

CONTEÚDO DIGITAL EM LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS: UM ESTUDO DOS CANAIS BRASILEIROS DE PESSOAS SURDAS NO YOUTUBE

Esther de Oliveira Souza

Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Brasil
Concetualização, curadoria dos dados, análise formal, investigação, redação do rascunho original

Juliana Guimarães Faria

Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Brasil
Concetualização, análise formal, metodologia, redação do rascunho original

Layane Rodrigues de Lima

Departamento de Libras e Tradução, Faculdade de Letras, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Brasil
Validação, redação – revisão e edição

Inés Martins

Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, Espanha
Validação, redação – revisão e edição

RESUMO

O tema deste estudo é a produção e a autoria de pessoas surdas na internet, especificamente, na plataforma de compartilhamento de vídeos e rede social YouTube, no Brasil. Trata-se de um tema de vanguarda e desvela a relação dos surdos com uma mídia digital que privilegia o vídeo, elemento este que está intimamente relacionado ao artefato cultural do povo surdo (Strobel, 2016), e valoriza a língua de sinais, que é a experiência visual. O objetivo é investigar os temas produzidos, exclusivamente em língua brasileira de sinais (Libras), por pessoas surdas nos canais do YouTube. A metodologia da pesquisa possui uma abordagem qualitativa do tipo descritiva (Gil, 2002) e utiliza, para a coleta de dados, o método dos principais itens para relatar revisões sistemáticas e meta-análises (Prisma; Page et al., 2021) com o tipo de amostragem de bola de neve (Vinuto, 2014). Foram identificados 913 vídeos postados em 11 canais de autores surdos brasileiros no YouTube, ao longo de nove anos, entre 2006, ano da criação do canal mais antigo analisado, e 2021. Os autores que contribuíram com a análise foram principalmente Festa (2012), Burgess e Green (2009/2009), Coruja (2017) e Medeiros e Rocha (2018). A partir da análise dos vídeos, foi possível identificar uma maior quantidade de vídeos com temas financeiros e observar que os vídeos com mais visualizações são sobre a língua de sinais, a identidade e a cultura surda.

PALAVRAS-CHAVE

língua brasileira de sinais, YouTube, surdo, Brasil, mídia digital

DIGITAL CONTENT IN BRAZILIAN SIGN LANGUAGE (LIBRAS): A STUDY OF BRAZILIAN CHANNELS OF DEAF PEOPLE ON YOUTUBE

ABSTRACT

The subject of this article is the production and authorship of deaf people in Brazil on the internet, specifically on the video-sharing platform and social media YouTube. This cutting-edge theme unveils the relationship of deaf people with digital media that privileges video, an element closely related to the cultural artefact of deaf people (Strobel, 2016) and values sign language, which is the visual experience. It aims to explore the themes produced, exclusively in Brazilian sign language (Libras), by deaf people on YouTube channels. The research methodology has a qualitative approach of the descriptive type (Gil, 2002) and uses, for data collection, the preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses method (Prisma; Page et al., 2021) with the snowball sampling type (Vituto, 2014). We identified 913 videos uploaded on 11 Brazilian deaf authors' YouTube channels over nine years between 2006, the year the oldest channel analysed was created, and 2021. The contributing authors to the analysis were mainly Festa (2012), Burgess and Green (2009/2009), Coruja (2017) and Medeiros and Rocha (2018). The analysis of the videos allowed identifying more videos with financial themes and observing that the videos with more views are about sign language, identity and deaf culture.

KEYWORDS

Brazilian sign language, YouTube, deaf, Brazil, digital media

1. INTRODUÇÃO

No decurso da história, diversas concepções foram criadas a respeito do sujeito surdo e, devido a essas concepções, os surdos encontraram muitas dificuldades para serem respeitados como seres humanos, pois se acreditava que a capacidade de raciocínio estava ligada à fala. Então, por muito tempo, foram considerados incapazes de pensar e aprender (Schlünzen et al., 2013). De acordo com Moura (1996, como citada em Valiante, 2009), na Grécia, “Aristóteles (384 a.C.-322 a.C.) afirmava que os surdos não possuíam linguagem. Por serem considerados incapazes, eram marginalizados, agrupados aos doentes e deficientes mentais ou ainda condenados à morte” (p. 7).

