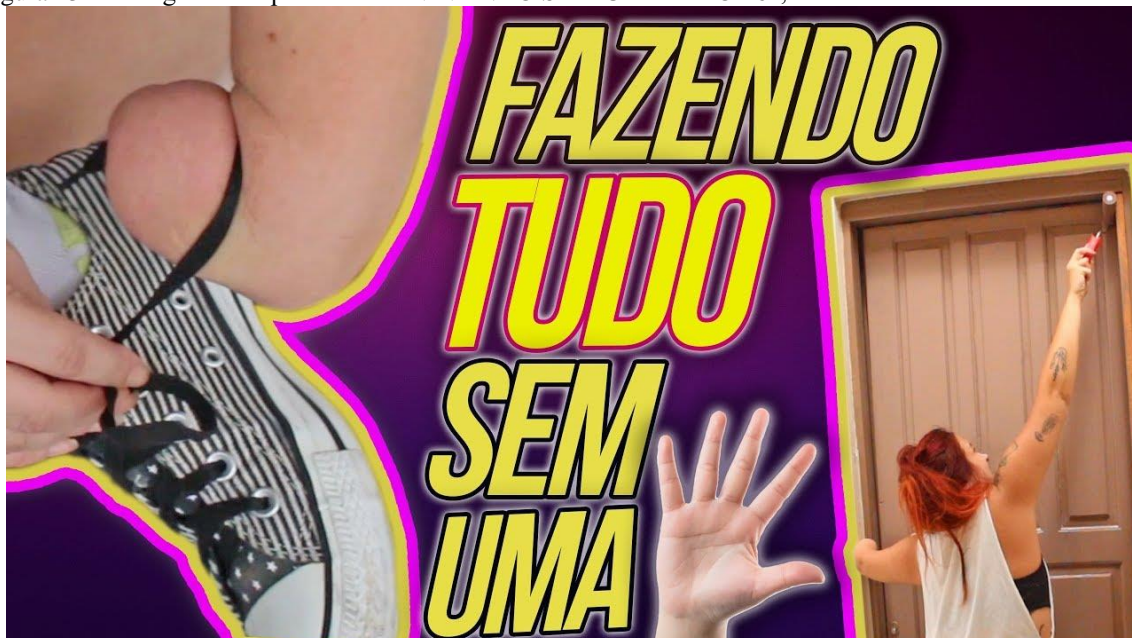
Outro tipo constante de conteúdo é aquele criado a partir da demanda dos seguidores, seja por meio de pedidos de sugestão de temas feitos em redes sociais ou até mesmo em vídeos, nos quais os YouTubers propõem que os espectadores sugiram temas de interesse para as próximas criações e, dessa forma, possam colaborar com a construção daquele espaço. Embora o intercâmbio de pautas entre produtores e consumidores de conteúdo não seja algo exclusivo da Internet, o que se percebe em algumas ocasiões é que o retorno passa a ser mais direto, uma vez que não existe o intermédio de grandes setores de comunicação envolvidos ou até mesmo de assessores.

### 3.2 UM ESPAÇO PARA VOZES INVISIBILIZADAS

A facilidade de gravar um vídeo — muitas vezes com o celular — e publicá-lo no YouTube — ou até mesmo com o próprio aparelho iniciar uma transmissão ao vivo — deu voz a grupos que antes não se viam representados na grande mídia. Ainda que haja a barreira tecnológica a ser quebrada para que o acesso ao YouTube seja mais democrático, pessoas com deficiência, negros, LGBTs, pessoas que convivem com o HIV e mulheres — citando apenas alguns exemplos — acabam criando seus espaços para a divulgação de conteúdo como elas julgam ser o mais adequado de acordo com suas realidades.

No Brasil, temos alguns exemplos desses YouTubers que, por diversas, razões, criaram seus canais e, cada um à sua maneira, acabaram se tornando referência dentro de seus nichos. A catarinense Mariana Torquato nasceu com uma má formação que impediu o total desenvolvimento de seu braço esquerdo e, em 2015, criou o canal “Vai Uma Mãozinha Aí?”<sup>42</sup>, no qual ela aborda diversos pontos sobre a vida de uma pessoa com deficiência e, principalmente, como ela supera desafios, como tocar violão ou mesmo montar um móvel sem a ajuda de outra pessoa.

Figura 13 — Imagem de capa do vídeo “VIVENDO SEM UMA MÃO #6”, do canal “Vai Uma Mãozinha Aí?”



Fonte: YouTube (2018)

<sup>42</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCIcatj2SigXMklFrqQtnA-Q/featured>>. Acesso: 05 jul. 2018.

A busca por representatividade também foi o motivo pelo qual a YouTuber Nátaly Neri, que se apresenta como “mulher negra, feminista, apaixonada por brechó, costura, moda e faça você mesmo”, criou o canal “Afros e Afins por Nátaly Neri” — que conta com mais de 420 mil inscritos<sup>43</sup> — para discutir temas ligados, principalmente, ao racismo e feminismo. Na seção “Sobre” de seu canal, Nátaly define que o espaço tem como objetivo “incentivar a autonomia de quem assiste, aprendendo a garimpar, achar as melhores opções de consumo de moda, discutindo questões importantes sobre nosso lugar no mundo sem ignorar, é claro, tutoriais divertidos de maquiagem, cabelo e tudo o que quisermos que nos caiba” (NERI, 2018).

Seu segundo vídeo mais visto, com mais de 730 mil visualizações e 75 mil curtidas, “APROPRIAÇÃO CULTURAL EXISTE? PODE BRANCA DE TURBANTE?<sup>44</sup>”, publicado em 15 de fevereiro de 2017, discute a repercussão gerada pelo episódio de revolta nas redes sociais por parte de mulheres negras que acusavam de apropriação cultural uma mulher branca que usava um turbante em função de um tratamento contra o câncer.

Figura 14 — Imagem de capa do vídeo “APROPRIAÇÃO CULTURAL EXISTE? PODE BRANCA DE TURBANTE”, do canal “Afros e Afins por Nátaly Neri”



Fonte: YouTube (2018)

Logo na caixa de descrição do vídeo, Nátaly instiga o espectador ao refletir sobre o fato, escrevendo, em primeira pessoa, um texto questionando as possíveis nuances da tal apropriação.

<sup>43</sup> Contagem de inscritos feita em 16 de julho de 2018.

<sup>44</sup> Disponível em: < [https://youtu.be/8Q\\_H99xE9\\_U](https://youtu.be/8Q_H99xE9_U) >. Acesso: 08 jul. 2018.

Podemos falar de apropriação cultural em um país tão miscigenado e com uma cultura tão mista quanto a brasileira? Podemos falar mesmo que o turbante faz parte da cultura negra, da cultura afro brasileira? Essas e outras respostas nesse vídeo! Curta, comente, compartilhe principalmente (NERI, 2018).

Ao longo do vídeo, que tem pouco mais de 11 minutos de duração, a jovem, que cursa Ciências Sociais, expõe suas opiniões acerca do ocorrido, perpassando questões como o conceito de cultura e a incorporação de elementos pelos povos, como também, por meio dos comentários feitos pelos espectadores, continua a discussão ao responder alguns desses e levantando outros pontos.

Por entre a diversidade de temas que surgem diariamente no rol de canais do YouTube se encontra o vírus HIV. Provavelmente a principal figura relacionada ao tema, o brasileiro Gabriel Estrela mantém, desde 2015, o canal Projeto Boa Sorte<sup>45</sup>, no qual ele fala sobre sua experiência enquanto pessoa que vive com o HIV e, acima de tudo, sobre educação sexual. Após ser convidado em 2016<sup>46</sup> para participar da Reunião de Alto Nível sobre o Fim da AIDS, realizada na sede das Organizações das Nações Unidas (ONU), em Nova York, o jovem ganhou notoriedade na grande mídia<sup>47</sup> e foi destaque no ano seguinte em reportagem de capa<sup>48</sup> da revista Galileu, na qual relata os principais dilemas de uma pessoa diagnosticada com o vírus e como seu trabalho como YouTuber auxilia na desmistificação de sua convivência com o HIV.

Embora seus números sejam bem mais modestos em relação a grandes produtores de conteúdo — 25 mil<sup>49</sup> inscritos e 130 mil visualizações em seu vídeo mais assistido, que não é relacionado ao tema central do canal—, sua posição de especialista no assunto faz com que ele se coloque diante de acontecimentos que surgem na sociedade, como a matéria de capa da revista Época, publicada em março de 2018<sup>50</sup>, sobre a PrEP<sup>51</sup> (Profilaxia Pré-Exposição), terapia medicamentosa utilizada como forma de evitar que uma pessoa seja infectada pelo vírus HIV quando ocorre uma exposição.

Em um vídeo publicado em 05 de abril de 2018, intitulado “NÃO LEIA A MATÉRIA DA ÉPOCA, VEJA ESTE VÍDEO!”<sup>52</sup>, que tem quase 29 minutos de duração —

<sup>45</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCcg2zyzyl1Lc8LMJo6y1Tg/featured>>. Acesso: 05 jul. 2018.

<sup>46</sup> Disponível em <<https://unids.org.br/2016/06/radio-onu-entrevista-gabriel-estrela/>>. Acesso: 06 jul. 2018

<sup>47</sup> Disponível em <<https://oglobo.globo.com/sociedade/saude/eu-tenho-hiv-vivo-bem-diz-ator-que-criou-musical-sobre-aids-18186070>>. Acesso: 06 jul. 2018

<sup>48</sup> Disponível em <<https://revistagalileu.globo.com/Ciencia/Saude/noticia/2017/11/hiv-apesar-de-avancos-da-medicina-preconceito-e-o-mesmo-dos-anos-80.html>>. Acesso: 06 jul. 2018.

<sup>49</sup> Dados coletados em 16 de julho de 2018.

<sup>50</sup> Disponível em <<https://epoca.globo.com/saude/noticia/2018/03/o-novo-azulzinho.html>>. Acesso: 06 jul. 2018.

<sup>51</sup> Para mais informações, consultar <<http://prepbrasil.com.br/duvidas-frequentes/>>. Acesso: 06 jul. 2018.

<sup>52</sup> Disponível em <<https://youtu.be/eiY8Ut77yPE>>. Acesso: 06 jul. 2018.



bastante longo, se considerada a média dos vídeos veiculados no YouTube, Gabriel dissecou, de uma forma bem didática, o texto da reportagem apontando eventuais informações controversas e esclarecendo pontos que julga importantes, como dados de pesquisas relacionadas à infecção pelo HIV — além de formas combinadas de prevenção.

Figura 15 — Imagem de capa do vídeo “NÃO LEIA A MATÉRIA DA ÉPOCA, VEJA ESTE VÍDEO!”, do canal “Projeto Boa Sorte”



Fonte: Canal Projeto Boa Sorte - YouTube

De forma semelhante temos outros diversos canais que abordam as questões LGBTs, cada um focando em sua parcela da sigla. Dois dos mais famosos, no Brasil, são o Canal das Bee<sup>53</sup> e o Põe na Roda<sup>54</sup>, com mais de 350 mil e 840 mil inscritos, respectivamente, os quais publicam vídeos com conteúdo de humor, mas, principalmente, sobre inclusão, diversidade e particularidades desse universo.

<sup>53</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/user/CanalDasBee>>. Acesso: 06 jul. 2018.

<sup>54</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/user/canalpoenaroda>>. Acesso: 06 jul. 2018.

Figura 16 — Imagem de capa do vídeo “CORPO PERFEITO COM JOUT JOUT - PERGUNTE ÀS BEE 98”, do canal “Canal das Bee”



Fonte: Canal das Bee - YouTube

Cada um à sua maneira, o que se percebe é que a facilidade de gravação e publicação de conteúdo audiovisual no YouTube — sobretudo para a população jovem — tem possibilitado que os cidadãos possam expor suas opiniões e visões de mundo de uma forma que antes somente os grandes meios seriam capazes. Ainda que o acesso a essas tecnologias de produção e as competências necessárias para a criação desses materiais ainda não sejam amplamente facilitados, como já mencionamos, a pluralidade de vozes que se observa é de grande relevância quando pensamos em uma comunicação mais democrática e múltipla, que se reinventa não apenas quanto aos novos agentes, mas, acima de tudo, que inova nas formas de narrar.

### 3.3 A BUSCA PELA PLURALIDADE NARRATIVA NO YOUTUBE

A variedade de indivíduos produzindo conteúdo no YouTube e a diversidade de temas levantados por eles muitas vezes faz com que novas formas de narrar surjam, ainda que, na essência, a finalidade seja quase sempre a mesma: contar boas histórias. Embora ainda não haja uma bibliografia consolidada sobre a história e, sobretudo, os usos que se fizeram do YouTube ao longo dos mais de 10 anos de sua existência, compartilhamos da visão de Montañó (2017, p.20) ao observar que, nos últimos anos,

[...] viemos constatando algumas práticas que podemos pensar quase como gêneros próprios da plataforma que resultam da repetição e da apropriação dos usuários. São

eles: os memes, os vlogs, os “tutoriais”, as webséries, programas de humor de outros conteúdos em formatos curtos, além de vídeos com propósito de experimentação audiovisual, entre outros (MONTAÑO, 2017, p. 20-21).

A autora ainda aponta a possibilidade de serem realizadas transmissões ao vivo, muitas vezes utilizadas na transmissão de programas de rádio ao vivo — a exemplo de alguns programas da Jovem Pan, como o Pânico<sup>55</sup> e o Morning Show<sup>56</sup> — ou das *gameplays*, nas quais o público assiste ao YouTuber enquanto ele se aventura por algum jogo e pode interagir com seu ídolo no momento da ação. Embora essas novas possibilidades estejam presentes no cotidiano do YouTube, muitas vezes o que se vê não é a criação de uma nova modalidade, mas, sim, uma reapresentação de um formato já consolidado.

O termo “gênero” é um tanto duro para pensar essas práticas, já que algumas delas podem ser agrupadas em várias das mencionadas. Há youtubers (sic.) que jogam videogame e conversam com seu “público” sobre o que fizeram no dia ou desenvolvem um tema específico (algo mais próprio do vlog). Há canais que diariamente gravam vídeos sobre maquiagem que podem ser pensados no gênero tutorial, mas também realizam uma verdadeira performance de comédia além de usarem enquadramentos e montagens que são mais próprios da comédia do que do tutorial, por exemplo (MONTAÑO, 2017, p.21).

A partir dessa reflexão, temos que nem sempre as potencialidades de um ambiente como o YouTube são aproveitadas, sendo reproduzidas técnicas e formatos já consolidados na TV, como programas de entrevistas, esquetes de humor ou programas de culinária. No entanto, há outros casos em que houve o intercâmbio entre TV e Internet com resultados de sucesso, como ocorreu com a websérie brasileira de ficção científica e drama “3 Por Cento”, exibida originalmente na TV Brasil em 2010 e cujo piloto<sup>57</sup>, publicado em maio de 2011 no YouTube, conta com mais de 700 mil visualizações e 11 mil curtidas<sup>58</sup>.

No espaço de descrição do vídeo no YouTube, o material é descrito como um piloto de série para o qual busca-se apoio de um canal de TV interessado em produzir a temporada completa.

<sup>55</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UC9U4nIDyIzzelXrjNQXNvxA>>. Acesso: 08 jul. 2018.

<sup>56</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UC-wcdzucnIKGBjyEUaEWaQ>>. Acesso: 08 jul. 2018.

<sup>57</sup> Disponível em <[https://www.youtube.com/watch?v=R\\_rvS7nX7pM](https://www.youtube.com/watch?v=R_rvS7nX7pM)>. Acesso: 06 jul. 2018.

<sup>58</sup> Dados coletados em 16 de julho de 2018.

Figura 17 — Imagem de capa do vídeo “SÉRIE 3 POR CENTO | 3 PERCENT SERIES - PILOTO | PILOT - EP.1”, do canal “serie3porcento”



Fonte: YouTube (2018)

De acordo com uma breve sinopse postada logo abaixo do vídeo, na caixa de descrição, a série

[...] acompanha a luta dos personagens para fazer parte dos 3% dos aprovados que irão para o Lado de Lá. A trama se passa em um mundo no qual todas as pessoas, ao completarem 20 anos, podem se inscrever em um processo seletivo. Apenas 3% dos inscritos são aprovados e serão aceitos em um mundo melhor, cheio de oportunidades e com a promessa de uma vida digna. O processo de seleção é cruel, composto por provas cheias de tensão e situações limites de estresse, medo e dilemas morais (SÉRIE3PORCENTO, 2011).

Quatro anos mais tarde, em agosto de 2015, a americana Netflix anunciou também no YouTube, em seu canal destinado ao público brasileiro, um vídeo<sup>59</sup> no qual revelou a produção de “3%”, a primeira série brasileira Original Netflix, lançada em agosto do ano seguinte. A temporada de estreia, com oito episódios, foi um sucesso na plataforma de *streaming*, ganhou uma continuação em 2018 e acabou sendo renovada para uma terceira fase.

De um outro lado figuram produções que nasceram na Internet, chegaram a ser sondadas para uma adaptação na TV aberta, mas preferiram manter suas origens, como foi o caso do canal de humor Porta dos Fundos<sup>60</sup>, que hoje figura entre os 10 canais com o maior número de inscritos no Brasil, mas que já esteve no topo da lista por um bom tempo, antes de

<sup>59</sup> Disponível em <<https://youtu.be/nO57YADVIEw>>. Acesso: 06 jul. 2018.

<sup>60</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/user/portadosfundos>>. Acesso: 06 jul. 2018.

ser ultrapassado pelo piauiense Whindersson Nunes. Com 14,5 milhões de inscritos<sup>61</sup>, o canal Porta dos Fundos, criado em 2012, nasceu apostando na criação de cenas curtas de humor, ainda que tenham sido feitas tentativas de vídeos longos, nos moldes de uma atração ancorada por um apresentador — projeto que foi deixado de lado depois de algumas edições. Ao longo dos pouco mais de 6 anos de existência, parte do elenco foi se modificando e conquistando outras oportunidades — como Fábio Porchat, que desde 2016 apresenta um *talk show* na RecordTV —, mas sem abandonar o projeto para a Internet, publicando três vídeos inéditos por semana: às segundas, quintas e sábados, às 11 horas<sup>62</sup>.

No entanto, ainda que as esquetes de humor, programas de entrevistas, *vlogs*, webséries ou os vídeos de tutoriais — nos quais o foco é o ensinamento de determinado procedimento — formem boa parte do que é postado atualmente na plataforma, é um tipo específico de audiovisual que nos interessa nesta dissertação e que vem ganhando espaço entre as milhares de horas de conteúdo que, diariamente, são lançadas na rede.

### 3.4 O YOUTUBE COMO ESPAÇO DE INTIMIDADE

Ainda que possamos, de alguma forma, identificar nuances de gêneros dentro do YouTube, não há como apontar com firmeza que eles existam de fato ou que, ainda, são exclusivos da plataforma — dizemos isso em função de, muitas vezes, o tipo de conteúdo postado ser semelhantes ao já produzido pela TV e possuir pouca alteração de molde, como também não são raras as situações em que esses gêneros se fundem e dão origem a um novo produto, como é o caso dos vídeos em que a intimidade é a protagonista.