Entretanto, este cenário começa a mudar quando, a partir do século XV, importantes pesquisas a respeito da surdez foram realizadas, pois as famílias nobres com filhos surdos tinham a preocupação de não perder suas riquezas. Para isso, era necessário entender melhor as pessoas surdas e integrá-las na sociedade. Além disso, a Igreja se interessava em promover a comunicação entre o surdo e Deus, a fim de que a pessoa não “perdesse sua alma” (Schlünzen et al., 2013).

Desde então, foram desenvolvidas diversas técnicas para instrução de surdos, aprimoradas no decorrer dos anos. Lacerda (1996) relata que era comum manter segredo em relação ao método utilizado na educação dos surdos, uma vez que cada professor trabalhava sozinho e sem compartilhar suas experiências. Consequentemente, muitas das técnicas desenvolvidas não possuem registro e se perderam no tempo. O monge beneditino espanhol Pedro Ponce de Leon (1520–1584) é considerado o primeiro professor de surdos.

Embora muitas técnicas de ensino para surdos fossem desenvolvidas nessa época, Lacerda (1996) ressalta que apenas os surdos de famílias ricas possuíam o privilégio desse ensino. Apesar das diferenças de metodologia de cada professor, podemos dividir as técnicas utilizadas em dois grandes grupos: oralistas e gestualistas. Os oralistas “exigiam que os surdos se reabilitassem, que superassem sua surdez, que falassem e, de certo modo, que se comportassem como se não fossem surdos” (Lacerda, 1996, p. 6); já os gestualistas “foram capazes de ver que os surdos desenvolviam uma linguagem que, ainda que diferente da oral, era eficaz para a comunicação e lhes abria as portas para o conhecimento da cultura” (p. 6).

O abade francês Charles-Michel de L'Épée (1712–1789), também conhecido como “pai dos surdos” e “inventor das línguas de sinais”, foi o representante mais importante da abordagem gestualista. A partir de observações de grupos de pessoas surdas, ele percebeu que eram capazes de desenvolver uma comunicação apoiada no canal visogestual. Foi, então, que ele criou um método educacional, unindo essa língua de sinais da comunidade de surdos e os sinais criados por ele e nomeou o sistema de “sinais metódicos” (Lacerda, 1996, p. 9).

No Brasil, com a Lei nº 10.436 (2002), a comunidade surda conquistou, em 2002, o reconhecimento da língua brasileira de sinais (Libras) como meio legal de comunicação e expressão dos surdos. Essa lei, regulamentada pelo Decreto nº 5.626 (2005), que dispõe sobre o acesso das pessoas surdas à educação em sua língua natural, marcou positivamente não apenas o acesso à língua de sinais em contexto de sala de aula, mas também na sua disseminação entre o povo surdo.

Considerando este contexto de conquistas da comunidade surda, o tema deste artigo é a produção e a autoria de pessoas surdas por meio da língua de sinais na internet, especificamente, na rede social YouTube. A tecnologia revolucionou por completo a comunicação como a conhecemos. O que, há duas décadas, necessitaria de ser transmitido em canais de televisão para atingir grandes públicos, agora, pode ser facilmente divulgado por meio das redes sociais. De acordo com Festa (2012), “compreende-se por rede social um espaço virtual em que há possibilidade de interagir com grande número de pessoas ao mesmo tempo e no mesmo local” (p. 27). As redes sociais, neste sentido, abriram um leque de possibilidades de propagação de conteúdo dos mais diversos tipos, permitindo, de forma gratuita, o compartilhamento de vídeos, fotos e textos.