Embora não sejam caracterizados dentro de um formato específico, vem sendo observado o surgimento de um tipo de vídeo bastante comum entre os YouTubers: aquele em que a intimidade do produtor de conteúdo é o foco da narrativa, seja expondo algum acontecimento de sua vida ou com vídeos que acompanhem sua rotina diária. Como não existe uma categorização para esse tipo de conteúdo, muitas vezes eles são identificados como *vlogs* ou apenas são postados sem uma denominação específica.

No Brasil, alguns exemplos podem ser verificados nos canais das atrizes Giovanna Ewbank e Antonia Fontenelle, que possuem quadros de entrevistas feitos em suas residências, no ambiente do quarto. Apesar de serem conversas feitas com personalidades, se destacam por

---

<sup>61</sup> Dados coletados em 16 de julho de 2018.

<sup>62</sup> Dados coletados em 16 de julho de 2018.

serem gravados na intimidade das anfitriãs e, por isso, conduzirem a narrativa da conversa para temas de foro pessoal.

Figura 18 — Imagem de capa do vídeo “NA CAMA COM GIO EW BANK E... GRETCHEN (PARTE 1) | GIOH”, do canal “GIOH”



Fonte: YouTube (2018)

No entanto, ainda que configurem narrativas ancoradas no discurso pessoal e na intimidade dos entrevistados, por se tratarem de celebridades conhecidas e produções feitas com qualidade profissional, decidimos olhar para aquelas publicadas por anônimos, realizadas dentro do ambiente doméstico e sem recursos sofisticados de edição e finalização. A partir desses atributos, o que se observa é que boa parte desse tipo de material é publicada por jovens, que encontram no YouTube um espaço para a divulgação de suas ideias.

Como dito anteriormente, uma vez que a Internet é utilizada como espaço para grupos invisibilizados exporem suas vozes, ela pode ser utilizada também como local para interação entre pessoas, como é o caso de adolescentes e jovens adultos, que estariam em processo de construção de sua identidade e rede de afinidades.

Figura 19 — Imagem de capa do vídeo “A SOLIDÃO DO GAY NEGRO - DESABAFO E MENSAGEM PRAS BICHAS PRETAS - SPARTAKUSVLOG”, do canal “Spartakus Santiago”



Fonte: Canal Spartakus Santiago – YouTube (2018)

A partir dessa perspectiva, existe um contraponto que também merece destaque: a eventual exposição e vulnerabilidade que esses indivíduos podem vir a sofrer, já que esses relatos pessoais e íntimos são postados em uma plataforma de acesso público, na qual outras pessoas podem interferir fazendo comentários e colocando suas opiniões acerca de assuntos muitas vezes já delicados.

### 3.5 O CASO ESPANHOL DE COMPARTILHAMENTO DA INTIMIDADE PELOS JOVENS

Uma vez que o ato da conversação deixa de se desenvolver exclusivamente em âmbito privado e passa a ganhar espaço público nas redes sociais, é natural que outros aspectos também façam parte da nova configuração dos meios de comunicação. Não foi diferente com as discussões de temas de grande repercussão, principalmente entre os jovens.

A grande parcela de pessoas conectadas à Internet e que possui o mínimo conhecimento técnico capaz de habilitá-las a produzir e compartilhar vídeos autorais possibilitou que assuntos antes discutidos apenas no ambiente privado ganhasse novas perspectivas quando expostos de forma pública.

Ao analisar como jovens da Espanha constroem sua identidade e se expressam nas redes sociais e, mais especificamente, no YouTube, Pérez-Torres, Pastor-Ruiz e Abarrou-Ben-

Boubaker (2018) dialogam com a Psicologia para levantar a influência dessas plataformas no cotidiano da população. De acordo com os autores, dados de 2016 do Instituto Nacional de Estatísticas mostraram que 98% de jovens entre 16 e 24 anos usavam frequentemente a Internet, visitando, majoritariamente, sites de redes sociais e, em seguida, plataformas de compartilhamento de vídeos.

Os autores também abordam a relevância que o YouTube possui entre os adolescentes consultados — 70% daqueles com idades entre 14 e 17 anos o preferem a outros endereços online. Da mesma forma como ocorre no Brasil, ainda que uma pequena parcela seja efetivamente de usuários ativos, o consumo de vídeos é um dos principais hábitos entre os jovens europeus (PÉREZ-TORRES; PASTOR-RUIZ E ABARROU-BEN-BOUBAKER, 2018, p. 62), que veem os YouTubers como seus semelhantes; pessoas próximas com as quais se forma uma rápida conexão. Isso explica o fato de haver um número tão expressivo de jovens utilizando os vídeos como forma de expressão e formação de sua personalidade.

Nesse ponto é interessante levantar duas características que talvez coloquem o YouTube à frente de outros sites que permitem a interação entre os usuários: o baixo potencial de interatividade que essas plataformas podem oferecer e o papel central dos YouTubers como atores dentro da dinâmica que existe no espaço online — ainda que outros lugares, como Facebook e Twitter, deem chance para os usuários se expressarem e trocar experiências, o contato direto que existe entre o público do YouTube e os próprios produtores de conteúdo enquanto figuras líderes de seus canais parece ser único.

Para analisar especificamente a construção da identidade adolescente por meio de vídeos publicados no YouTube, Pérez-Torres, Pastor-Ruiz e Abarrou-Ben-Boubaker (2018) selecionaram uma amostra que atendia a critérios como possuir temática relacionada à construção da identidade adolescente, ser um vídeo com no mínimo 10 mil curtidas e postado por um canal com, no mínimo, 100 mil inscritos. Ao final, obteve-se um corpus de 22 vídeos de 10 diferentes YouTubers, publicados originalmente entre 2011 e 2017 (PÉREZ-TORRES, PASTOR-RUIZ E ABARROU-BEN-BOUBAKER, 2018, p. 63).

Ainda que a pesquisa seja fruto da experiência espanhola, os resultados obtidos são semelhantes a muitos casos observados no Brasil e, mais diretamente, em nossa pesquisa. As mudanças ocorridas na adolescência, sejam físicas ou emocionais, bem como suas percepções individuais são alguns dos tópicos abordados nos vídeos levantados, mostrando que “no geral, contar sua história de vida é um tópico comum entre os YouTubers como uma estratégia para se conectarem emocionalmente com seus seguidores, que também passam a se identificar com



o YouTuber” (PÉREZ-TORRES, PASTOR-RUIZ E ABARROU-BEN-BOUBAKER, 2018, p. 64, tradução nossa).

Como exemplo, os autores citam o estilo “*draw my life*”, no qual os YouTubers narram fases e situações de sua vida — geralmente em ordem cronológica — enquanto no vídeo se observa apenas uma mão produzindo os desenhos que ilustram os momentos relatados.

Figura 20 – Imagem de capa do vídeo “Draw My Life 2.0”, postado pelo YouTuber espanhol Toniemcee



Fonte: YouTube (2018)

Outra forma utilizada como ferramenta de relacionamento com o público é a criação e vídeos motivacionais, nos quais são apresentadas as mais comuns mudanças no corpo dos jovens e como eles poderiam passar por essa fase mais tranquilamente. Embora sejam temas de foro íntimo e, na maioria das vezes, gera grande repercussão e polêmica quando abordados, os pesquisadores espanhóis verificaram que, por serem despertados durante a adolescência, sexualidade e identidade de gênero eram assuntos frequentes dentre aqueles oferecidos pelos YouTubers.

A dificuldade de encontrar uma expressão de gênero ou orientação sexual que os representassem, por mais delicados que possam soar, geralmente são os mais assistidos e mais comuns entre as pautas desses produtores. Entre eles está um vídeo postado pela YouTuber Dulceida em 2015 intitulado “Mi orientación sexual”, com mais de 3 milhões de visualizações<sup>63</sup>, no qual ela apresenta uma espécie de resposta aos fãs que comentavam em seus vídeos questionando sobre sua orientação sexual.

<sup>63</sup> Disponível em <[https://www.youtube.com/watch?v=M7aoarf\\_rpI](https://www.youtube.com/watch?v=M7aoarf_rpI)>. Acesso: 15 mai. 2018.

No material, com pouco mais de 6 minutos de duração, ela aborda as perguntas que sempre recebeu sobre ela ser “homem ou mulher” e destaca que está bastante confortável com ela mesma da forma como se encontra (PÉREZ-TORRES, PASTOR-RUIZ E ABARROU-BEN-BOUBAKER, 2018, p. 65).

Outra produtora de conteúdo que também levou sua intimidade para a rede foi a YouTuber transexual, também da Espanha, Victoria Volkóva, a partir de 2011. Utilizando uma narrativa diferente, ela optou por documentar as transformações pelas quais sua identidade de gênero passou no decorrer dos anos. O vídeo mais antigo disponível em seu canal, com data de 27 de julho de 2011, tem o título traduzido como “Feminino ou Masculino”, no qual ela, que na época se identificava como um homem cisgênero homossexual, explicita diversos estereótipos de masculinidade que pairam sobre a comunidade LGBT.

Figura 21 – Imagem de capa do vídeo “Femenino o Masculino”

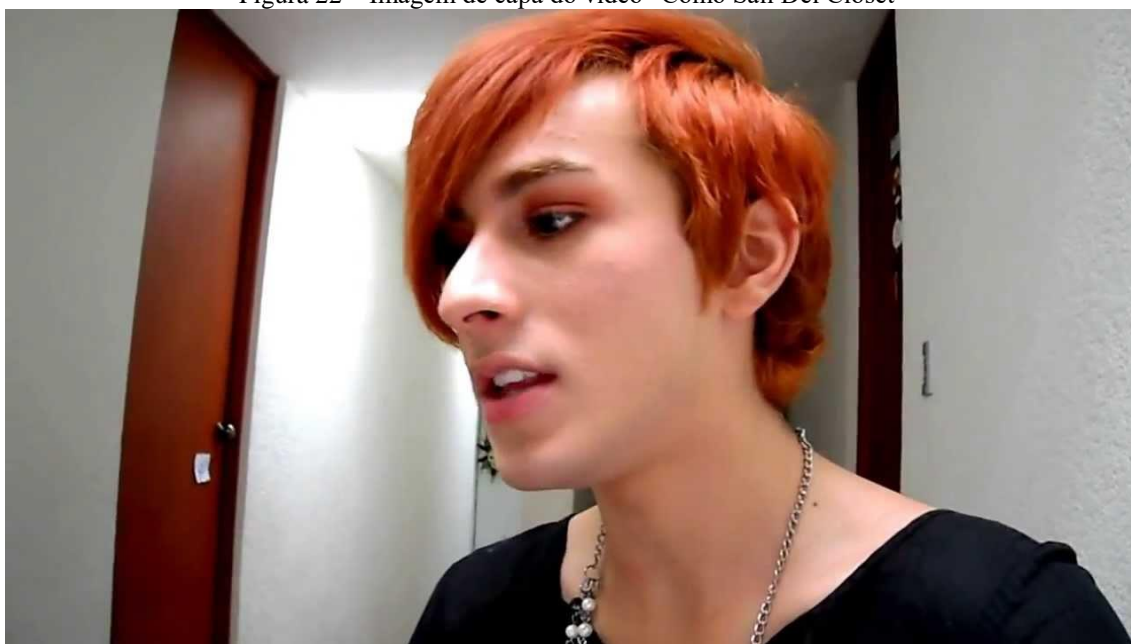


Fonte: YouTube (2018)

Em outro vídeo do mesmo ano, “Como Salí Del Closet” (Como saí do armário), visto mais de 2 milhões de vezes<sup>64</sup> — e segundo em número de visualizações —, o tema central é a história de como ele contou sobre sua homossexualidade para família e amigos. Entre os mais de 4 mil comentários feitos na página do material estão relatos de seguidores que contam suas experiências e acabam interagindo com o YouTuber e entre eles próprios.

<sup>64</sup> Disponível em <[https://www.youtube.com/watch?v=DeJZWq9D\\_RU](https://www.youtube.com/watch?v=DeJZWq9D_RU)>. Acesso: 27 mai. 2018.

Figura 22 – Imagem de capa do vídeo “Como Salí Del Closet”



Fonte: YouTube (2018)

É interessante levantar outros exemplos como esses, da Espanha, que dialogam tão diretamente com nosso objeto de análise, principalmente por terem sido realizados em um período tão próximo de tempo. Em vídeos publicados entre 2015 e 2016, Victoria já se assume como mulher trans e passa a documentar os procedimentos realizados para que ela pudesse se sentir plena, como terapia hormonal e cirurgias feminizadoras — “Eu sou uma mulher e me sinto como uma, independentemente da minha aparência física” (VOLKÓVA, 2016, tradução nossa).

Histórias assim expõem um fenômeno que tem se mostrado bastante comum: o de jovens LGBTs que utilizam as redes sociais como plataforma para troca de experiências ou mesmo para desabafo, na qual exprimem suas opiniões para milhares de outras pessoas e levam para o ambiente digital e público sua intimidade e aspectos que só aqueles em seus círculos íntimos de convivência teriam acesso.

Da mesma forma, esses atos incentivam outros usuários a seguirem o mesmo caminho, uma vez que, para seus seguidores, os YouTubers se apresentam como indivíduos bastante próximos e que compartilhariam dos mesmos interesses com aqueles que os seguem, numa alusão à figura de “especialista” citada por Bauman (2001, p.77), que emerge a partir da introdução das novas tecnologias no processo comunicacional.

A próxima seção de nosso trabalho tem como principal objetivo apresentar com mais detalhes o canal Ariel Modara, criado pelo jovem catarinense — então com 21 anos — como forma de documentar seu processo de terapia hormonal a partir do momento em que ele se

descobriu transexual. Por meio de relatos bastante íntimos gravados, inicialmente, em seu quarto, ele conta como foi a percepção de sua identidade de gênero e quais os procedimentos que se seguiriam a partir dali, como consultas médicas para início do tratamento com hormônio masculino e as eventuais mudanças — físicas e psicológicas — que decorrem desses eventos.

Utilizando a Análise da Materialidade Audiovisual como método principal de verificação, buscamos, na próxima seção desta dissertação, compreender quais são as principais características desse gênero audiovisual formado pelo relato pessoal na Internet e como ele utiliza essas marcas como expressão de sua linguagem.

## 4 AS NARRATIVAS DO EU EM VÍDEO

Conforme apresentamos nos capítulos 2 e 3 desta dissertação, desde sua criação, em 2005, o YouTube passou por diversas transformações; transitando do início como repositório de vídeos caseiros enviados pelos usuários até a fase atual, com a possibilidade de criação de canais que são verdadeiras mini emissoras de TV dentro da plataforma — angariando fãs dos mais diversos segmentos ao redor do mundo.

O que temos percebido — não só como pesquisadores da comunicação, mas, sobretudo, também como usuários — é que não apenas as ferramentas para sua utilização têm sido aprimoradas; mas os usos que se fazem da plataforma são os mais diversos: desde a “simples” postagem de vídeos gravados de forma caseira ou a reprodução de conteúdos de outros meios, como TV e cinema, passando pelas produções com recursos profissionais de captação, como numa emissora de TV, e chegando — ou seria retornando? — àquelas cuja estética é mais intimista, sendo, geralmente, gravadas num ambiente doméstico e cujo relato é baseada em aspectos pessoais do YouTuber, que é o foco de nosso trabalho.

Nesta seção nos dedicamos à análise dos vídeos produzidos pelo catarinense Ariel Modara, um jovem que, em 2015, aos 21 anos de idade, criou um canal no YouTube para dividir com os espectadores um momento bastante íntimo de sua vida: sua identificação como um garoto transgênero e, posteriormente, seu processo de terapia hormonal.

Desde o início desta investigação nos sentimos instigados por essa proposta não só pela possibilidade de pensar o audiovisual e o YouTube como objetos de análise — estes que, como já mencionamos, têm sido foco de tantas outras pesquisas — na medida em que eles se mostram tão versáteis, mas, principalmente, pelo novo uso que se fez da plataforma, ao vermos um usuário da rede que também entendeu essa nova possibilidade e se utilizou dessas ferramentas para se expressar.

Em meio a esse cenário, ficamos instigados a compreender quais são as marcas dessa narrativa construída a partir do eu e como ela é apresentada sob a forma audiovisual e produzida para a Internet. Adiante, explicitaremos os resultados apurados; porém, de início, apresentaremos a metodologia utilizada neste estudo.

### 4.1 METODOLOGIA

Neste trabalho nos utilizamos de alguns métodos de pesquisa distintos com a finalidade de apresentar da melhor forma nossa proposta de compreender como é criado o

conteúdo por um indivíduo que se propõe a desenvolver uma narrativa pessoal e publicá-la no YouTube e, ainda, analisar que marcas essa história possui em sua construção. Além de ser uma abordagem pertinente à linha de pesquisa à qual estamos vinculados — Cultura, Narrativas e Produção de Sentido —, ela se mostra relevante em função de agregar dois elementos bastante comuns dentro de nossa sociedade atualmente midiaticizada: a utilização do YouTube como principal plataforma de consumo e produção audiovisual e a criação de narrativas pessoais em vídeo para divulgação na Internet.

Definida nossa abordagem, inicialmente nos propusemos a desenvolver uma seção que apresentasse a história e dinâmica de funcionamento do YouTube como o grande meio de produção audiovisual que é — capítulo apresentado como requisito para a realização do Exame de Qualificação. A partir dessa aprovação, optamos por posicionar esse texto na parte inicial de nossa investigação para que pudéssemos, também, citar o YouTube enquanto local de experimentação de novos formatos e um novo espaço para que indivíduos pudessem se expressar de forma mais independente, sem o intermédio de um grande veículo de comunicação, como era feito nas décadas passadas. Salientamos, contudo, que o próprio YouTube é atualmente também uma grande empresa com enorme influência no mundo e que, repentinamente, pode alterar suas políticas internas e comprometer a produção desses materiais.

Daí, partimos para a seleção de nosso objeto empírico. Desde a concepção deste trabalho tínhamos a intenção de analisar as características de um canal no YouTube que tivesse como foco a produção de vídeos que trouxessem os relatos pessoais como principal produção; no entanto, como este tipo de produto tem tido bastante destaque na plataforma nos últimos anos, nos deparamos com algumas opções à frente. Em função de já conhecermos o conteúdo do canal Ariel Modara e, além disso, ele ter sido criado com a finalidade de documentação de um processo extremamente pessoal — a terapia hormonal pela qual o jovem passa —, decidimos, então, por adotá-lo como nosso objeto empírico nesta dissertação.

No entanto, no momento em que o definimos como objeto de análise, o canal já estava há quase dois anos no ar e, de forma compreensível, foi se transformando no decorrer do tempo. Enquanto no início as produções se mostravam simples, com poucos recursos de edição e centradas quase exclusivamente na fala, a partir do momento em que passamos a olhar com maior frequência para o canal ele já havia ganhado novas características, como inserção de trilha sonora, vinheta de abertura e, principalmente, o próprio Ariel já havia se transformado — não só fisicamente, em função das mudanças decorridas da hormonização, que completara pouco mais de um ano e meio, mas também sua postura frente à câmera, uma vez que,

naturalmente, ele fora ganhando experiência e confiança no desempenho de sua função como produtor de conteúdo.

Para que fosse possível ter uma visão geral do que havia sido publicado até o momento de analisarmos o material em vídeo e construirmos nossas percepções, decidimos, por precaução, fazer o *download* de todo o conteúdo do canal, a fim de evitar eventuais contratemplos, como a retirada do ar de algum material que julgássemos relevantes, algum problema com o acesso ao YouTube ou até mesmo a exclusão de todo o canal Ariel Modara.