Uma dessas redes sociais é o YouTube, uma plataforma de compartilhamento de vídeos criada em junho de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim (Festa, 2012). O YouTube possui conteúdo para todas as idades e públicos, sendo que é possível ter acesso a esse conteúdo de forma gratuita, desde que, em alguns casos, os vídeos se intercalem com alguma propaganda, antes ou durante os vídeos. Além disso, também é possível fazer assinatura do YouTube Premium, por meio do pagamento de um valor mensal, para assistir aos vídeos sem propaganda e fazer downloads, entre outros benefícios.

Graças a esses recursos, aqueles que possuem a Libras como sua primeira língua podem se comunicar e expressar através de vídeos, como os veiculados no YouTube. Assim, compreende-se que esse ambiente virtual tem se caracterizado como um disseminador

da língua de sinais e comunicação de conteúdos próprios da cultura surda. E diversas pessoas surdas têm se apropriado dessa ferramenta para produzir conteúdo a respeito da cultura surda, voltado tanto para a comunidade surda como, também, para pessoas que não possuem conhecimento da língua de sinais.

É de se ressaltar que durante muitos anos ser surdo foi considerado como algo negativo pela sociedade. Segundo Strobel (2016), isso ocorre “porque as pessoas não conhecem e não sabem como é o mundo dos surdos e fazem suposições errôneas acerca de povo surdo” (p. 23).

Nesse sentido, o YouTube tem se tornado, então, não apenas um local para disseminação da cultura surda e desmitificação de mitos sobre a comunidade surda, como também um espaço que dá liberdade ao surdo para falar sobre política, moda, cinema e finanças, entre outros temas, mas sem a presença mediada por intérpretes de língua de sinais. Ou seja, os surdos encontraram um canal no qual podem comunicar com autonomia utilizando a sua própria língua.

Embora já encontremos várias pesquisas que tratam da relação da pessoa surda com o YouTube (Festa, 2012; Pinheiro & Lunardi-Lazzarin, 2013; Silveira & Amaral, 2012), fazem-se necessárias novas análises, visto que o YouTube está em constante mudança, como pontuado por Burgess e Green (2009/2009):

o YouTube, (...), é um objeto de estudo particularmente instável, marcado por mudanças dinâmicas (tanto em termos de vídeos como de organização), diversidade de conteúdos (que caminha em um ritmo diferente do televisivo mas que, da mesma maneira, escoia por meio do serviço e, às vezes, desaparece de vista) e uma frequência cotidiana análoga, ou “mesmice”. (p. 23)

Assim sendo, este artigo tem como objetivo investigar os temas produzidos exclusivamente em Libras por pessoas surdas nos canais do YouTube no Brasil, categorizando os temas de vídeos ali encontrados. Buscamos responder às seguintes questões: quais são os canais do YouTube produzidos por surdos brasileiros? Quais os assuntos apresentados nos vídeos? Que conteúdos recebem mais visualizações?

Para isso, apresentamos, inicialmente, uma breve explicação sobre o que é o YouTube, para contextualizar o tema, seguida da descrição da metodologia utilizada e da apresentação e discussão dos dados encontrados.

2. SOBRE O YOUTUBE: BROADCAST YOURSELF

Em 2005, em pleno contexto de desenvolvimento tecnológico, foi criada uma plataforma para facilitar o compartilhamento de vídeos na internet, o YouTube, que, apesar dos serviços concorrentes, se popularizou por possuir uma interface simples e intuitiva que não exigia grandes conhecimentos tecnológicos para sua utilização (Burgess & Green, 2009/2009). Ou seja, além daqueles pressupostos de compartilhar e conectar, que correspondem à ampliação da possibilidade de comunicar e de aceder à informação,

agora há também a ampliação da linguagem, agregando movimento, imagens, sons, vídeos, entre outros.

Morán (1995) já dizia que o vídeo é uma mídia “sensorial, visual, linguagem falada musical e escrita” (p. 28). Para o autor,

o vídeo nos seduz, informa, entretém, projeta em outras realidades (no imaginário), em outros tempos e espaços. O vídeo combina a comunicação sensorial-cinestésica, com a audiovisual, a intuição com a lógica, a emoção com a razão. Combina, mas começa pelo sensorial, pelo emocional e pelo intuitivo, para atingir posteriormente o racional. (Morán, 1995, p. 28)

Neste sentido, o vídeo está relacionado com a cultura surda e a natureza visual da língua de sinais, dando ao YouTube certa significação para a comunidade surda. Burgess e Green (2009/2009) destacam funcionalidades que foram importantes para o seu crescimento, tais como a possibilidade de se conectar com amigos, comentar em vídeos, gerar URL e códigos HTML para incorporar os vídeos em outros sites, além de não estabelecer limite de quantidade de vídeos postados. Essa popularização chamou a atenção da Google, resultando na compra, em outubro de 2006, do serviço de streaming, pelo valor de 1.650.000.000 US\$. Após esta transação, o YouTube passou por uma ressignificação e se consolidou com o slogan “broadcast yourself” (transmita a si mesmo), colocando-se em evidência como espaço para a expressão pessoal de seus usuários (Coruja, 2017).

Em 2007, como destacado por Medeiro e Rocha (2018), foi lançado o programa de parcerias do YouTube, que remunera os criadores de conteúdo original, de acordo com as visualizações dos vídeos do canal, o que estimulou novos usuários a aderir à plataforma.

O que antes se reduzia somente ao conteúdo apresentado por um site ou portal, com quase nenhum espaço para um retorno do público consumidor, passou a ter mais espaço para as pessoas partilharem as suas visões e ideias. Isso possibilitou que internautas passassem a não ser somente consumidores de conteúdo, mas também produtores. (Medeiros & Rocha, 2018, p. 8)

Bernardazzi e Costa (2017) utilizam a nomenclatura “youtuber” para identificar aqueles que “possuem canais no site YouTube, que postam produtos audiovisuais e que, a partir disso, podem acabar tendo retorno financeiro e transformando essa atividade em carreira profissional” (p. 152). Os autores destacam que

diferentemente do mercado audiovisual tradicional, como produtoras de vídeo, emissoras de televisão e produtoras de cinema, cuja realização do produto audiovisual se divide entre diversos profissionais, cada um desempenhando sua função - direção geral, fotografia, produção, edição, cenografia, iluminação, entre outras, no YouTube temos o destaque de um produtor de conteúdo que, por vezes, é parte única no processo de criação dos vídeos para a Internet. Assim, um único “profissional” é parte do processo de produção de conteúdo audiovisual. (Bernardazzi & Costa, 2017, p. 152)

Esse fator aproxima o produtor de conteúdo do seu público, pois conhece completamente cada parte do processo da criação de seus vídeos. Além disso, no YouTube, há a possibilidade de interação direta com os espectadores, por meio dos comentários e curtidas dos vídeos, gerando uma relação entre produtor e consumidor, que dialogam e fluem de tal maneira que podem, inclusive, se inverter, o que possibilita essa interação, principalmente, com os espectadores que se identificam com o conteúdo postado (Bernardazzi & Costa, 2017; Burgess & Green, 2009/2009; Coruja, 2017; Medeiros & Rocha, 2018).

Carvalho-Lima et al. (2021) realizam um estudo das narrativas sobre a surdez presentes em vídeos publicados em 2018 e 2019, em português, no YouTube. Os autores utilizam termos de busca como “surdo” e “surdo-mudo” e identificam uma predominância de narrativas que vinculam a surdez à incapacidade ou com um viés de doença.

Já Galindo-Neto et al. (2021) analisaram 402 vídeos produzidos em Libras e publicados no YouTube no ano de 2020 sobre o coronavírus, vinculados à área da saúde, voltados ao público brasileiro. Neste caso, os autores também utilizaram palavras-chave de busca (“coronavírus” e “Libras”) e identificaram que: (a) quanto mais longo o vídeo, maior a quantidade de visualizações, o que, para os autores, pode ter acontecido porque os vídeos mais longos eram, na sua maioria, bilíngues (Libras e português) e atingiram um maior público; (b) 64,7% dos vídeos foram postados por pessoas individuais e outros 35,5% eram vídeos publicados por canais institucionais; e (c) os temas dos vídeos eram na maioria sobre prevenção (20,6%), informações gerais (18,9%) e de notícias acerca do coronavírus (16,9%).