Neste momento já começávamos nossas análises, uma vez que essa investigação inicial já é entendida como método de pesquisa: a análise documental. Conforme Moreira (2005) apresenta, esta técnica costuma ser utilizada na apresentação da “história dos meios de comunicação, personagens ou períodos” (MOREIRA, 2005, p.270). A autora salienta, ainda, que “no caso da pesquisa científica, é, ao mesmo tempo, método e técnica. Método porque pressupõe o ângulo escolhido como base de uma investigação. Técnica porque é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados, como a entrevista e o questionário” (MOREIRA, 2005, p.272).

Passada a fase de definição do objeto, era o momento de selecionar o *corpus* da análise. Até aquele momento o canal já abrigava cerca de 80 vídeos publicados, o que inviabilizaria que incluíssemos todos em nossa pesquisa; da mesma forma, ainda que o conteúdo produzido seja majoritariamente baseado na experiência do próprio Ariel enquanto garoto trans, parte não atendia aos nossos quesitos de contarem com a narrativa pessoal como condutora.

Dessa forma, optamos por selecionar aqueles que julgássemos mais pertinentes à proposta das narrativas do eu em vídeo. Tanto para que fosse possível obter um panorama do que fora publicado até aquele momento de análise, quanto para perceber quais vídeos haviam sido retirados no canal, organizamos uma lista de todos aqueles que haviam sido produzidos até então, contendo os títulos dos vídeos, suas respectivas datas de publicação, a duração de cada um deles e o status na data de coleta<sup>65</sup>, sendo destacados pela cor azul aqueles removidos do canal.

---

<sup>65</sup> Definimos como data de verificação o dia 20 de julho de 2018.

Tabela 01 — Lista de vídeos originalmente publicados pelo canal Ariel Modara (continua)

	<b>Título do vídeo</b>	<b>Data de postagem</b>	<b>Duração</b>	<b>Status</b>
#01	Desabafo Inicial   DIÁRIO FTM	17/11/2015	05:25	Excluído
#02	Um pouco sobre confiança   DIÁRIO FTM	24/11/2015	04:24	Excluído
#03	Pequeno review sobre BINDER   FTM	08/12/2015	06:59	Excluído
#04	Como contei pra mãe que sou transgênero + nome   DIÁRIO FTM	31/12/2015	13:20	Publicado
#05	MEU AMIGO É TRANS   FTM   Ariel Modara	01/02/2016	05:08	Publicado
#06	EXPECTATIVAS PRÉ-T e novidades   DIÁRIO FTM	22/02/2016	07:26	Publicado
#07	Minha primeira dose de T   FTM	06/03/2016	04:58	Publicado
#08	SOBRE CABELO + fotos antigas	17/03/2016	07:18	Excluído
#09	SEGUNDA SEMANA EM T! Mais mudanças   FTM	22/03/2016	05:55	Excluído
#10	ESCOLHI MEU NOME DEFINITIVO + MÃE DE TRANS   Ariel Modara	28/03/2016	06:12	Publicado
#11	3 SEMANAS EM T! Novidades   FTM	31/03/2016	05:41	Excluído
#12	4 SEMANAS, 1 MÊS EM T! Apanhado geral	08/04/2016	04:31	Excluído
#13	CANAL CHEGOU A 1K!	14/04/2016	03:41	Publicado
#14	Como consegui minha testosterona	22/04/2016	08:24	Excluído
#15	VLOG EM SP COM A (EX) NAMORADA	01/05/2016	09:51	Excluído
#16	2 MESES EM T - Muito frio e felicidade!	04/05/2016	04:16	Publicado
#17	25 FATOS SOBRE ARIEL MODARA	26/05/2016	05:42	Publicado
#18	3 MESES EM T	03/06/2016	07:13	Publicado
#19	Lidando com a perda (minha avó faleceu)	26/06/2016	05:34	Publicado
#20	CÁPSULA DO TEMPO (Ariel Modara responderá em um ano)	29/06/2016	06:03	Publicado
#21	CRISE DA SUBJETIVIDADE PRIVA(DA)	15/07/2016	09:49	Publicado
#22	4 MESES EM TESTOSTERONA (transição homem trans)   Ariel Modara	17/07/2016	07:09	Publicado



#23	COMO É SER GAROTO TRANS NO RS feat. Winny	30/08/2016	09:10	Publicado
#24	EXPERIÊNCIAS COM NOME SOCIAL	06/09/2016	10:49	Publicado
#25	5 E 6 MESES EM T	20/09/2016	07:31	Publicado
#26	PASSABILIDADE "CIS" com Adam Franco	23/10/2016	14:04	Publicado
#27	CONTO QUE SOU HOMEM TRANS PRAS PESSOAS?	25/10/2016	08:16	Publicado
#28	7 e 8 MESES EM TESTOSTERONA (homem trans)   Ariel Modara	10/11/2016	04:13	Publicado
#29	Olhadinha nos comentários   Ariel Modara	27/11/2016	05:53	Publicado
#30	CANAL FEZ UM ANO   Ariel Modara	30/11/2016	07:43	Publicado
#31	COMO A GENTE SE CONQUISTA via SIGNOS com Guilherme Pinto	10/12/2016	06:10	Publicado
#32	9 MESES EM T (algumas mudanças psicológicas)   Ariel Modara	21/12/2016	04:55	Publicado
#33	HOMEM TRANS E MENSTRUACÃO   Ariel Modara	26/12/2016	02:32	Publicado
#34	SOU HOMEM TRANS GAY HÉTERO BI	29/12/2016	03:52	Excluído
#35	RASPEI O CABELO, VLOGZINHO DE NATAL E SOBRE ANO NOVO	31/12/2016	05:38	Excluído
#35	CONVITE A TODAS AS PESSOAS TRANS Como participar do projeto ParaleloTrans	06/01/2017	04:06	Excluído
#36	FUI E VOLTEI	25/01/2017	08:40	Excluído
#37	SOBRE TER FILHO TRANSEXUAL by Mamis Rô #VisibilidadeTrans   Ariel Modara	27/01/2017	13:33	Publicado
#38	PESSOAS TRANS SÃO PESSOAS COMO VOCÊ - ParaleloTrans #VisibilidadeTrans	29/01/2017	12:25	Excluído
#39	PERGUNTINHAS, SONINHO, DEBUT DO RAFA - AriResponde #01	04/02/2017	08:58	Excluído
#40	COMO LIDAR COM CIÚMES NA RELAÇÃO feat. Sensualise Moi	08/02/2017	14:08	Excluído
#41	A BAD SE FOI E A FEFA MODARA CHEGOU	21/03/2017	03:51	Excluído
#42	COMO PEDIR O NOME SOCIAL NA ESCOLA, UNIVERSIDADE E NA JUSTIÇA	27/03/2017	11:51	Publicado
#43	REAGINDO A VIDEOS DE QUANDO FUI MENINA TRANSIÇÃO ANTES E DEPOIS FTM	02/04/2017	10:49	Excluído
#44	VOLTAR COM A EX, NAMORAR UM BOY, MEU 2017 NO TAROT (ft. Canal Dangelo)	09/04/2017	12:51	Excluído

#45	Por que tinha parado com tratamento hormonal? + Consequências   Ariel Modara	16/04/2017	06:57	Publicado
#46	UNBOXING + REVIEW DO MEU PRIMEIRO PACKER 4x1 (Transtore FTM)	23/04/2017	10:00	Excluído
#47	IRMÃOS MODARA feat. Fefa   Ariel Modara	30/04/2017	06:47	Publicado
#48	EU SEMPRE FUI ARIEL!   Ariel Modara (homem trans)	01/05/2017	04:07	Publicado
#49	PRA QUAL PRISÃO VÃO OS TRANSEXUAIS com Alexandre Morais da Rosa	08/05/2017	09:22	Excluído
#50	HOMEM TRANS ANTES E DEPOIS (TRANSIÇÃO FTM EM FOTOS)   Ariel Modara (01 ano em T)	10/05/2017	04:30	Excluído
#51	CRUSHES, EXPECTATIVAS PERIGOSAS E INDIRETAS com Dan Bonfim	13/05/2017	13:49	Publicado
#52	TODO HOMEM TRANS TEVE PASSADO LÉSBICO	22/05/2017	03:44	Excluído
#53	REAGINDO AO MEU VÍDEO DE CÁPSULA DO TEMPO   Ariel Modara	29/05/2017	13:58	Publicado
#54	EU ERA GENDERFLUID, MAS AGORA SOU GAROTO TRANS! HELP   AriAjuda	04/06/2017	12:04	Publicado
#55	NAMORO, FACUL, FAMÍLIA, ACABA SEMESTRE! + botãozin do orgulho LGBTQ do Facebook	10/06/2017	07:22	Publicado
#56	PESSOAS TRANS TÊM ALGO A DIZER   #OrgulhoDeSer Transgênero	18/06/2017	10:00	Publicado
#57	AMORZINHO ENTRE CIS E TRANS com Guilherme Pinto	29/06/2017	13:47	Publicado
#58	MINHA FILHA TEM UM AMIGO TRANS E DAÍ?   Ariel Modara	14/07/2017	07:58	Publicado
#59	MUDEI COM A HORMONIZAÇÃO? (1 ano e 4 meses em T)   Homem Trans	21/07/2017	06:54	Publicado
#60	UM OIÊ DO MEU COTIDIANO   Ariel Modara	06/08/2017	08:49	Publicado
#61	TENHO MEDO DE VOMITAR (emetofobia)   Ariel Modara	17/08/2017	10:44	Publicado
#62	A TESTOSTERONA ME FEZ GAY IDADE PRA SER TRANS AriResponde	20/08/2017	06:19	Excluído
#63	PESSOAS QUE SUGAM ENERGIA e mais com Guilherme Pinto   Ariel Modara	31/08/2017	07:59	Publicado
#64	IVAN HOMEM TRANS GAY DA NOVELA "A FORÇA DO QUERER"   Ariel Modara	14/09/2017	06:14	Publicado
#65	CONHECI A ATRIZ CAROL DUARTE, O IVAN DE A FORÇA DO QUERER (e ela assiste meu canal!)	19/09/2017	11:19	Publicado
#66	MEU PRIMEIRO NAMORADO, ops, SEGUIDOR ft. ROLFIS	23/09/2017	07:57	Excluído

#67	VLOG #01 Rock in Rio 2017 com minha irmã FEFA ♥	24/09/2017	07:28	Publicado
#68	TRANSEXUAL NÃO PODE USAR O BANHEIRO QUE QUISER #DesconstruaEssePensamento	26/09/2017	07:06	Publicado
#69	SURTANDO COM A NOVIDADE + mini bônus especialíssimo	27/09/2017	04:22	Publicado
#70	esqueci meu amado óculos no uber.....	28/09/2017	04:14	Publicado
#71	COMO FUNCIONA O PACKER GROW-UP DA TRANSTORE	29/09/2017	03:50	Excluído
#72	TRANSGÊNEROS NA BALADA ft. ROLFIS	30/09/2017	08:49	Publicado
#73	5 COISAS QUE ME FIZERAM SUPERAR A DEPRESSÃO	08/10/2017	10:57	Excluído
#74	HISTÓRIAS DE INFÂNCIA COM MINHA MÃE   Ariel Modara [antes: "ARIEL MAMOU ATÉ TARDE (assinado mamis)"]	10/10/2017	04:51	Publicado
#75	SENTI QUE ALGUÉM ME OLHAVA	11/10/2017	05:07	Publicado
#76	COMO EU ME DESCOBRI TRANS	15/10/2017	06:23	Excluído
#77	EU NUNCA feat. CANAL DAS BEE   Ariel Modara	16/10/2017	07:52	Publicado
#78	OPINIÕES SOBRE IVAN HOMEM TRANS DE A FORÇA DO QUERER   Ariel Modara	18/10/2017	08:42	Publicado
#79	5 COISAS QUE NOS DÃO MEDO ft. RAFAEL SUPERNOK   Ariel Modara	19/10/2017	10:18	Publicado
#80	COMO FOI MINHA PRIMEIRA MENSTRUACÃO   Ariel Modara	24/10/2017	09:04	Excluído
#81	OBRIGADO JOUT JOUT POR INCLUIR HOMENS COM ÚTERO NO COPINHO MENSTRUAL   Ariel Modara	26/10/2017	08:12	Excluído
#82	PASSANDO RÍMEL NA BARBA (deu ruim rs)   Ariel Modara	27/10/2017	05:26	Publicado
#83	TUTORIAL DO MINI HANG LOOSE (brócolis) ft. Fefa Modara   Ariel Modara	28/10/2017	05:44	Publicado
#84	BRISAS DE ARIEL DOENTE   Ariel Modara	29/10/2017	03:34	Publicado
#85	PACKER GROW-UP   Minha experiência pessoal   Ariel Modara	02/11/2017	04:52	Excluído
#86	TATUEI UM UNICÓRNIO TRANS + UMA BALEIA INCRÍVEL   Ariel Modara	08/11/2017	05:25	Publicado
#87	VOU PINTAR MEU CABELO COLORIDO + TOUR pelo meu corte ft. MUNAY	24/11/2017	05:31	Publicado
#88	TOUR PELO MEU CORPO - TRANS E PÓS-OPERADO #TourPeloMeuCorpo   Ariel Modara	30/01/2018	10:39	Publicado

#89	25 FATOS SOBRE MIM ft. moção   Ariel Modara	07/04/2018	10:52	Publicado
#90	Como tá minha hormonização (2 anos), perguntas e novidades	29/04/2018	10:11	Publicado
#91	reflexões pessoais sobre a vida online	20/05/2018	08:09	Publicado
#92	MINHA NAMORADA ME MAQUIOU	25/05/2018	14:01	Publicado
#93	minha nova certidão de nascimento!	08/06/2018	06:30	Publicado
#94	VLOG #02 Pedacinhos de Ariel	11/06/2018	03:57	Publicado
#95	TRANSEXUALIDADE NÃO É DOENÇA (CID 11)	22/06/2018	08:16	Publicado
#96	MINHA IRMÃ MAIS VELHA, GI - TAG IRMÃOS	03/07/2018	08:38	Publicado

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Após o levantamento inicial do que havia sido até então publicado no YouTube, era necessário montar o *corpus* de análise. Para isso, decidimos que seria necessário incluir os três primeiros vídeos publicados ainda em 2015, já que eles possuem o mesmo formato de apresentação, foram gravados no mesmo local (um quarto) e possuem características estéticas bastante similares. A partir desse ponto, incluímos aqueles cujo tema se encaixava em nossa proposta — compreender como eram construídas as narrativas pessoais —, sem nos preocuparmos com fatores como duração do vídeo ou a montagem de uma amostra composta — o que não seria possível, uma vez que o canal não possui uma periodicidade definida.

Dessa forma, além dos três vídeos iniciais já citados — cujos temas são um primeiro desabafo sobre seu reconhecimento como garoto, o processo de construção de sua nova identidade e a análise de um produto geralmente usado por homens trans —, coletamos aqueles que representariam uma espécie de “marco” no processo de terapia hormonal que seria narrado. Reunimos, então, uma postagem no qual ele, em vídeo, relata a experiência de contar para a mãe e familiares sobre sua nova identidade, suas expectativas antes da primeira dose de testosterona, o início do processo, com a aplicação da primeira dose do hormônio masculino e alguns outros vídeos que, de certa forma, dão aos espectadores um certo tipo de retorno sobre o processo, nos quais ele avalia as mudanças — tanto físicas quanto psicológicas — que já ocorreram e um bastante específico em que ele dá sua opinião sobre um personagem trans que fez parte de uma telenovela da Rede Globo, e que ganhou destaque nos debates sociais.

Ao todo, foram selecionados 12 vídeos do canal Ariel Modara, publicados originalmente entre 17 de novembro de 2015 e 29 de abril de 2018 — este último no qual ele faz uma avaliação após dois anos de hormonização. Somados, os vídeos selecionados para análise contabilizam cerca de uma hora e meia de material audiovisual.

Tabela 02 — Lista de vídeos do canal Ariel Modara selecionados para análise (continua)

<b>Título do vídeo</b>	<b>Data de postagem</b>	<b>Duração</b>	<b>Status</b>
Desabafo Inicial   DIÁRIO FTM	17/11/2015	05:25	Excluído
Um pouco sobre confiança   DIÁRIO FTM	24/11/2015	04:24	Excluído
Pequeno review sobre BINDER   FTM	08/12/2015	06:59	Excluído
Como contei pra mãe que sou transgênero + nome   DIÁRIO FTM	31/12/2015	13:20	Publicado
EXPECTATIVAS PRÉ-T e novidades   DIÁRIO FTM	22/02/2016	07:26	Publicado
Minha primeira dose de T   FTM	06/03/2016	04:58	Publicado
Como consegui minha testosterona	22/04/2016	08:24	Excluído
MUDEI COM A HORMONIZAÇÃO? (1 ano e 4 meses em T)   Homem Trans	21/07/2017	06:54	Publicado
IVAN HOMEM TRANS GAY DA NOVELA "A FORÇA DO QUERER"   Ariel Modara	14/09/2017	06:14	Publicado
COMO EU ME DESCOBRI TRANS	15/10/2017	06:23	Excluído
TOUR PELO MEU CORPO - TRANS E PÓS-OPERADO #TourPeloMeuCorpo   Ariel Modara	30/01/2018	10:39	Publicado
Como tá minha hormonização (2 anos), perguntas e novidades	29/04/2018	10:11	Publicado

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Salientamos que, durante nosso percurso de pesquisa do objeto empírico, já em 2018, notamos que diversos vídeos foram retirados do canal, fazendo com que o espaço, que contava mais de 80 vídeos, tivesse esse número reduzido para um pouco mais de 50 produções. Isso impossibilitou a coleta de alguns dados, como endereço original dos *links*, imagem de capa e conteúdo dos comentários — ainda que possuíssemos o material audiovisual.

Essa retirada, além de fazer com que o acesso ao conteúdo original postado no YouTube fosse inviabilizado, pode acabar modificando, de alguma forma, a percepção do

panorama geral do canal, uma vez os conteúdos excluídos fornecem informações que não estão mais disponíveis.

Tabela 03 — Lista de vídeos removidos do canal “Ariel Modara” (continua)

<b>Título do vídeo</b>	<b>Data de postagem</b>	<b>Duração</b>	<b>Status</b>
Desabafo Inicial   DIÁRIO FTM	17/11/2015	05:25	Excluído
Um pouco sobre confiança   DIÁRIO FTM	24/11/2015	04:24	Excluído
Pequeno review sobre BINDER   FTM	08/12/2015	06:59	Excluído
SOBRE CABELO + fotos antigas	17/03/2016	07:18	Excluído
SEGUNDA SEMANA EM T! Mais mudanças   FTM	22/03/2016	05:55	Excluído
3 SEMANAS EM T! Novidades   FTM	31/03/2016	05:41	Excluído
4 SEMANAS, 1 MÊS EM T! Apanhado geral	08/04/2016	04:31	Excluído
Como consegui minha testosterona	22/04/2016	08:24	Excluído
VLOG EM SP COM A (EX) NAMORADA	01/05/2016	09:51	Excluído
SOU HOMEM TRANS GAY HÉTERO BI	29/12/2016	03:52	Excluído
RASPEI O CABELO, VLOGZINHO DE NATAL E SOBRE ANO NOVO	31/12/2016	05:38	Excluído
CONVITE A TODAS AS PESSOAS TRANS Como participar do projeto ParaleloTrans	06/01/2017	04:06	Excluído
FUI E VOLTEI	25/01/2017	08:40	Excluído
PESSOAS TRANS SÃO PESSOAS COMO VOCÊ - ParaleloTrans #VisibilidadeTrans	29/01/2017	12:25	Excluído
PERGUNTINHAS, SONINHO, DEBUT DO RAFA - AriResponde #01	04/02/2017	08:58	Excluído
COMO LIDAR COM CIÚMES NA RELAÇÃO feat. Sensualise Moi	08/02/2017	14:08	Excluído
A BAD SE FOI E A FEFA MODARA CHEGOU	21/03/2017	03:51	Excluído
REAGINDO A VIDEOS DE QUANDO FUI MENINA TRANSIÇÃO ANTES E DEPOIS FTM	02/04/2017	10:49	Excluído
VOLTAR COM A EX, NAMORAR UM BOY, MEU 2017 NO TAROT (ft. Canal Dangelo)	09/04/2017	12:51	Excluído
UNBOXING + REVIEW DO MEU PRIMEIRO PACKER 4x1 (Transtore FTM)	23/04/2017	10:00	Excluído

PRA QUAL PRISÃO VÃO OS TRANSEXUAIS com Alexandre Morais da Rosa	08/05/2017	09:22	Excluído
HOMEM TRANS ANTES E DEPOIS (TRANSIÇÃO FTM EM FOTOS)   Ariel Modara (01 ano em T)	10/05/2017	04:30	Excluído
TUDO HOMEM TRANS TEVE PASSADO LÉSBICO	22/05/2017	03:44	Excluído
A TESTOSTERONA ME FEZ GAY IDADE PRA SER TRANS AriResponde	20/08/2017	06:19	Excluído
MEU PRIMEIRO NAMORADO, ops, SEGUIDOR ft. ROLFIS	23/09/2017	07:57	Excluído
COMO FUNCIONA O PACKER GROW-UP DA TRANSTORE	29/09/2017	03:50	Excluído
5 COISAS QUE ME FIZERAM SUPERAR A DEPRESSÃO	08/10/2017	10:57	Excluído
COMO EU ME DESCOBRI TRANS	15/10/2017	06:23	Excluído
COMO FOI MINHA PRIMEIRA MENSTRUACÃO   Ariel Modara	24/10/2017	09:04	Excluído
OBRIGADO JOUT JOUT POR INCLUIR HOMENS COM ÚTERO NO COPINHO MENSTRUAL   Ariel Modara	26/10/2017	08:12	Excluído
PACKER GROW-UP   Minha experiência pessoal   Ariel Modara	02/11/2017	04:52	Excluído

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

O momento da escolha da metodologia de análise que melhor se adequa à proposta da pesquisa é um momento delicado, uma vez que nem sempre o método adotado contempla todos os aspectos necessários para a avaliação do material. De uma maneira geral, os métodos mais utilizados em pesquisas científicas, quando aplicados ao audiovisual, não são capazes de traduzir as diversas nuances desses materiais, uma vez que, para serem analisados, esses produtos normalmente são traduzidos nos suportes texto e imagem — no entanto, a partir da exibição de um vídeo podemos retirar diversas outras informações que não apenas seu conteúdo sonoro e imagético.

#### **4.1.1 A Análise da Materialidade Audiovisual como método de avaliação**

Pensar o audiovisual como objeto de análise requer um método que consiga retirar da melhor forma suas características principais, indo além de sua conversão no suporte textual. Ainda que, ao descrevermos uma cena, consigamos expressar os mínimos detalhes que surgem na tela, há muitos outros elementos que acabam não sendo mencionados na avaliação.

É nessa perspectiva que optamos por adotar como principal forma de avaliação neste trabalho a Análise da Materialidade Audiovisual, método inicialmente proposto por Coutinho (2016) para pensar uma nova forma de analisar o telejornalismo, que aponta que

[...] diferente do processo de produção e experimentação no telejornalismo, nessas narrativas que se tecem sobre ele, sons e imagens são apresentados em sequência, ao longo de frases e eventualmente parágrafos que buscam reconstruir/ narrar uma simultaneidade que é articulada no quadro/ frame no jornalismo audiovisual e seus espaços-tempos, agora objetos de análises. Esse(s) momento(s) não pode(m) ser recompostos na narrativa científica, tal como a conhecemos. Seria essa "tradução" uma "traição" ao texto televisivo? [...] (COUTINHO, 2016, p.10).

A autora propõe, então, a Análise da Materialidade Audiovisual como alternativa aos antigos métodos, uma vez que nele é considerado o objeto analisado como “a unidade texto+som+imagem+tempo+edição”. Essa metodologia quali-quantitativa contém diferentes procedimentos a serem seguidos com a finalidade de não apenas analisar o material audiovisual individualmente, mas, principalmente, relacioná-lo a outros elementos com os quais dialoga.

Esse método vem sendo utilizado nas pesquisas desenvolvidas pelo Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (CNPq - UFJF) e está ancorado em quatro eixos, que podem se adaptar às mais diversas questões de pesquisa ou objetos empíricos, por meio dos quais busca-se verificar: a existência de pluralidade de vozes, diversidade de temas, autonomia editorial e a narrativa audiovisual (COUTINHO; GOUVÊA, 2015)

Após identificar o objeto a ser analisado, são estabelecidos critérios de avaliação condizentes com a proposta da pesquisa, o referencial teórico e também o paratexto — em um canal do YouTube, por exemplo, pode-se incluir a seção “sobre”, na qual é colocada a promessa de conteúdos abordados naquele espaço, reações e comentários feitos por outros usuários logo abaixo da janela de cada vídeo que dialoguem com a narrativa apresentada ou a inclusão de outros canais de comunicação com o produtor do conteúdo abordado, como *links* para redes sociais (COUTINHO, 2016, p.10).

Ainda que pensado inicialmente para o telejornalismo, esse é um método que se mostra eficaz na análise de diversos materiais por não haver uma dissociação do conteúdo e relação ao meio em que ele é exibido, além de ser criada, no processo de estabelecimento dos critérios de avaliação, uma

[...] moldura da avaliação/análise a ser empreendida, já que permitiriam ao estudioso e mesmo aos leitores das narrativas resultantes de sua pesquisa, compartilharem uma espécie de contrato tácito, que poderia ser associado ao contrato de leitura conceituado por Eliseo Verón (2004) ou mesmo ao modelo da promessa audiovisual, descrito por François Jost (2007) [...] (COUTINHO, 2016, p.11).



Tomando como base a narrativa, busca-se uma análise que leve em consideração o contexto comunicacional no qual o audiovisual está inserido, a materialidade do produto, os objetivos dos participantes do ato comunicativo o contexto sociocultural e o espaço temporal citado (COUTINHO; GOUVÊA, 2015). Na análise de vídeos, este método se mostra eficaz não apenas para a análise dos arquivos em si, mas, principalmente, de outros elementos que compõem a narrativa, como os temas abordados, os personagens e os espaços e tempos exibidos nas cenas.

Tomando como objeto os vídeos postados por Ariel Modara, será possível compreender que tipos de elementos ele utiliza em suas narrativas para documentar seu processo de transição de gênero, quais temas são abordados por ele e que recursos são utilizados como parte dessa narrativa e quais personagens fazem parte dessa construção — não só eventuais participações de outras pessoas em colaboração com ele, mas, principalmente, a mudança de postura que é percebido em função do próprio processo de transformação pelo qual ele passa ao longo do tempo.

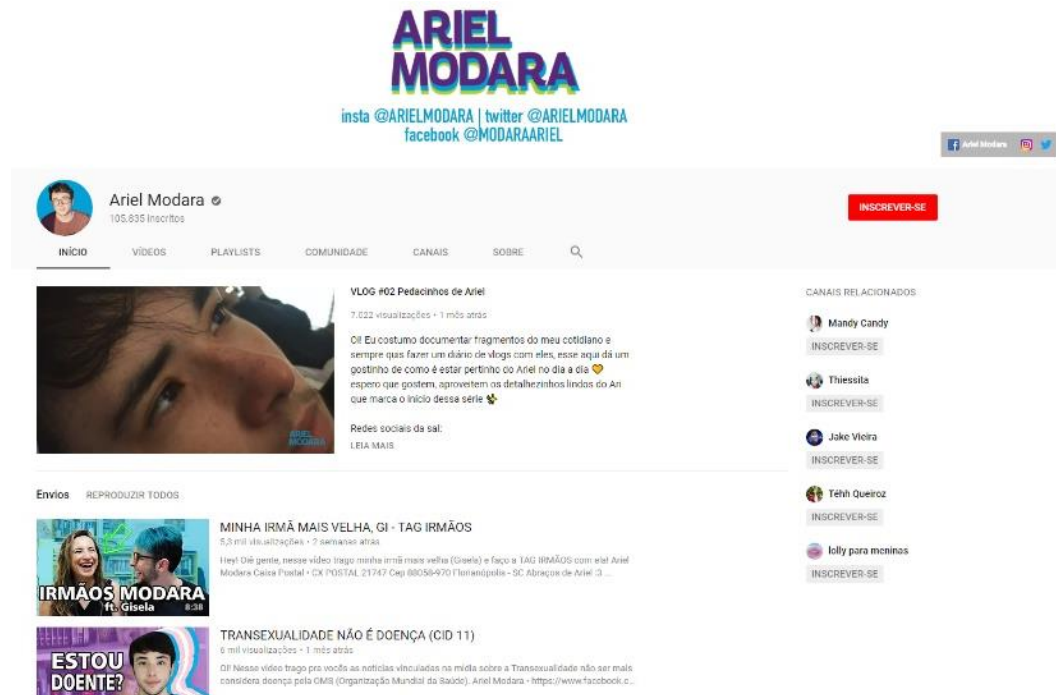
#### 4.2 COMO SE APRESENTA O CANAL “ARIEL MODARA”

Criado em 8 de novembro de 2015, de acordo com os dados disponíveis no próprio YouTube, o canal “Ariel Modara” é o principal espaço que o jovem catarinense tem na Internet para divulgação de seus vídeos — ainda que ele se utilize de outras plataformas, como Instagram, Twitter e Facebook. Ao acessarmos o YouTube<sup>66</sup>, fazemos uma busca pelo nome do YouTuber e clicamos na página encontrada, surge a página inicial do espaço, na qual há um vídeo em destaque — à escolha do próprio Ariel — e, logo em seguida, rolando a página, os envios mais recentes.

---

<sup>66</sup> A plataforma foi acessada em modo de navegação privativa para que não houvesse possíveis interferências de quaisquer tipos de algoritmos no modo como o conteúdo é exibido. Dessa forma, buscamos algo que seria a maneira “pública” de exibição do canal.

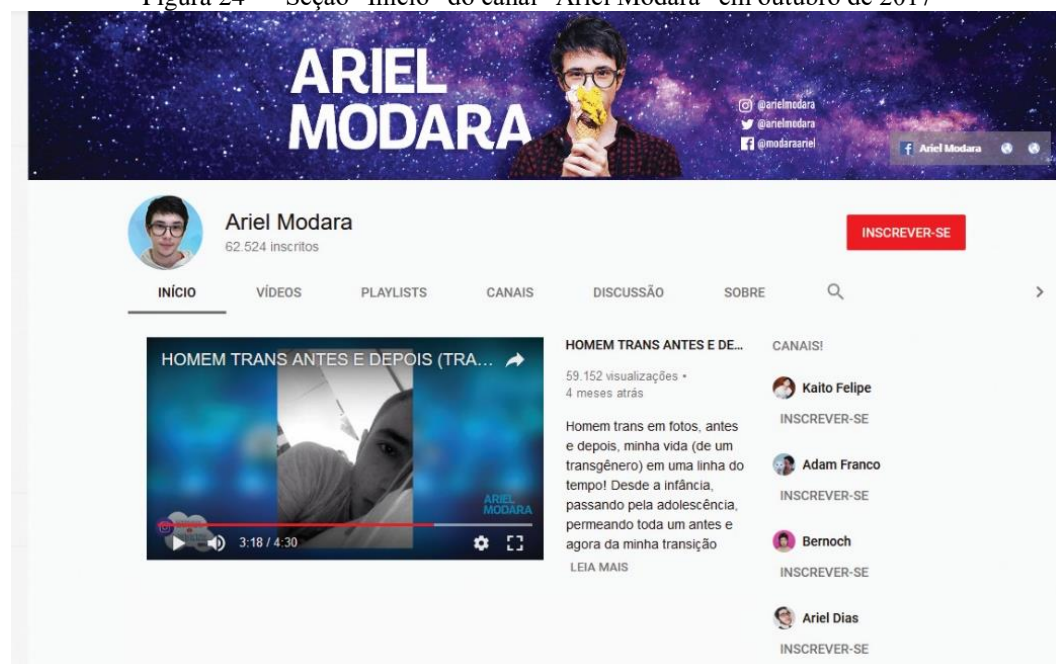
Figura 23 — Seção “Início” do canal “Ariel Modara” em julho de 2018



Fonte: YouTube (2018)

Podemos observar que anteriormente, em outubro de 2017, a página possuía um outro visual, com tons mais escuros em função de um banner roxo que predominava no topo do canal, como apresentamos na imagem a seguir; da mesma forma, é possível notar a diferença no número de inscritos do canal, que mais que dobrou ao longo dos 9 meses que separam as duas imagens.

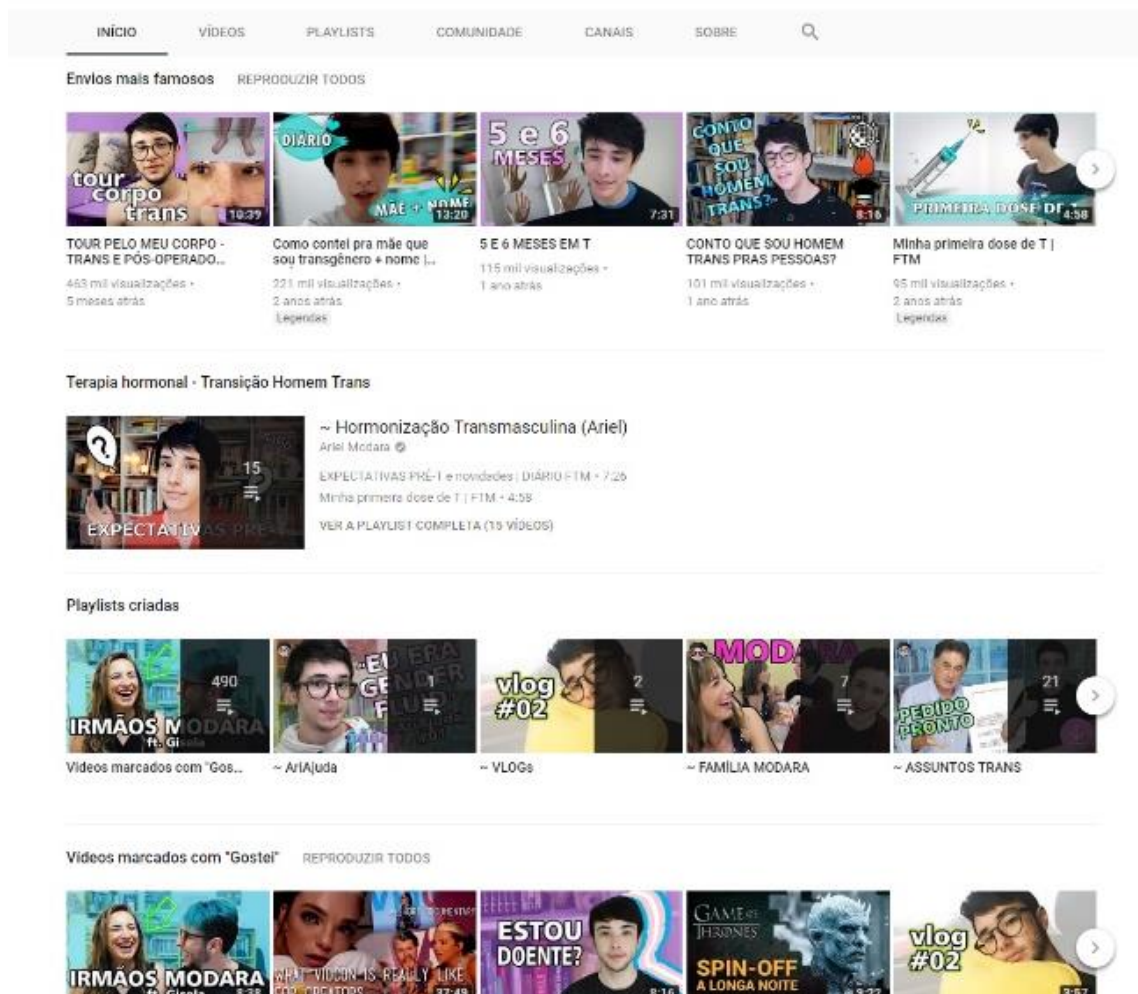
Figura 24 — Seção “Início” do canal “Ariel Modara” em outubro de 2017



Fonte: YouTube (2017)

Logo abaixo, ainda na página inicial, são exibidos os vídeos com maior número de visualizações do canal e, na sequência, algumas listas de reprodução que reúnem vídeos agrupados por temáticas semelhantes, de acordo com critérios estabelecidos pelo próprio Ariel — neste caso, há o destaque para a *playlist* “Hormonização Transmasculina (Ariel)”, que reúne em 11 vídeos<sup>67</sup> aqueles cujo tema é o processo de terapia hormonal pelo qual o YouTuber passa. No entanto, estão presentes também outras listas, como uma de *vlogs*, com dois vídeos, uma que possui sete vídeos nos quais há a participação de membros de sua família — como irmã e sua mãe — e outra, mais expressiva, que ao longo de 21 vídeos apresenta conteúdos relacionados ao cotidiano de pessoas trans, como a adoção do nome social em instituições de ensino e vídeos nos quais também há a participação de outros YouTubers trans que contam um pouco de suas experiências.

Figura 25 — Parte inferior da seção “Início” do canal “Ariel Modara” em julho de 2018



Fonte: YouTube (2018)

<sup>67</sup> Embora a lista sugira que são 15 vídeos reunidos, apenas 11 deles são públicos, com os 4 restantes classificados como privados e, portanto, indisponíveis.

Seguindo o padrão estabelecido pelo YouTube, a página é dividida em seções que atuam como menus temáticos, sendo: “Início” (a página inicial do canal), “Vídeos” (na qual são listados os conteúdos enviados pelo usuário produtor), “*Playlists*” (como a tradução do inglês sugere, “listas de reprodução”, que pode conter listas de vídeos agrupados pelo YouTuber), “Comunidade” (recurso disponibilizado a partir de 2016 por meio do qual os YouTubers podem postar conteúdos de texto e imagens em uma linha do tempo, como em uma rede social tradicional)<sup>68</sup>, “Canais” (espaço que pode conter sugestões de outros produtores que o dono do canal julgue interessantes) e “Sobre” (seção na qual estão as principais informações do canal, como a data de sua criação, o número total de visualizações, endereços para contato e um espaço para que seja feita uma descrição do canal). O canal Ariel Modara, em julho de 2018<sup>69</sup>, possuía a seguinte descrição:

Oie! Um dos objetivos do canal é eu poder desabafar/contar tudo que possa estar relacionado ao processo de transição FTM. Isso inclui qualquer detalhe sobre qualquer coisa, como por exemplo genderfluid (genero fluido), packers, antes e depois, visibilidade de ser e até coisas como cabelo, porque o tempo todo eu estou relacionando minha vida com o fato de ter resgatado/me dado conta de que sou transgênero. O outro objetivo é, simplesmente, falar o que eu quiser. Você também pode encontrar na minha playlists os feats que fiz com, por exemplo, Hugo Nasck, Adam Franco, Federico Devito, Bernardo Enoch, entre outros.  
 Todo mundo possui uma vivência diferente.  
 Orgulho de ser trans.  
 Ariel Modara  
 CX POSTAL 21747  
 Cep: 88058-970  
 Florianópolis – SC (MODARA, 2018)

Também na seção “Sobre” é possível encontrar *links* para outros meios de contato com o jovem, como seus perfis no Instagram<sup>70</sup> e Twitter<sup>71</sup>, além de uma página no Facebook<sup>72</sup>. Também pode ser percebida na lateral direita da página uma lista de canais com perfil semelhante sugerida pelo YouTube, uma vez que a plataforma entende que possa haver uma identificação com os temas apresentados ali.