O YouTube tem sido colocado, neste sentido, com certo protagonismo em diferentes pesquisas, como os estudos sobre potencialidades didáticas (Asensio, 2018; Silva, 2011) e estudos sobre estados da arte, preocupados com o que tem sido veiculado e do impacto (Galindo-Neto et al., 2021; Sixto-García et al., 2021). Sixto-García et al. (2021), no caso, chegam a desenvolver a proposta de um método de análise de canais do YouTube de empresas de mídias de grande circulação, os chamados “periódicos de nativos digitais”. Para estes autores, muitos dos canais institucionais presentes no YouTube comungam com multiplataformas e *crossmedia* e o método de estudo desenvolvido está baseado na forma como estão narrados, se usam repositórios ou se há narrativas transmídias também presentes e dialogando com estes canais.

No nosso estudo, o foco de análise é mapear “a voz” que os próprios surdos estão ecoando na sua língua visual, a língua de sinais, dentro desta rede social de grande alcance. De modo específico, foca no protagonismo dos surdos (exclusivamente, pessoas físicas) e o que eles têm publicado, quais os temas recorrentes e qual o volume de acesso a esses temas. Para isso, a metodologia de estudo escolhida é a mesma desenvolvida em estudos de revisão de literatura (semelhante aos estudos de Carvalho-Lima et al., 2021; Galindo-Neto et al., 2021).

3. METODOLOGIA

A metodologia do estudo apresentado nesse artigo tem uma abordagem qualitativa. Ainda que se realize uma coleta de dados quantitativos, o foco da análise é qualitativo, visto que se preocupa com a identificação dos temas e com a relação desses dados numéricos com o contexto social e cultural dos surdos.

Trata-se de uma pesquisa do tipo descritivo. Conforme Gil (2002), esse tipo de pesquisa tem como foco central a descrição de características e fatores que compõem determinados fenômenos.

A estratégia de coleta de dados acompanha os pressupostos de uma revisão sistemática, seguindo o método dos principais itens para relatar revisões sistemáticas e meta-análises (Prisma). Esse método tem o intuito de auxiliar o pesquisador a se certificar de que sua revisão explica com clareza o motivo da pesquisa, como ela foi realizada e quais foram os resultados, através de uma *checklist* de 27 itens para que o processo de identificação, seleção, elegibilidade e inclusão dos dados seja feito de forma eficaz (Page et al., 2021).

Para realizar a identificação e análise dos canais produzidos por pessoas surdas foi utilizada a amostragem bola de neve, que é “uma forma de amostra não probabilística, que utiliza cadeias de referência” (Vinuto, 2014, p. 201). A busca dos canais foi efetuada na plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube, durante o mês de agosto de 2021, e a análise dos vídeos foi realizada durante os meses de setembro e outubro de 2021.

Na plataforma do site do YouTube, cada canal possui uma aba intitulada “canais”, na qual o dono do canal escolhe, de forma arbitrária, o que será exposto, podendo ser: inscrições em outros canais; inscrições em outros canais e canais em destaque; canais em destaque; ou não apresentar canais. Nessa pesquisa, consideramos buscar apenas os *canais em destaque*. Nesta aba, o proprietário do canal seleciona os canais que deseja expor. Esta escolha metodológica foi utilizada, pois se verificou que os canais analisados optaram, em sua totalidade, por expor na aba “canais em destaque” outros canais com a temática alinhada ao tema do próprio canal, o que possibilitou a aplicação do método bola de neve.