<sup>68</sup> Para outras informações sobre as funcionalidades da seção “Comunidade”, consultar <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/09/youtube-lanca-nova-area-de-rede-social-conheca-comunidade.html>>. Acesso: 20 jul. 2018.

<sup>69</sup> Texto extraído no dia 20 de julho de 2018.

<sup>70</sup> Disponível em <<https://www.instagram.com/arielmodara/>>. Acesso: 20 jul. 2018.

<sup>71</sup> Disponível em <<https://twitter.com/arielmodara>>. Acesso: 20 jul. 2018

<sup>72</sup> Disponível em <<https://www.facebook.com/ModaraAriel/>>. Acesso: 20 jul. 2018.

Figura 26 — Seção “Sobre” do canal “Ariel Modara”

The screenshot shows the 'About' page of the YouTube channel 'Ariel Modara'. At the top, there is a profile picture of Ariel Modara, the channel name, and the subscriber count '105.673 inscritos'. A red 'INSCREVER-SE' button is visible in the top right corner. Below the header, there are navigation tabs for 'INICIO', 'VIDEOS', 'PLAYLISTS', 'COMUNIDADE', 'CANAIS', and 'SOBRE', with 'SOBRE' being the active tab. A search icon is also present.

The main content area is divided into three columns:

- Descrição:** Contains a paragraph about the channel's goals related to the trans process, followed by a short bio and contact information: 'Ariel Modara, CX POSTAL 21747, Cep: 88058-970, Florianópolis - SC'.
- Estatísticas:** Shows 'Inscreveu-se em 8 de nov de 2015' and '3.197.118 visualizações'.
- CANAIS RELACIONADOS:** Lists related channels with 'INSCREVER-SE' buttons: Mandy Candy, Thiessita, Jake Vieira, Têh Queiroz, and lolly para meninas.

Below the description, there are sections for 'Detalhes' (with a 'VER ENDEREÇO DE E-MAIL' button), 'Local' (Brazil), and 'Links' (Ariel Modara, Instagram, Twitter).

Fonte: YouTube (2018)

É interessante para nós, a partir dos princípios da Análise da Materialidade Audiovisual, olhar a seção “Sobre” como parte integrante de uma comunicação televisual que se estabelece dentro do canal e como essa aba se relaciona com o modelo de promessa entre emissor e receptor proposto por Jost (2004), em oposição ao modelo de contrato. Para o autor, este modelo define um acordo no qual emissor e receptor reconhecem a comunicação existente entre eles e a estabelecem por razões compartilhadas. No entanto, ele critica esse modelo de contrato nas produções televisivas em função de a relação emissor/receptor se dar somente no momento da exibição, que comportaria um acordo bilateral entre o produtor de conteúdo e o telespectador.

Já no modelo de promessa, Jost (2004, p. 18) define que os gêneros audiovisuais são interfaces que ligam produtor e telespectador, contendo duas possibilidades de promessas: ontológica, na qual o autor cita uma transmissão ao vivo que carregaria uma promessa de maior autenticidade em relação a qualquer conteúdo pré-gravado; e uma promessa pragmática, que seriam aquelas já estabelecidas e vinculadas às atrações, como os gêneros atribuídos aos diversos tipos de programas.

Em linhas gerais, o autor sugere que a análise de programas televisivos — e ampliamos essa proposta a outros produtos audiovisuais, como vídeos no YouTube — não seja

realizada estritamente baseada na emissão do conteúdo, mas de forma paralela com o que se fala sobre ele e o contexto no qual ele se insere (JOST, 2004, p. 16-18).

Diferentemente de outros canais que se propõem a profissionalizar suas rotinas de produção adotando padrões comuns a grandes veículos, como o estabelecimento de grade de horários e regularidade na exibição de conteúdos, o canal “Ariel Modara” não possui uma periodicidade de inserção de material definida, uma vez que os vídeos são publicados de acordo com o desejo do criador. De acordo com nosso recorte, entre os vídeos mais recentes, observamos que o último fora postado em 3 de julho de 2018, enquanto o penúltimo tem a data de 22 de junho — 11 dias antes, mesmo intervalo de tempo do antepenúltimo, com data de 11 de junho.

Considerando os vídeos retirados do ar — de acordo com nosso levantamento — o canal havia publicado, até 20 de julho de 2018, 96 vídeos, que contabilizam mais de 12 horas de conteúdo produzido, entre novembro de 2015 e julho de 2018. Em 2015 foram 4 vídeos publicados; em 2016, 31. Em 2017 o número saltou para 53 publicações, enquanto até 3 de julho de 2018 haviam sido produzidos 8 vídeos.

A média de duração dos vídeos varia, mas geralmente não costuma ultrapassar os 10 minutos, salvo algumas exceções. O número de visualizações dos vídeos também segue uma média, que gira em torno de 30 a 40 mil acessos. O que se percebe é que os vídeos que fazem parte da *playlist* sobre a terapia hormonal do jovem registram um número maior de engajamento, contabilizando, na data de análise, cerca de 220 mil visualizações.

Figura 27 — Playlist “Hormonização Transmasculina (Ariel)” do canal “Ariel Modara”

~ Hormonização Transmasculina (Ariel)

15 vídeos • 11.416 visualizações • Última atualização em 20 de jun de 2018

Ariel Modara [INSCREVER-SE](#)

- 1 EXPECTATIVAS PRÉ-T e novidades | DIÁRIO FTM | Ariel Modara | 7:26
- 2 Minha primeira dose de T | FTM | Ariel Modara | 4:58
- 3 2 MESES EM T - Muito frio e felicidade! | Ariel Modara | 4:16
- 4 3 MESES EM T | Ariel Modara | 7:13
- 5 4 MESES EM TESTOSTERONA (transição homem trans) | Ariel Modara | 7:09
- 6 5 e 6 MESES EM T | Ariel Modara | 7:31
- 7 7 e 8 MESES EM TESTOSTERONA (homem trans) | Ariel Modara | 4:13
- 8 9 MESES EM T (algumas mudanças psicológicas) | Ariel Modara | 4:55
- 9 Por que tinha parado com tratamento hormonal? + Consequências | Ariel Modara | 6:57
- 10 MUDEI? COM A HORMONIZAÇÃO? (1 ano e 4 meses em T) | Homem Trans | Ariel Modara | 6:54
- 11 Como tá minha hormonização (2 anos), perguntas e novidades | Ariel Modara | 10:11

Fonte: YouTube (2018)

Os temas abordados em vídeo pelo jovem, ainda que permeiem o universo LGBT, são os mais diversos, entre os quais podemos observar algumas *tags* — tipo de vídeos populares no YouTube que são caracterizados pela proposta de os YouTubers realizarem determinada tarefa de acordo com o tema da ação, como responder 25 fatos sobre si mesmos ou listar, em uma brincadeira com outra pessoa, situações para que, juntamente, com o outro jogador, revelem que já a vivenciaram ou não, conhecida como a brincadeira do “Eu Nunca”.

Embora a grande maioria do material audiovisual produzido por Ariel nos seja interessante como objeto para análise, diante de suas características narrativas a partir da utilização de seus relatos como forma de expressão, são aqueles que se propõem a relatar seu processo de terapia hormonal que se mostram mais relevantes, uma vez que desejamos compreender como uma narrativa tão pessoal é utilizada em um meio — aparentemente — tão público como é a Internet.

### 4.3 ABRINDO O DIÁRIO COMPARTILHADO DE ARIEL

A partir do momento em que selecionamos nossa amostra para análise, é fundamental, de acordo com as premissas da Análise da Materialidade Audiovisual, estabelecer eixos de avaliação que atuam como parâmetros que serão constantemente observados no decorrer da investigação. Para este presente trabalho, selecionamos aqueles que acreditávamos que seriam os mais relevantes de acordo com a proposta de compreender a narrativa pessoal: os eixos de personagem, tema, cenário e lição moral implicada — em diálogo com a dramaturgia do telejornalismo (COUTINHO, 2012). Da mesma forma que a análise em si desses parâmetros é feita, estes nos indicam que tipo de promessa é feita a partir das postagens do canal — e se são cumpridas ou não.

O primeiro vídeo postado no canal, publicado originalmente em 17 de novembro de 2015, é intitulado “Desabafo Inicial | DIÁRIO FTM”<sup>73</sup> e apresenta as primeiras percepções de Ariel enquanto um garoto trans — FTM é uma sigla em inglês que significa “*Female To Male*”, “Feminino Para Masculino”, em tradução livre, e é atribuído àqueles indivíduos que transicionam do gênero feminino para o masculino (da mesma forma, o acrônimo “MTF”, “*Male To Female*” é indicado para os que fazem o processo do masculino para o feminino).

Gravado em um quarto, o vídeo, de pouco mais de 5 minutos, é totalmente ancorado em seus relatos, com diversas pausas reflexivas ao longo da fala e, muitas vezes, destacadas pelo efeito da imagem em preto e branco — o que acaba por reforçar o tom de improvisado, dando a percepção de que o texto está sendo dito no momento de sua criação, como se houvesse pouca preparação para aquela exposição.

O primeiro contato que o espectador tem com o vídeo é a frase “esse vídeo vai ser longo e a Amanda querida vai editar depois; vai editar as coisas que não são importantes” dita em som ambiente, que já imprime um pouco o tom do que está por vir. Após um breve momento de uma trilha instrumental incidindo sobre imagens em preto e branco que funciona como uma espécie de vinheta de abertura, o vídeo se inicia com o YouTuber afirmando que “não tá (*sic*) sendo um dia fácil. Eu tive várias questões em que eu refleti na família. São questões delicadas que eu ainda não sei como vai reagir [...]. Hoje a Amanda contou para uma amiga nossa de mim [enquanto faz um gesto apontando para si mesmo] e foi muito legal”!

---

<sup>73</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=qaoZYngXDPA>>



Logo nesse começo percebemos que se trata de um jovem não só intimidado pela presença da câmera, mas também pelo assunto tratado por ele, que faz diversas pausas de reflexão como se estivesse construindo seu pensamento naquele momento de fala.

Figura 28 — Frame do vídeo “Desabafo Inicial | DIÁRIO FTM”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

O ambiente do vídeo também contribui para a atmosfera intimista, já que a câmera permanece estática registrando o jovem e, no plano posterior, um quarto que certamente estaria sendo utilizado momentos antes — no qual se notam objetos espalhados pela mesa de trabalho e um notebook ligado exibindo uma tela ativa. Uma marca característica deste vídeo em particular é o destaque dado às pausas de fala, comuns em um relato oral, mas que ganham outra dimensão quando inseridas na narrativa audiovisual, uma vez que o silêncio, quando levado às telas, ganha uma outra dimensão que a mera ausência de som.

Neste vídeo, essas pausas na trilha de áudio são utilizadas com o apoio de imagens de bocejo ou olhares para além do quadro da câmera, reforçando a sensação, para quem o assiste, de que o material está sendo exibido como fora captado, com suas características originais de tempo de fala.

A narrativa, construída de forma tímida e sem se preocupar com uma certa linearidade, vai se desenrolando com o jovem — que neste momento é identificado como Adam — relatando situações nas quais ele expõe sua identidade para amigos próximos e as reações diante da revelação.

Figura 29 — Momentos de pausa em preto e branco do vídeo “Desabafo Inicial | DIÁRIO FTM”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Há um momento em que ele expõe ao espectador a forma como este material fora concebido, revelando que não saberia se o deixaria disponibilizado em modo público ou privado, tendo optado mantê-lo com acesso restrito até o ponto em que fora divulgado — em determinado momento, por volta do segundo minuto de duração, ele acrescenta que “este vídeo é uma forma de fazer terapia” e que até então poucas pessoas teriam acesso ao material.

Já encaminhando para a finalização do material, a partir do terceiro dos cinco minutos do vídeo, o tom da narrativa muda de um desabafo angustiado para quase uma afirmação de esperança, na qual ele reforça que as mudanças que viriam seriam “necessárias” e que “a vida é curta demais para ser infeliz”, na qual ele teria a chance de mudar para o que ele é, sem medo ou recuar.

Reforçando essa virada narrativa, o YouTuber afirma, um pouco mais confortável com a câmera e com suas palavras, que “as mudanças que ocorrerão daqui para frente, boas ou ruins, são necessárias. Tem que ter coragem. E não é fácil ter coragem. Eu já vacilei aqui um pouquinho”, reiterando seu percurso naquele dia em que o vídeo fora gravado, no qual ele contara para algumas pessoas sobre sua nova identidade e como foram suas reações. Ao final, ele conclui que “o negócio é ser feliz” e que, em sua visão, a recepção positiva das pessoas viria em função do fato de haver a compreensão, não se importando com eventuais críticas.

No segundo vídeo publicado pelo jovem, em 24 de novembro de 2015, cujo título é “Um pouco sobre confiança | DIÁRIO FTM”<sup>74</sup>, ele, que aparenta estar muito mais à vontade

<sup>74</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=XThG0z43qOk>>.

com a presença da câmera e com a tarefa de gravar um vídeo, já afirma no início que fizera um roteiro e que o tema apresentado seria o de “autoconfiança e confiança nos outros”. Ele afirma que os últimos dias — provavelmente entre a gravação do primeiro vídeo de desabafo e este — não haviam sido fáceis, mas que recebera apoio e que seus próprios vídeos o ajudavam a enfrentar os desafios, já que os assistir e escutar as palavras ditas por ele mesmo o motivavam; além disso, os vídeos iniciais, antes privados, foram disponibilizados em modo público.

Figura 30 — Frame do vídeo “Um pouco sobre confiança | DIÁRIO FTM”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Mais descontraído, o jovem utiliza como ponto de partida de seu relato um dia de compras no shopping, no qual ele fora em busca de novas peças de roupas que expressassem seu novo momento de vida. Visivelmente mais confiante, como o título sugere, e sem as interferências de edição que reforçavam as pausas como no vídeo anterior, ele faz um balanço das informações que reunira até aquele momento e faz uma declaração um tanto quanto forte, que define a sensação que sentia até aquele ponto: “eu sentia que eu estava vivendo uma vida que era minha; e que eu achava que era minha. E agora é como se eu tivesse acordado da névoa que tava nos meus olhos. E eu tô muito feliz. Tô bem feliz mesmo”!

É interessante o momento em que ele aponta a importância que vídeos publicados na Internet tiveram em seu processo de afirmação, sendo possível observar situações semelhantes vividas por outras pessoas e ter uma ideia de como agir naquele momento pelo qual estava passando.

De forma semelhante como fizera no vídeo inaugural, os momentos finais do vídeo são utilizados para reforçar seu pensamento de que as críticas (fossem elas à sua identificação como homem transgênero ou ao processo de transição) viriam e que, pare ele, seriam irrelevantes diante de seu desejo e certeza em continuar sua jornada.

No mês seguinte, em 8 de dezembro de 2015, o vídeo “Pequeno review sobre BINDER | FTM” já apresenta algumas mudanças em relação aos dois anteriores audiovisuais publicados. Pela primeira vez são utilizados recursos que alteram a narrativa para um formato diferente do simples relato diante de uma câmera. Neste vídeo é feita uma apresentação do *binder*, uma peça de vestuário semelhante a um sutiã de compressão utilizado por alguns homens trans sob a roupa com a finalidade de reduzir o aspecto visível dos seios.

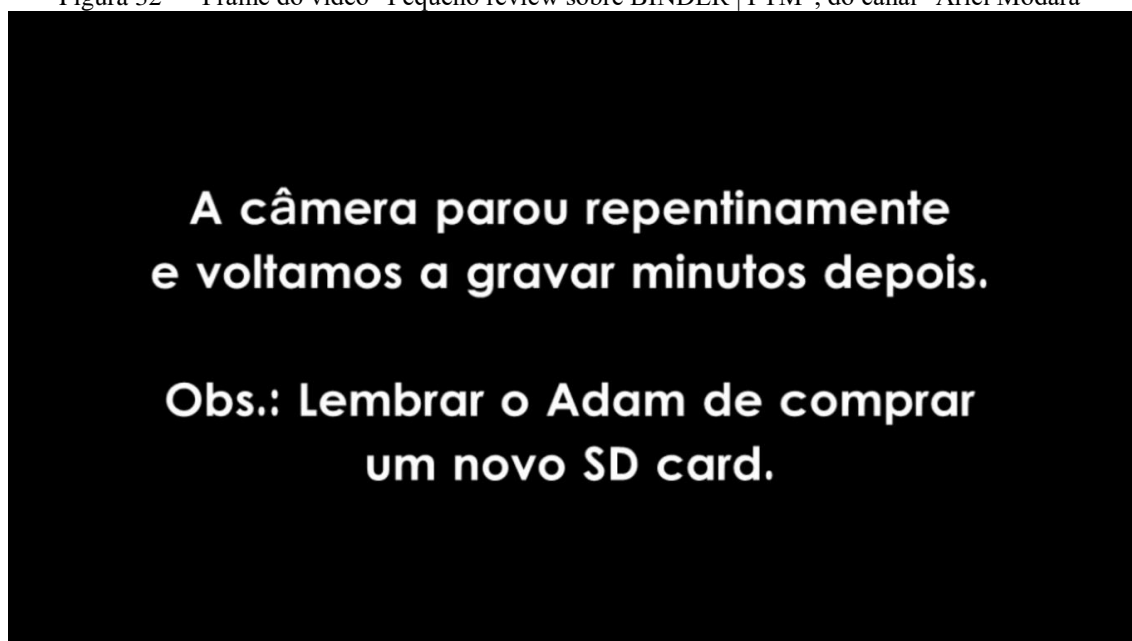
Figura 31 — Frame do vídeo “Pequeno review sobre BINDER | FTM”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Ainda que, durante a edição do material, haja a inserção dos trechos em preto e branco que atuam como momentos de transição na narrativa, aos olhos do espectador ela parece mais ágil, uma vez que não existem muitas pausas de reflexão ou momentos de silêncio do YouTuber — parte dos momentos em que o jovem não está falando com seu público é aquela em que ele interage diretamente com Amanda, sua namorada na época — responsável pela captação das imagens e que, em determinado momento, se faz presente de forma mais ativa ao interpelar Ariel (na época, identificado como Adam) durante as gravações ou a partir do ponto em que ela assume a apresentação do produto quando este já é vestido pelo garoto — da mesma forma, há um trecho em que ela, na edição, insere um texto como espécie de lembrete ao YouTuber, se fazendo presente na narrativa.

Figura 32 — Frame do vídeo “Pequeno review sobre BINDER | FTM”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Embora ele ainda se apresente como um garoto tímido diante da câmera, sua postura em relação aos dois primeiros vídeos é, sem dúvida, mais à vontade; não utilizando roteiros visíveis ao espectador ou ainda se mostrando desconfortável com a rotina de gravação — tanto que, no início, ao se apresentar ao público com um “oi”, já esboça algum tipo de bordão; que mais tarde se transformaria em seu “oiê” característico.

O último vídeo publicado pelo jovem em 2015, no dia 31 de dezembro, já apresenta algumas características narrativas interessantes para nossa observação e que, guardadas as proporções, se mantiveram ao longo da existência do canal: a preocupação de se produzir uma imagem de capa de vídeo personalizada — em contraponto àquela gerada automaticamente pelo YouTube — e a adoção de uma trilha sonora para substituir o som ambiente, ainda que esta seja utilizada em um curto momento.

O material, intitulado “Como contei pra mãe que sou transgênero + nome”<sup>75</sup>, tem uma estrutura diferente da até então apresentada: no início o espectador é apresentado a um formato bem característico de *vlogs*, com a câmera posicionada nas mãos do YouTuber (com as especificidades do gênero, como imagem tremida ou foco irregular), enquanto que, a partir de um momento, ele a posiciona de forma estática e mantém o formato de relato.

<sup>75</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=PePgpLGJwI>>.

Figura 33 — Imagem de capa do vídeo “Como contei pra mãe que sou transgênero + nome | FTM”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Ao longo dos mais de 13 minutos, ele ilustra como foi o momento de revelar para a mãe sua nova identidade, de forma semelhante à qual ele vinha produzindo seus vídeos. No entanto, já se nota uma aproximação no quadro de câmera — indicando uma possível aproximação entre o jovem com seu público — e uma maior desenvoltura na apresentação do vídeo, com expressões corporais mais soltas e uma edição mais rápida, sem muitas pausas de fala. De forma geral, podemos afirmar que esse é um vídeo que já se aproxima de um certo “padrão” observado em produções semelhantes presentes no YouTube, nos quais existe uma preocupação de desenvolvimento narrativo — com início, meio e fim do fluxo de pensamento.

Figura 34 — Frame do vídeo “Como contei pra mãe que sou transgênero + nome | FTM”, do canal Ariel Modara



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

No caso deste vídeo, notamos que o início, ainda que breve, se dá pela apresentação inicial bem típica de alguns canais, com o YouTuber bastante animado convidando seus inscritos a acompanharem o desenrolar do vídeo, seguido pelo desenvolvimento da história de se abrir para os pais e culminando no segundo tópico discutido na publicação: que nome ele iria adotar dali para frente, assunto que gera certa curiosidade entre as pessoas.

A partir desse vídeo é percebido um hiato na produção e o próximo só seria publicado 2 meses mais tarde, no início de fevereiro de 2016. Desta forma, o próximo vídeo selecionado, “EXPECTATIVAS PRÉ-T e novidades | DIÁRIO FTM”<sup>76</sup>, com data de 22 de fevereiro de 2016, já apresenta algumas marcas que seriam recorrentes nos vídeos seguintes, como as transformações físicas e psicológicas que o YouTuber viria a acompanhar, como a mudança nos cabelos, na voz, crescimento de pelos e eventuais alterações no humor e personalidade que poderiam surgir a partir da terapia com testosterona.

Além de apresentar suas principais expectativas diante do início da utilização do hormônio masculino, ele faz um breve resumo dos passos que tomara até aquele momento para dar início ao tratamento, como a obtenção de receita médica e menção a exames laboratoriais. No entanto, há um momento bastante interessante, ainda que breve, a partir do minuto 02:25, em que ele faz uma observação a seus seguidores: “gente, vocês já perceberam que vocês estão assistindo a alguém que não vai mais existir fisicamente como eu existo hoje? ”, apontando para o fato de que, inevitavelmente, aquele seria o início de um processo de mudança e que aquela pessoa diante da câmera contando sua história não se apresentaria daquela maneira por muito tempo.

---

<sup>76</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=hz0xNwMfhh8>>.

Figura 35 — Capa do vídeo “EXPECTATIVAS PRÉ-T e novidades | DIÁRIO FTM”, do canal Ariel Modara



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Ainda que não haja um convite formal, de alguma forma ele instiga o espectador a também acompanhar as mudanças pelas quais ele passará, fazendo com que a partir desse vídeo se estabeleça um vínculo com aqueles que seguem sua rotina, uma vez que os elementos de transformação citados por ele como principais em sua observação se tornariam constantes nos vídeos em que ele se propõe a relatar o progresso de sua terapia.

Dividindo com o público o que seria, talvez, o momento mais íntimo de todos, no vídeo “Minha primeira dose de T | FTM”<sup>77</sup>, de 22 de fevereiro de 2016, ele não só resgata algumas expectativas diante do início do tratamento e algumas dificuldades de última hora, mas, principalmente, leva o espectador até o momento-chave de todo o propósito do canal: a aplicação, de fato, da primeira dose de testosterona que mudaria sua vida dali em diante.

<sup>77</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=w-LhqIOWZnQ>>.



Figura 36 — Imagem de capa do vídeo “Minha primeira dose de T | FTM”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

O vídeo, com quase 5 minutos de duração, tem um início bastante neutro e bucólico, com imagens intercaladas do jovem diante de uma paisagem no campo e trechos em que ele manipula a medicação. Após quase um minuto após o início, ele relata para a câmera os passos tomados até então para providenciar sua primeira dose de testosterona e alguns ajustes de última hora que inviabilizaram sua aplicação na data desejada, como também uma pequena introdução que ele faz ao momento de aplicação. A partir desse ponto, no minuto 02:40, surge uma trilha instrumental que acompanha o restante do vídeo enquanto é exibido o momento dos preparativos e aplicação do hormônio masculino.

Figura 37 — Frame do vídeo “Minha primeira dose de T | FTM”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Ao final, novamente no cenário do campo, o YouTuber, ainda que permaneça em silêncio, se despede do público e surge na tela um crédito indicando que o tema do vídeo seguinte seria os primeiros efeitos da testosterona. É interessante observar como a narrativa desse vídeo em especial foi construída, optando-se pela trilha como parte de uma história a ser contada e pela ausência de muito diálogo — talvez pelo tom de mudança por vir ou por marcar um momento bastante desejado pelo jovem, a música incidental tenha sido utilizada como elemento que remeta ao subjetivo e, principalmente, ao final, dê quase um tom de esperança ao complementar as imagens fortes de aplicação da medicação.

A partir desse vídeo, periodicamente, ele começa a publicar atualizações de sua rotina diante da terapia hormonal, apresentando quais mudanças percebe de acordo com o passar do tempo, como espessamento dos fios de cabelo, engrossamento da voz e eventuais alterações de humor — ainda que esses vídeos iniciais sejam interessantes para nossa observação, optamos por não utilizá-los neste *corpus* em função de, meses depois, Ariel produzir um novo vídeo fazendo um balanço geral do que havia mudado com um tempo maior de terapia hormonal.

Dois meses após a publicação do vídeo com a aplicação da testosterona, em 22 de abril de 2016, o jovem publica o vídeo “Como consegui minha testosterona”<sup>78</sup>, no qual ele, já adotando o nome Ariel e de aparência bastante diferente — apresentando as primeiras alterações de voz comuns na puberdade de homens cisgêneros<sup>79</sup> — relata os passos percorridos para a obtenção de sua receita do hormônio em sua cidade, Florianópolis.

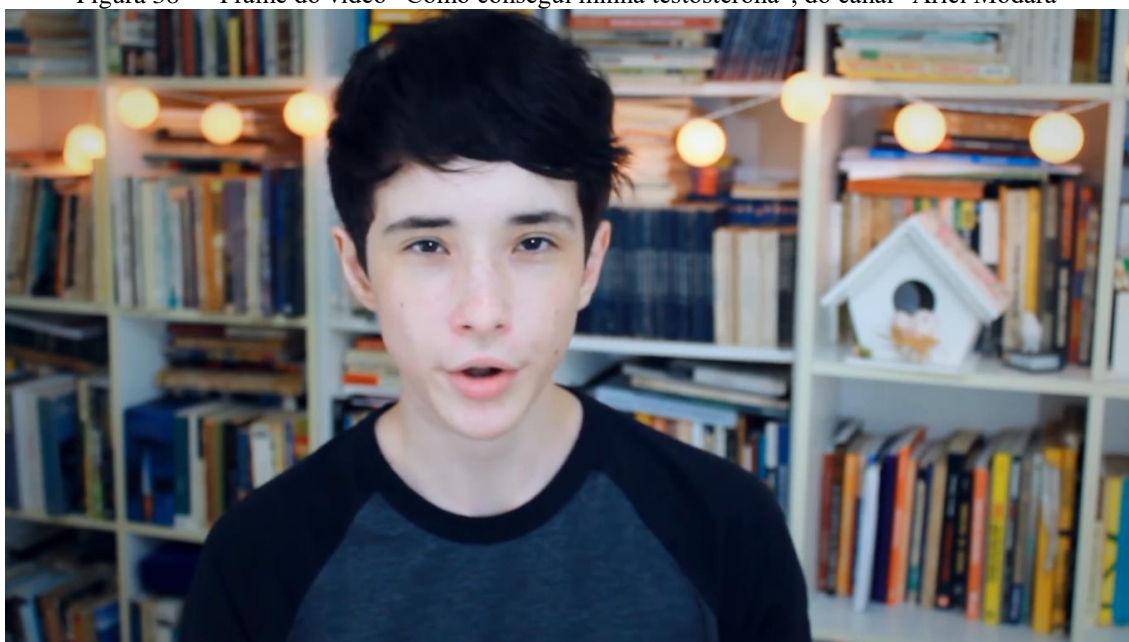
Gravado em um cenário diferente, na casa de seus pais e com uma extensa estante ao fundo, o jovem já se apresenta bem mais desenvolvido que nos vídeos anteriores adotando uma postura típica de aparente conforto diante da câmera, além de se preocupar na criação de um ambiente para a gravação dos vídeos, utilizando luzes decorativas que complementam o quadro.

---

<sup>78</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=VdWuOIsFvvs>>.

<sup>79</sup> Termo que identifica indivíduos que se apresentam ao mundo e se identificam com seus gêneros biológicos. Para outras informações, consultar <<https://www.youtube.com/watch?v=VdWuOIsFvvs>>. Acesso: 25 jul. 2018.

Figura 38 — Frame do vídeo “Como consegui minha testosterona”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Este é, também, um vídeo no qual há a presença de uma trilha sonora alegre que dá o tom da narrativa e confere um certo cuidado com o produto final apresentado — muitas vezes elementos sonoros indesejados, como o eco do ambiente ou a captação falha do áudio, em vídeos para o YouTube, sejam tidos pelos usuários como falta de cuidado com os espectadores e fator para desistência da fruição do conteúdo, bem como a falta de qualidade na captação das imagens.

De uma forma geral, boa parte dos vídeos publicados no canal Ariel Modara em 2017 foi de atualizações de sua terapia hormonal, com publicações — geralmente mensais — tratando especificamente do tema, apresentando as mudanças ocorridas com os principais elementos observados por ele, como mudança nos cabelos, crescimento de pelos pelo corpo e a mudança no tom de voz, apontada como mais desejada. Nesse período também foram produzidos conteúdos sobre aspectos legais da transição, como formas de se obter o direito de utilização do nome social<sup>80</sup> em instituições de ensino ou suas experiências enquanto homem trans a partir de vídeos colaborativos com outras pessoas, como o também YouTuber trans paulista Adam Franco<sup>81</sup> e um amigo pessoal, que compartilha sua vivência enquanto transgênero vivendo em um ambiente machista.

<sup>80</sup> Para mais informações, consultar <<http://portal.mec.gov.br/ultimas-noticias/211-218175739/59221-resolucao-que-autoriza-uso-de-nome-social-de-travestis-e-transexuais-e-homologada-pelo-mec>>. Acesso: 20 jul. 2018.

<sup>81</sup> YouTuber e criador do canal Adam Franco. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCNP9Qg69W3tyMt9IH7YAdwQ>>. Acesso: 21 jul. 2018.

No entanto, pouco mais de um ano depois, em 21 de julho de 2017, Ariel publica o vídeo “MUDEI COM A HORMONIZAÇÃO? (1 ano e 4 meses em T) | Homem Trans”<sup>82</sup>, no qual ele, já bastante confortável na função de produtor de conteúdo para a Internet e utilizando de diversos recursos complementares em seus vídeos, como trilha sonora e inserção de elementos visuais para dar ênfase em trechos de sua fala, apresenta as principais transformações notadas em seu processo de terapia hormonal.

Figura 39 — Imagem de capa do vídeo “MUDEI COM A HORMONIZAÇÃO? (1 ano e 4 meses em T) | Homem Trans”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Em quase 7 minutos de vídeo ele faz uma espécie de resumo das principais transformações de acordo com o modelo que vinha seguindo até o momento: mudanças físicas e, em seguida, psicológicas — ele cita o crescimento de barba, mudanças em sua estrutura corporal em função do alargamento de seu tronco, apresenta alguns trechos de vídeos antigos para a comparação de voz e aparência e as mudanças de humor e na forma de lidar com comentários desagradáveis e como lida com a realização de tarefas cotidianas.

<sup>82</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=ODHel2HpC08>>.

Figura 40 — Frame do vídeo “MUDEI COM A HORMONIZAÇÃO? (1 ano e 4 meses em T) | Homem Trans”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Ainda que as mudanças físicas sejam evidentes nesse vídeo, assim como o cuidado estético que Ariel possui com a produção de seu conteúdo, é a mudança na postura do jovem que chama mais atenção — bastante diferente dos primeiros vídeos, em que ele, inseguro e tímido diante das câmeras e de seu próprio relato, se apresenta ao público — e faz com que a utilização da Análise da Materialidade Audiovisual se mostre um método eficaz na avaliação de produtos audiovisuais, uma vez que elementos que se encontram fora da narrativa principal analisada passam a contar na percepção do todo observado.

Essa mudança na postura de Ariel enquanto jovem transgênero e produtor de conteúdo fica evidente no vídeo “IVAN HOMEM TRANS DE A FORÇA DO QUERER | Ariel Modara”<sup>83</sup>, publicado em 14 de setembro de 2017 a partir da exibição da telenovela “A Força do Querer”<sup>84</sup>, escrita por Glória Perez e levada ao ar pela Rede Globo de Televisão entre abril e outubro de 2017. O tema do vídeo surge inspirado pela participação da personagem Ivana — interpretada pela atriz Carol Duarte —, que, na história, se descobre homem trans e passa parte da trama em seu processo de transição de gênero para se afirmar como Ivan, exatamente como ocorreu com o próprio Ariel.

Em função da semelhança nas situações e, principalmente, pelo destaque que a personagem teve dentro da chamada “novelas das 9”, os seguidores de Ariel foram solicitando que ele se posicionasse a respeito da inclusão de um personagem transgênero em uma novela

<sup>83</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=LcncEr2YBxs>>.

<sup>84</sup> Disponível em <<https://gshow.globo.com/novelas/a-forca-do-querer/>>. Acesso: 22 jul. 2018.

de grande destaque como foi “A Força do Querer” — também pelo fato de a transição de gênero, neste caso, ter sido tratada de forma natural, sem o estereótipo muitas vezes atribuído a personagens LGBTs.

Figura 41 — Imagem de capa do vídeo “IVAN HOMEM TRANS DE A FORÇA DO QUERER | Ariel Modara”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

No vídeo, que passa a contar com uma vinheta de abertura que identifica o canal — elemento que, de acordo com alguns usuários, confere certo ar de profissionalização dentro do YouTube —, Ariel discorre sobre suas percepções acerca das tramas que envolvem o núcleo ao qual o personagem Ivan pertence, citando uma cena em que ele corta seus cabelos longos e a discussão que se segue entre ele e sua mãe, interpretada pela atriz Maria Fernanda Cândido.

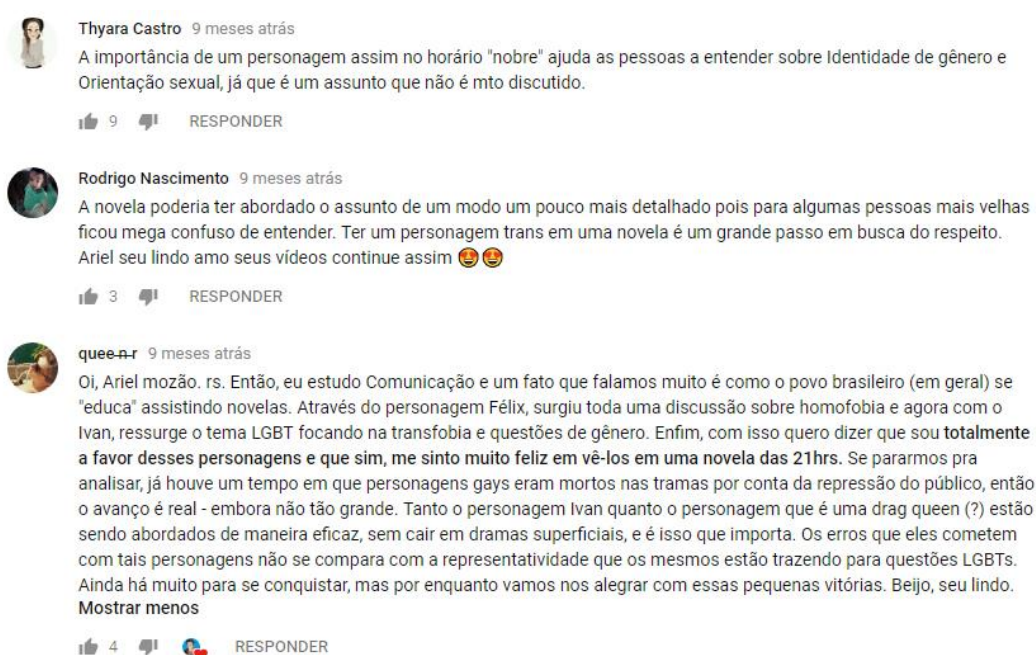
Figura 42 — Vinheta de abertura utilizada pelo canal Ariel Modara



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

No entanto, é um elemento paratextual — que se encontra fora da narrativa do vídeo — que chama a atenção: o fato de, neste momento, Ariel ser considerado mais que um produtor de conteúdo expressando sua opinião sobre um tema; mas, sim, um especialista que as pessoas — neste caso seus seguidores — procuram quando querem se informar sobre determinado assunto e, mais ainda, de quem se espera uma posição diante de um tema tão próximo quanto esse.

Figura 43 — Comentários postados pelos usuários relativos ao vídeo “IVAN HOMEM TRANS DE A FORÇA DO QUERER | Ariel Modara”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Por consequência, na seção de comentários logo abaixo do vídeo, uma intensa participação dos usuários se desenrola, muitos com opiniões positivas em relação à novela e de apoio à abordagem do tema da transexualidade. Ainda que não interaja diretamente comentando as opiniões das pessoas, é possível verificar a presença de Ariel por meio de corações atribuídos às postagens, indicando que o YouTuber curtiu aquela opinião dada.

Essa postura de especialista se mantém quando observamos o vídeo “COMO EU ME DESCOBRI TRANS<sup>85</sup>”, postado originalmente no dia 15 de outubro de 2017 a partir do desejo do YouTuber em registrar em vídeo a resposta à pergunta que mais fazem a ele. Com a estrutura já mantida de vinheta de abertura — desta vez em nova versão — e trilha sonora de fundo, Ariel já está estabelecido como YouTuber e desenvolve o tema com bastante

<sup>85</sup> Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=-IAr91QyHsk>>.

tranquilidade, eliminando na edição as pausas e marcas de oralidade comuns ao diálogo, o que dá mais agilidade e dinamismo ao vídeo.

Figura 44 — Frame do vídeo “COMO EU ME DESCOBRI TRANS”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

No diálogo, já bastante empoderado<sup>86</sup>, o jovem ele cita que “sempre tive um pouco de receio [sobre se afirmar como homem trans] porque é uma mudança enorme e eu refleti sobre o assunto”. Embora aborde um tema íntimo, ele é capaz de tratá-lo com leveza e informalidade, relembando o momento em que ficou sabendo pela primeira vez da existência de pessoas transgênero, em 2013 — 2 anos antes da criação de seu canal no YouTube. A partir desse momento, ele diz ter pesquisado sobre o assunto e encontrado perfis de pessoas trans em redes sociais, o que fez com que ele passasse a acompanhar as histórias e começasse sua identificação.

Ele também apresenta o momento em que decidiu assumir sua nova identidade de gênero para sua companheira da época, no final de outubro de 2015, poucas semanas antes da postagem do primeiro vídeo do canal, após longa reflexão sobre quem gostaria de ser e o que seria necessário para conseguir conviver com sua realidade, concluindo com a frase “É difícil eu explicar como eu me descobri trans porque eu sempre fui trans [...]. Sempre fui Ariel”, reafirmando sua posição enquanto satisfeito com o resultado das transformações pelas quais

<sup>86</sup> Sobre o conceito de empoderamento, consultar <<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2016/10/06/A-origem-do-conceito-de-empoderamento-a-palavra-da-vez>>. Acesso: 25 jul. 2018



passou, como observado no próximo vídeo selecionado para nossa análise, publicado em janeiro de 2018.

Marcado como o “Dia da Visibilidade Trans”<sup>87</sup>, 29 de janeiro é uma data que também ecoa na Internet com diversas postagens sobre apoio à população “T” do espectro LGBT, em especial às pessoas transgênero. Em uma espécie de comemoração a esse dia, no canal Ariel Modara foi publicado o vídeo “TOUR PELO MEU CORPO - TRANS E PÓS-OPERADO #TourPeloMeuCorpo | Ariel Modara”<sup>88</sup> no dia seguinte, 30 de janeiro.

A tag #TourPeloMeuCorpo surgiu pela primeira vez entre os brasileiros por meio da YouTuber Luiza Junqueira, do canal “Tá, Querida?”, que postou em 31 de outubro de 2017 o vídeo “TOUR PELO MEU CORPO”<sup>89</sup> cuja proposta é apresentar partes de seu corpo que a princípio a desagradavam e, após reflexão sobre padrões de beleza e como a sociedade acaba influenciando o modo de pensamento das pessoas, discutir maneiras de superar os antigos traumas em relação às características corporais. O vídeo, que conta com quase dois milhões de visualizações e mais de 165 mil curtidas, fez bastante sucesso entre os YouTubers, que passaram a postar em seus canais suas versões da abordagem, utilizando a hashtag #TourPeloMeuCorpo como forma de identificar esse tema de vídeo — foi criada, inclusive, uma *playlist*<sup>90</sup> que reúne diversos vídeos de outros produtores.

Figura 45 — Imagem de capa do vídeo “TOUR PELO MEU CORPO”, do canal “Tá, Querida?”



Fonte: YouTube (2018)

<sup>87</sup> Para outras informações, consultar <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2018-01/dia-da-visibilidade-trans-marca-luta-pelo-acesso-direitos-de>>. Acesso: 22 jul. 2018.

<sup>88</sup> Disponível em <[https://www.youtube.com/watch?v=h\\_heMsSzIXU](https://www.youtube.com/watch?v=h_heMsSzIXU)>.

<sup>89</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=hDpHE2U4PEk>>. Acesso: 23 jul. 2018.

<sup>90</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLeNMiYLFbSJ4Er4yifyB3galTuG5ZXvu7>>. Acesso: 22 jul. 2018.

Aproveitando a data e após ficar cerca de dois meses sem publicar vídeos — entre novembro de 2017 e janeiro de 2018 —, Ariel produziu sua versão, logo após ser submetido uma cirurgia de masculinização das mamas. Interessante observar que, após pouco mais de 2 anos da criação do canal, a introdução do vídeo se assemelha bastante às utilizadas logo no início, em 2015, com uma trilha instrumental e recortes de imagens do jovem — da mesma forma como ocorrera anos antes, com a eventual participação em vídeo, da namorada de Ariel, ainda que apenas fazendo apontamentos em áudio, neste vídeo, já em outro relacionamento, o mesmo fenômeno ocorre, retomando, de alguma forma, o formato adotado no início das produções.

Figura 46 — Imagem de capa do vídeo “TOUR PELO MEU CORPO - TRANS E PÓS-OPERADO #TourPeloMeuCorpo | Ariel Modara”, do canal “Ariel Modara”



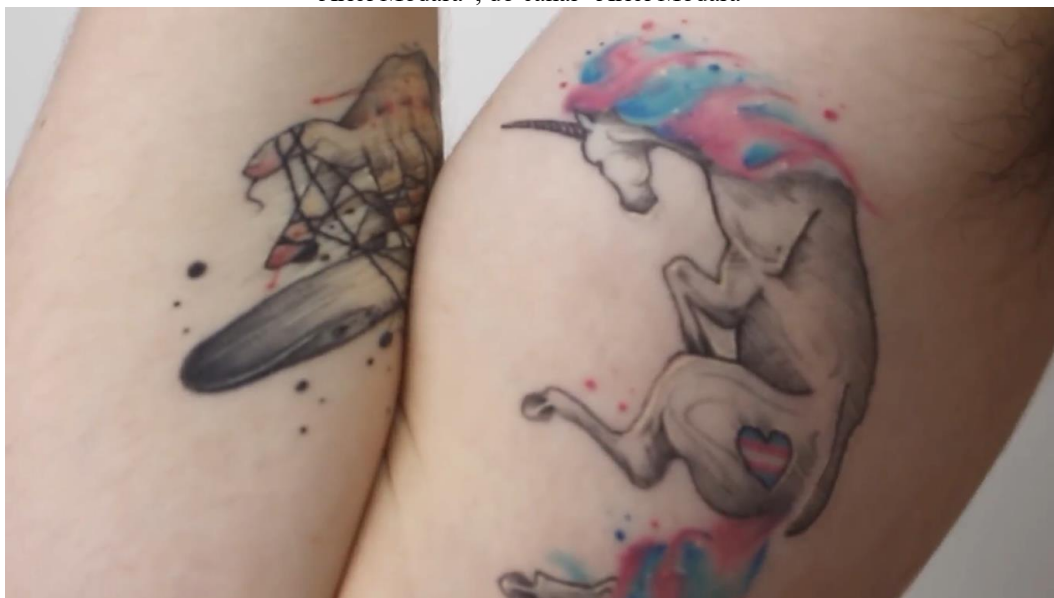
Fonte: Dados da pesquisa (2018)

No vídeo, de quase 11 minutos de duração, Ariel apresenta diversas partes de seu corpo “trans em transição” — como ele aponta — e que, segundo ele, “conta histórias”, possuindo formas únicas em relação a outros. Em plano fechado (*close-up*), ele exhibe mudanças físicas observadas em seus pés, pernas, mãos — como uma pinta que carrega em um dos dedos — apresenta também uma lesão que possui em um dos joelhos, além de suas diversas tatuagens e as histórias por trás das decisões de fazê-las — uma delas exhibe, segundo ele, um unicórnio trans, cuja crina possui as cores da bandeira do orgulho trans: azul e rosa.

Além do plano mais aberto, no qual Ariel é retratado sentado em uma cadeira com uma escrivaninha ao fundo, uma câmera móvel faz os registros dos detalhes em seu corpo,

geralmente acrescidos por comentários de sua namorada, que acaba interferindo na narrativa e, de certa forma, conduzindo o roteiro do vídeo.

Figura 47 — Frame do vídeo “TOUR PELO MEU CORPO - TRANS E PÓS-OPERADO #TourPeloMeuCorpo | Ariel Modara”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Essa interferência faz com que o vídeo tenha dois aspectos em relação a seu endereçamento: enquanto parte é dirigida aos espectadores, com Ariel se expressando diretamente a seu público, em outros momentos acompanhamos sua interação e diálogos com Sal, como sua companheira é conhecida.

Figura 48 — Frame do vídeo “TOUR PELO MEU CORPO - TRANS E PÓS-OPERADO #TourPeloMeuCorpo | Ariel Modara”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Próximo ao fim do vídeo ele fala sobre a cirurgia nas mamas, realizada 13 dias antes, chegando a exibir parte dos curativos por baixo do colete utilizado no pós-operatório, concluindo que “essa é a história que meu corpo conta; esse é meu corpo”, sendo, logo em seguida, questionado pela companheira sobre qual seria a relação dele com o corpo naquele momento, quando obtemos como resposta “estou conhecendo meu corpo. Eu sinto que eu e meu corpo — minha mente e meu corpo — nós somos, no momento, dois estranhos, mas que se amam. A gente [ele e o próprio corpo] se ama. Eles [corpo e mente] estão conectados, mas estão se reconectando, entende? ”.

Interessante observar que, no eixo do personagem, vemos que esse vídeo marca um ciclo que se fecha, ainda que, por outro lado, se inicia, quando lembramos o que ele representa para o jovem. Se, por um lado, a *tour* à qual ele se refere representa um momento de total plenitude dele enquanto homem trans contando sua história, por outro também retrata o (re)conhecimento de seu corpo enquanto transgênero recém (trans)formado.

Cerca de 3 meses após a *tour* por seu corpo, Ariel publica o vídeo “Como tá minha hormonização (2 anos), perguntas e novidades”<sup>91</sup> em 29 de abril de 2018 para apresentar a seus seguidores o progresso de sua hormonização e que mudanças ele vem observando após o segundo ano de terapia.

Figura 49 — Imagem de capa do vídeo “Como tá minha hormonização (2 anos), perguntas e novidades”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

<sup>91</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=rGY3JNa6aaQ>>.

Mesclando o formato antigo de vídeos nos quais ele apresenta a documentação de sua terapia hormonal e sua atual postura enquanto YouTuber reconhecido entre seus seguidores, ele divide seu relato em três tempos: primeiramente ele faz um breve resumo sobre sua história e como ele começou sua hormonização. Logo após são descritas as transformações que ele percebe após a utilização do hormônio masculino e situações de seu dia a dia que foram afetadas pela transição — principalmente em relação à “leitura” que as pessoas fazem dele agora que possui características masculinas. Ao final, ele responde algumas perguntas que foram feitas por seguidores em outras redes sociais.

Com a participação direta e frequente de sua namorada, ele reconta sua história, desde os primeiros acompanhamentos com especialistas para a obtenção de sua primeira aplicação de testosterona, a frequência com a qual as doses são administradas e as mudanças físicas proporcionadas pelas características sexuais secundárias masculinas apontadas como as mais evidentes, dentre elas a voz mais grave e o crescimento de pelos corporais.

Figura 50 — Frame do vídeo “Como tá minha hormonização (2 anos), perguntas e novidades”, do canal “Ariel Modara”



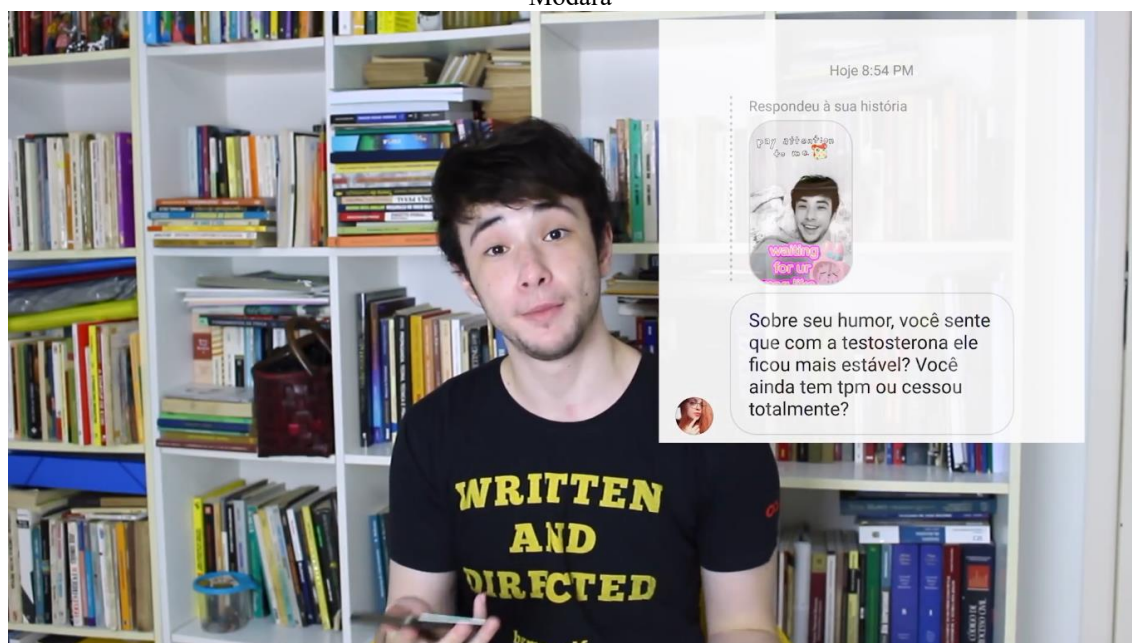
Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Da mesma forma, ele afirma que mudanças psicológicas ainda persistem, como na maneira de lidar com emoções e, acima de tudo, na forma como as outras pessoas agora o enxergam como homem — o que antes não era muito explícito em função de sua aparência andrógina, como já apontara anteriormente. De volta ao cenário que utilizara em seus vídeos anteriores ao tratamento, ele agora apresenta duas percepções 2 anos depois, ainda que cercado

de incertezas. Novamente, as interrupções de Sal são feitas para questionar linhas de raciocínio apresentadas por ele e, de alguma forma, complementar a narrativa construída, quando ele acaba relevando questões que o estão deixando ansioso, como a retificação de seu nome de registro.

A seleção de perguntas feitas por seus seguidores nas redes sociais inclui temas como variações de humor, a ocorrência da tensão pré-menstrual e aspectos burocráticos do processo de hormonização — que, segundo, ele, varia de acordo com cada município, além de informar sobre as diferentes ações que testosteronas produzidas por diferentes laboratórios podem ter no corpo.

Figura 51 — Frame do vídeo “Como tá minha hormonização (2 anos), perguntas e novidades”, do canal “Ariel Modara”



Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Mesmo com uma edição mais rápida em função dos cortes secos realizados, o que se percebe são diversos pontos em que a companheira de Ariel, que acompanha a gravação do vídeo, faz suas considerações e influencia diretamente na construção de seu relato — momentos que, provavelmente, no início do canal seriam preenchidos por trechos em áudio com o efeito em preto e branco com a finalidade de transmitir uma sensação de passagem de tempo. E essas interrupções acabam por desviar atenção que o YouTuber dá ao espectador, ainda que complementem sua fala.

Ao final, os dois — Sal somente em áudio, por trás da câmera — se despedem do público sem a preocupação de realizarem o momento em que convidariam os seguidores a

curtir, compartilhar ou comentar o vídeo ou, ainda, se inscreverem no canal — para aqueles que ainda não o tivessem feito.

Curioso observar que, pouco tempo depois da publicação desse último material, foi feita a remoção de vários vídeos publicados, aparentemente sem motivo justificado. Da mesma forma, notamos que a estrutura do canal foi afetada por essas exclusões, com alguns espaços em branco nos quais antes estavam listados vídeos e que atualmente (agosto de 2018) abrigam a indicação de “vídeo privado”, sendo impossível assisti-los.

Figura 51 — Canal “Ariel Modara” após a remoção de alguns vídeos

**INÍCIO**   VÍDEOS   PLAYLISTS   COMUNIDADE   CANAIS   SOBRE

Envios mais famosos   REPRODUZIR TODOS

**ARTE BY SA!** 14:01

**MINHA NAMORADA ME MAQUIOU**  
55 mil visualizações • 2 meses atrás

**PASSANDO RÍMEL NA BARBA (deu ruim rs) | Ariel...** 5:26

**PASSANDO RÍMEL NA BARBA (deu ruim rs) | Ariel...**  
54 mil visualizações • 9 meses atrás

**IMPACTO DE RELAÇÕES CIS/TRANS com Guilherme...** 13:47

**IMPACTO DE RELAÇÕES CIS/TRANS com Guilherme...**  
52 mil visualizações • 1 ano atrás

**Playlists criadas**

**análise de livro** 491

Vídeos marcados com "Gos...   ~ AriAjuda   ~ VLOGs

**Vídeos marcados com "Gostei"**   REPRODUZIR TODOS

Fonte: Dados da pesquisa (agosto de 2018)

De forma semelhante como, no passado, atuavam os diários, sendo alimentados por segredos e emoções de seus proprietários, atualmente, na era da convergência dos meios, o que observamos é que as antigas práticas de comunicação e interação entre os indivíduos ganham

novos formatos e novas possibilidades a partir da utilização de recursos digitais na construção dessas histórias.

Utilizando essas ferramentas, Ariel acaba criando na Internet um espaço híbrido entre o que é público — as informações publicizadas na rede, de fácil acesso a qualquer usuário conectado — e o que configura sua vida privada, que ganha uma nova dimensão quando levada à exposição a seus seguidores. Talvez estejamos observando um novo fenômeno contrário ao da invasão de privacidade que fora observado entre o final da década de 1990 e início dos anos 2000 — as novas possibilidades de compartilhamento da intimidade na rede, feitas com o aval de seus criadores, poderia ser chamada de uma “evasão de privacidade”, realizada sob a curadoria daqueles que se propõem a construir e expor seus relatos pessoais para o conhecimento dos outros.

Olhando especialmente para o canal “Ariel Modara”, podemos verificar que a exposição da intimidade é levada a um outro nível, ultrapassando o compartilhamento de experiências vividas sob a forma de relato — ele faz questão de levar o espectador ao exato momento da aplicação da primeira dose do hormônio masculino que daria início a todo o processo a partir do qual o canal se origina. Da mesma forma, ele estabelece com seus seguidores elementos — físicos e psicológicos — para serem acompanhados, de forma a marcar no tempo e espaço sua transformação.

Ao fazê-lo, se estabelece uma espécie de contrato tácito com a audiência e a criação de um vínculo, como se, a partir daquele momento, houvesse ali uma promessa de registro das mudanças pelos quais o YouTuber viria a passar, à luz dos conceitos propostos por Jost (2004) ou até mesmo semelhante à noção de laço proposta por Wolton (1996), que envolve diversos espectadores enquanto assistem a uma mesma atração.

A comunicação, que, no século passado, adotava o modelo “um pra um”, no qual o público apenas consumia o conteúdo oferecido pelas grandes empresas de comunicação, passou a ser mais plural, dando a possibilidade do público de também produzir sua própria narrativa e — principalmente a partir da introdução da Internet nesse processo — compartilhá-la na rede.

A partir do surgimento do YouTube, que facilitou e, sobretudo, incentivou seus usuários a produzirem conteúdo para a plataforma, o que se nota é que, cada vez mais pessoas se utilizam de materiais audiovisuais como forma de expressão — seja para falar sobre gênero, relações sociais, étnicas ou simplesmente relatar eventos cotidianos, numa espécie de relato diário sobre a vida. No entanto, essas práticas, antes reservadas ao ambiente privado, ganham outras possibilidades quando publicizadas e compartilhadas em rede, fazendo com que outros agentes entrem nesse processo comunicacional, podendo interagir e interferir nas narrativas criadas.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo, centrado na investigação das narrativas pessoais criadas para serem compartilhadas na Internet, atenta não só para a ascensão do YouTube como principal plataforma de consumo de conteúdo audiovisual, mas, também, para o fenômeno da utilização do relato pessoal como principal estratégia narrativa, como fora observado por Benjamin (1994) no início do século XX quando olhara para o desenvolvimento da figura do narrador.

No momento em que este estudo é realizado, próximo ao final da primeira década do século XXI, observamos que, embora as possibilidades comunicacionais tenham evoluído — principalmente em função do avanço da tecnologia, mas, sobretudo, em função do conhecimento técnico adquirido pela sociedade ao longo do tempo —, vemos um resgate de antigas práticas remodeladas, como é o caso da atuação dos YouTubers como novos narradores.

Ao estabelecerem vínculos com seus seguidores por meio de suas experiências pessoais, eles resgatam a noção de laço proposta de Wolton (1996) num momento em que a televisão já não possui tanta influência no cotidiano dos cidadãos, que, cada vez mais — ainda que dependam do acesso aos aparelhos tecnológicos — estão presentes na Internet, seja como audiência ou como produtores de conteúdo.

Nosso levantamento de textos científicos que trazem o YouTube como objeto de permitiu que tivéssemos um panorama da abordagem da plataforma enquanto cenário para novas possibilidades comunicacionais. Embora ele seja a principal plataforma de consumo de conteúdo de mídia da atualidade para uma significativa parcela do público jovem, ainda são poucos os pesquisadores que se empenham em pensá-lo como facilitador para a produção audiovisual ou para o estabelecimento de novas relações entre seus usuários. A grande maioria dos textos o traz apenas como um repositório no qual estão contidos seus objetos de análise; não como um lugar para onde olhar enquanto espaço para novas possibilidades.

Também deve ser destacada sua utilização por uma parcela jovem que o vê como espaço para a discussão de temas considerados polêmicos ou de difícil aceitação, como questões de gênero ou sua sexualidade — nessa perspectiva, apresentamos casos registrados na Espanha protagonizados por jovens que, assim como Ariel Modara, responsável pelo canal observado neste trabalho, optaram por levar ao conhecimento público questões de foro íntimo.

Tomando o canal “Ariel Modara” como objeto de análise, é possível observar que, ao se propor a contar seu processo de identificação como homem transgênero e utilizar o YouTube como plataforma de documentação de sua hormonização, ele cria ali um espaço situado entre as esferas do que é público, uma vez que as ações ocorrem em um *site* de livre

acesso, e do que estaria contido no âmbito privado, já que a premissa da existência do canal é exatamente um processo íntimo de transformação pela qual ele passaria.

Ao analisar os vídeos selecionados para nossa pesquisa de acordo com as premissas da Análise da Materialidade Audiovisual proposta por Coutinho (2016), que estabelece eixos para serem observados, notamos mudanças em alguns aspectos relacionados a esses eixos. O eixo do personagem, relacionado ao próprio Ariel e sua postura como produtor de conteúdo, foi, certamente, o que mais se altera ao longo dos vídeos — não em função do andamento de sua terapia hormonal, mas também pelo seu desenvolvimento enquanto YouTuber.

Quando comparados o vídeo mais antigo e o mais recente, a mudança é bastante expressiva. Antes tímido e introspectivo, o jovem passa a ganhar confiança para apresentar suas ideias e sua nova identidade. O vídeo mais antigo, produzido como forma de desabafo diante da constatação de que se assumiria como homem transgênero, é extremamente marcado por longas pausas de reflexão e momentos que dão a sensação de que aquele fora um vídeo pouco alterado pela edição — como se aquela ação se desenrolasse no momento em que é produzida. Em contraponto, os vídeos mais recentes já apresentam um Ariel mais maduro, confortável com seu novo “eu” e que possui autoridade para discutir os assuntos tratados por ele.

O episódio que mais ilustra essa postura de especialista ocorre quanto ele, instigado por seus seguidores, opina sobre um personagem trans de uma novela de grande destaque, publica um vídeo com suas percepções em relação à trama e como ela se assemelharia — ou não — com a realidade vivida por ele. De forma semelhante, é perceptível uma mudança na forma de apresentação das produções.

Enquanto as mais antigas eram ancoradas na oralidade como forma de prender o espectador e não tinham o compromisso explícito de entreter, ao longo do processo de criação do canal, foi sendo observada uma preocupação de se atender a um “padrão” implícito esperado para as produções do YouTube — vídeos contendo vinhetas de abertura, trilha incidente ou recursos gráficos que acrescentem à narrativa principal. Dessa maneira, notamos que os vídeos mais recentes de Ariel possuem tais características, havendo a preocupação de criação de uma vinheta que autentique aquele espaço como sendo de sua propriedade e que reforcem sua presença enquanto produtor de conteúdo.

Apontamos o termo (trans)formação como o que, talvez, mais se assemelhe ao processo pelo qual ele passa. Diante da tela, por meio de seus vídeos, percebemos que enquanto acompanhamos o desenvolvimento natural de um indivíduo que produz conteúdo ao longo do tempo, há, também, neste caso específico, a formação de um indivíduo que constrói sua nova personalidade diante da câmera e em conjunto com outros tantos que o seguem.

Acreditamos que, por meio deste trabalho, conseguimos apresentar as possibilidades que o audiovisual tem no YouTube enquanto plataforma de consumo e experimentação. Além disso, acreditamos que, embora haja espaço para grandes produções profissionais serem exibidas na Internet, existe um movimento contrário que prioriza a criação de conteúdos de nicho voltados para determinados públicos, não mais um grande público, como na comunicação de massa. Além disso, a partir das possibilidades de personalização oferecidas pelo YouTube, realizadores audiovisuais e seguidores vão construindo suas próprias programações de acordo com seus gostos pessoais.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. A posição do narrador no romance contemporâneo. In: \_\_\_\_\_. **Notas de Literatura I**. Tradução de Jorge Mattos Brito de Almeida. São Paulo, SP: Duas Cidades/Ed. 34, 2003. p. 55-63.
- ANDRADE, Carolina Lourenço Reimberg de. *Vlog* como gênero da indústria audiovisual. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro, RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, UFRJ, 2015. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2096-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BENJAMIN, Walter. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: \_\_\_\_\_. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura** (Obras escolhidas, v.1). Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. 7ª.ed. São Paulo, SP: Brasiliense, 1994, p. 197-221.
- BERNARDAZZI, Rafaela. *Youtubers* e as relações com a produção audiovisual. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. **Anais eletrônicos...** São Paulo, USP, 2016. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1857-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.
- BRASIL. Presidência da república. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: SECOM, 2016. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf>>. Acesso: 09 out. 2017.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. Tradução de Ricardo Giassetti. São Paulo, SP: Aleph, 2009.
- CANAL DAS BEE. **Canal “Canal das Bee”**. Disponível em <<https://www.youtube.com/user/CanalDasBee>>. Acesso: 20 ago. 2018.
- CARREIRA, Krishma. O que Aprender com um Youtuber com Canal com Muitos Inscritos e Visualizações: reflexões sobre Mídia Propagável, Comunidades de Fãs e reputação. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro, RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, UFRJ, 2015. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2155-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.
- CARVALHO, Mariela Costa. Divulgação Científica no Youtube: Narrativa e Cultura Participativa nos Canais Nerdologia e Peixe Babel. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. **Anais eletrônicos...** São Paulo, USP, 2016.

Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2014-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. 16ª ed. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

CORUJA, Paula. **YouTube em pauta: uma análise das teses e dissertações em Comunicação de 2010 a 2015**. Revista *Communicare*, São Paulo, v.17, ed.2, 2º semestre de 2017. Disponível em <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/12/Artigo-5-YouTube-em-pauta-uma-an%C3%A1lise-das-teses-e-disserta%C3%A7%C3%B5es-em-Comunica%C3%A7%C3%A3o-de-2010-a-2015.pdf>>. Acesso: 20 mai. 2018

COSTA, Bruno César Simões. Personagens de si nas videografias do YouTube. **Revista ECO-Pós**, [S.l.], v. 12, n. 2, nov. 2009. ISSN 2175-8689. Disponível em: <[https://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/view/958/898](https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/958/898)>. Acesso: 20 mai. 2018.

COUTINHO, Iluska. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. **Anais eletrônicos...** São Paulo, USP, 2016. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>>. Acesso: 12 jul. 2018.

\_\_\_\_\_. **Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

\_\_\_\_\_; GOUVÊA, Allan. Narrativas internacionais nas emissoras de TV públicas: o distante tornado próximo nos noticiários noturnos da TV Brasil e da RTP1. In: Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro, RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, UFRJ, 2015. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2869-1.pdf>>. Acesso: 21 jul. 2018.

CUNHA, Simone Evangelista. Novos Tempos, Novos Ídolos: Microcelebridades e Práticas de Construção de Audiência no YouTube. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-3067-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

EWBANK, Giovanna. **Canal “GIOH”**. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCTCykZFeSbgMuL2ZzhSyVzg/featured>>. Acesso: 20 ago. 2018.

ESTRELA, Gabriel. **Canal “Projeto Boa Sorte”**. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCcg2zyxjl1Lc8LMjo6y1Tg>>. Acesso: 20 ago. 2018.

FREIRE FILHO, João. A Comunicação Passional dos Fãs: Expressões de Amor e de Ódio nas redes Sociais. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus, AM. **Anais eletrônicos...** Manaus, UFAM, 2013. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-2085-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

GENETTE, Gerárd. **Paratextos Editoriais**. Tradução de Álvaro Faleiros. São Paulo: Ateliê Editorial, 2009.

GESSWEIN, Kim. A produção de conteúdo da websérie *Girls In The House* no *YouTube* e as suas intersecções com a televisão fechada. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2124-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

HOFF, Rafael Sbeghen. A representação midiática na produção ficcional seriada do Porta dos Fundos. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. **Anais eletrônicos...** São Paulo, USP, 2016. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0308-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

\_\_\_\_\_. Porta dos fundos: relações entre a cultura midiática e o humor nacional pela *web*. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2116-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

HOLZBACH, Ariane Diniz; OLIVEIRA, Thaiane Moreira de. Os Trapalhões no YouTube: “A filha do seu Faceta” e a memória afetiva na cultura digital. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro, RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, UFRJ, 2015. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2992-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

INOCENCIO, Luana. *High By The Sarrada*: videomemes musicais, ativismo de fãs e performances de gosto nos sites de redes sociais. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0058-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana L. de Alexandria. 2ª ed. São Paulo, SP: Aleph, 2009.

\_\_\_\_\_; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. Tradução de Patricia Arnaud. São Paulo, SP: Aleph, 2014.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Tradução de Elizabeth Bastos Duarte, Maria Lília Dias de Castro, Vanessa Curvello. Porto Alegre: Sulina, 2010.

\_\_\_\_\_. Seis lições sobre televisão. Porto Alegre: Sulina, 2004.

JUBILUT, Paulo. **Canal “Biologia Total com Prof. Jubilut”**. Disponível em <<https://www.youtube.com/user/jubilut>>. Acesso: 20 ago. 2018.

JUNQUEIRA, Luiza. **Canal “Tá Querida”**. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCVEVvanoMK9tGclfWLghaKw>>. Acesso: 20 ago. 2018.

KIELING, Alexandre S. Narrativas digitais interativas e o uso da tecnologia como narrador implícito. **Revista FAMECOS** (Online), v.19, n. 3 p.739-758, 2012.

LANA, Lígia. A mulher bem-sucedida e a participação da internet na construção de celebridades femininas. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus, AM. **Anais eletrônicos...** Manaus, UFAM, 2013. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1664-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

\_\_\_\_\_. Celebridade, humilhação e moral sexual: a vice miss-bumbum avaliada por comentários do *Youtube*. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014, Foz do Iguaçu, PR. **Anais eletrônicos...** Foz do Iguaçu, UDC, 2014. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1594-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

LEÃO, Danuta; PRESSLER, Neusa. Youtuber Mirim e o Consumo Infantil. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2925-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

LIMA, Kárin Kelm; CORTES, Tanisse Paes Bóvio Barcelos; MARTINS, Analice de Oliveira. As Práticas Autobiográficas em Vídeo como Espaço para a Experiência do Outro: Uma Análise Sobre a Construção de Narrativas em JoutJout Prazer. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-3283-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

LOIOLA, Daniel Felipe Emergente. *Unboxing*: mediação e midiatização no YouTube. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2431-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

\_\_\_\_\_. REY, German. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. Tradução de Jacob Gorender. 2ª ed. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2001.

MEDEIROS, Fernanda de Faria; SANTANA, Paulo Henrique Basilio. A performance do comediante nordestino e a imagem de Whindersson Nunes: o youtuber visto como celebridade ordinária. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0988-1.pdf>>. Acesso: 10 out. 2017.

MENDES, Adler. Quem não é visto é lembrado? Uma análise do *youtuber* Rato Borrachudo contrariando a “tirania da visibilidade”. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1076-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

MODARA, Ariel. **Canal “Ariel Modara”**. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCFTIDQwgbBp3Si0Azd2IFKQ>>. Acesso: 20 jul. 2018

MONTAÑO, Sonia. A construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube. **Revista FAMECOS** (Online). Porto Alegre, v.24, n. 2, 2017. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/25256>>. Acesso: 20 jul. 2018.

\_\_\_\_\_. O usuário como construto nas interfaces do YouTube. In: KILPP, Suzana (Org.) *et al.* **Tecnocultura audiovisual: temas, metodologias e questões de pesquisa**. Porto Alegre: Sulina, 2015. p. 164-187.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 269-279.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013;

NEGRI, Anaurelino *et al.* Apontamentos de uma metodologia de análise de canais de realidade virtual e partir do YouTube VR. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1313-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

NERI, Nátaly. **Canal “Afros e Afins por Nátaly Neri”**. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCjivwB8MrrGCMIIuoSdkrQg>>. Acesso: 20 ago. 2018.

OLIVEIRA, Érico Fernando de. CASSILHA, Marina. Das Celebidades de Massa às celebridades de Nicho: As novas mídias e o eclipse do *Star System*. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0254-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

PENNER, Tomaz. A Lei do cabo e a produção de Conteúdos Audiovisuais para a Internet. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. **Anais eletrônicos...** São Paulo, USP, 2016. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0366-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

PÉREZ-TORRES, Vanessa; PASTOR-RUIZ, Yolanda; ABARROU-BEN-BOUBAKER, Sara. **Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente**. Revista Comunicar, v. 26, nº



55, 2º trimestre de 2018. Disponível em <<https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=55&articulo=55-2018-06>>. Acesso: 20 mai. 2018.

POLYDORO, Felipe da Silva. O vídeo caseiro “Para nossa alegria” e a captação do imprevisto. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus, AM. **Anais eletrônicos...** Manaus, UFAM, 2013. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1509-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

PORTELA, Karoline Grubert Bezerra; MARQUES, Márcia Gomes. Produção cultural na internet: interação comunicativa no Mato Grosso do Sul. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro, RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, UFRJ, 2015. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0253-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

RAMOS, Mercicleide; CARVALHO, Nadja. Vídeo no celular: primórdio, desdobramento e diversão. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro, RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, UFRJ, 2015. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0429-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

RAUBER, Tania Mara; MOREIRA, Benedito Dielcio. Jovens Youtubers e o Embate entre a Rede e a Televisão. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1837-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

SANTIAGO, Spartakus. **Canal “Spartakus Santiago”.** Disponível em <<https://www.youtube.com/user/sparpotter>>. Acesso: 20 ago. 2018.

SANTIAGO, Silvano. **Nas malhas da letra.** Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva.** Tradução de Rosa Freire d’ Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SCOLARI, Carlos A. Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la televisión contemporánea. In: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Orgs.). **Televisão digital: desafios para a comunicação.** Porto Alegre, RS: Sulina, 2009.

SERIE3PORCENTO. **Canal “serie3porcento”.** Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCvuCK5C6XLduyJHw2zR37Fw>>. Acesso: 20 ago. 2018.

SHIRKY, Clay. **Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado.** Tradução de Celina Portocarrero. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2011.

SILVEIRA, Letícia Lopes da. USO JUSTO OU VIOLAÇÃO? Controvérsias sobre direitos autorais no YouTube. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro, RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, UFRJ, 2015. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0707-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

SIQUEIRA, Jonara Medeiros. Novos Sujeitos Coletivos e as Mídias Radicais no Brasil: A Cibercultura e a Mediação através do projeto Fotolibras. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus, AM. **Anais eletrônicos...** Manaus, UFAM, 2013. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1385-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato:** notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SOUSA, Deborah Susane Sampaio. A Rede Social Youtube como Plataforma de Conexão e de estabelecimento da Estética do Fluxo. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro, RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, UFRJ, 2015. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0038-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

SOUZA, Eduardo José Moreira. Narrativas pessoais na internet: seriam os YouTubers um novo modelo de narrador? In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. **Anais eletrônicos...** São Paulo, USP, 2016. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0672-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

SOUZA, Suyanne Tolentino de; JESUS, Thauane Mayara Neris de. Tendências estilísticas e Conceituais dos Videoclipes na Era Digital. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1601-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

SZAFIR, Milena. A interatividade do vídeo-remix: subjetividades em jogo na rede [artesãos audiovisuais em form'ação, versão 1.1]. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus, AM. **Anais eletrônicos...** Manaus, UFAM, 2013. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1397-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

\_\_\_\_\_. Design & tele-audiovisualidades (ou, das formas videográficas). In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos...** Curitiba, Universidade Positivo, 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0308-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

TOMAZ, Renata. A comunicação mediada por computador e o fenômeno dos *youtubers* mirins: construção e dinâmica no campo. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. **Anais eletrônicos...** São Paulo, USP, 2016. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0996-1.pdf>>. Acesso: 20 ago. 2018.

TORQUATO, Mariana. **Canal “VAI UMA MÃOZINHA AÍ?”**. Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCIcatj2SigXMklFrqQtnA-Q>>. Acesso: 20 ago. 2018.

VALADARES, Marcus Guilherme Pinto de Faria. **VÍDEOS CONFSSIONAIS DO YOUTUBE**: abordagem de um dispositivo biopolítico. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) — Faculdade de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011. Disponível em <[http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Comunicacao\\_ValadaresMG\\_1.pdf](http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Comunicacao_ValadaresMG_1.pdf)>. Acesso: 20 jul. 2018

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. Tradução de Maria Immacolata Vassalo de Lopes. São Paulo, SP: Edições Loyola, 2003.

VOLKÓVA, Victoria. **Canal “Victoria Volkóva”**. Disponível em <<https://www.youtube.com/user/tacondeagujavolkov>>. Acesso: 20 ago. 2018.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo, SP: Ática, 1996.

YOUTUBE BRASIL, 2017. Disponível em <<https://www.youtube.com/>>. Acesso: 10 jul. 2018.