Assim, a primeira etapa consistiu em localizar um canal com conteúdo em Libras e feito por uma pessoa surda. Para isso, foi feita a busca pelo descritor “Libras surdez” no campo de pesquisa no site do YouTube. O primeiro vídeo que aparecia na listagem dos pesquisados tinha por título *Surdez É um Problema? | Libras • Léo Viturinno*, e, após clicar no canal, foi acessada a aba “sobre”, que contém informações a respeito do proprietário do canal. Assim, foi possível constatar que o proprietário é surdo, brasileiro e produz vídeos em Libras. Os “canais em destaque” do Léo Viturinno estavam identificados pelo título “Youtubers Surdos” e mostravam outros cinco canais. A partir de então, foi possível localizar outros canais, aplicando a amostragem por bola de neve (Vinuto, 2014).

Na segunda etapa, ao analisarmos a aba “canais em destaque” desses cinco outros canais, localizamos outras 55 opções de canais em destaque, que, após a exclusão dos duplicados, ficaram reduzidos a 20 canais. A terceira etapa consistiu no trabalho com os 20 novos canais, os quais geraram outros 51 registros de canais, totalizando 71 opções. Após nova exclusão dos canais duplicados, restou um total de 30 canais. Assim, consideramos que, após a terceira etapa, chegamos à exaustão da amostra (Vinuto, 2014), que consiste na repetição de indicações já localizadas e sem apresentar números significativos de novos registros, visto que dos 51 novos registros, apenas nove eram novas opções.

A quarta etapa consistiu na análise qualitativa para inclusão e exclusão de canais que atendiam ao critério da pesquisa. Os critérios de inclusão de dados na amostra da pesquisa foram: canais criados por pessoas surdas brasileiras, vídeos em Libras, com mais de 1.000 inscrições e atualizado recentemente (com, no mínimo, um vídeo postado no ano de 2021). Os critérios de exclusão foram: canais criados por pessoas ouvintes, vídeos em outra língua, que não a Libras, canais sem atualizações recentes e canais com menos de 1.000 inscrições.

Assim, após a aplicação da quarta etapa, dos 30 canais encontrados, foi feita a exclusão de 18 canais: 12 canais sem atualização recente; três canais em outro idioma; dois canais com menos de 1.000 inscrições e um canal sem vídeos publicados em 2021. Desse modo, sobraram 12 canais na amostra, dos quais um canal foi excluído, pois o dono do canal não é surdo, resultando, então, em uma amostra de 11.

As Tabela 1 e Tabela 2 mostram as etapas realizadas no estudo e seus resultados, caminho percorrido para a amostra.

	PRIMEIRA BUS- CA/CANAIS DA ETAPA ANTERIOR	CANAIS EM DESTAQUE	CANAIS DUPLICADOS E EXCLUÍDOS	CANAIS IDENTIFICADOS	RESULTADOS
Primeira etapa: identificação. Busca por canais no YouTube em Libras e feito por pessoa surda brasileiras	1	5	-	6	6
Segunda etapa: seleção	6	49	35	55	$55 - 35 = 20$
Terceira etapa: seleção	20	51	41	71	$71 - 41 = 30$

Tabela 1 Caminho percorrido para a composição da amostra conforme o método dos principais itens para relatar revisões sistemáticas e meta-análises

QUARTA ETAPA: PRIMEIRA ANÁLISE PARA VERIFICAÇÃO DE CON- FORMIDADE COM CRITÉRIOS PREESTABELECIDOS		
Elegibilidade	Realização da primeira análise	Canais excluídos na primeira análise: 18 Resultado: $30 - 18 = 12$
Inclusão	Realização da análise na íntegra	Canais excluídos na revisão: 1 Número de canais incluídos na amostra da pesquisa: 11

Tabela 2 Caminho percorrido para a composição da amostra conforme o método dos principais itens para relatar revisões sistemáticas e meta-análises

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na Figura 1 é possível visualizar a quantidade de vídeos postados em cada ano, num total de 913 publicações, considerando-se os canais que compuseram a amostra desta pesquisa e abrangendo o período entre 2006, ano da criação do canal mais antigo analisado, e 2021. Deve assinalar-se que, no ano de 2021, a amostra considerou apenas os meses de janeiro a agosto, ano este em que ocorreu a coleta de dados.

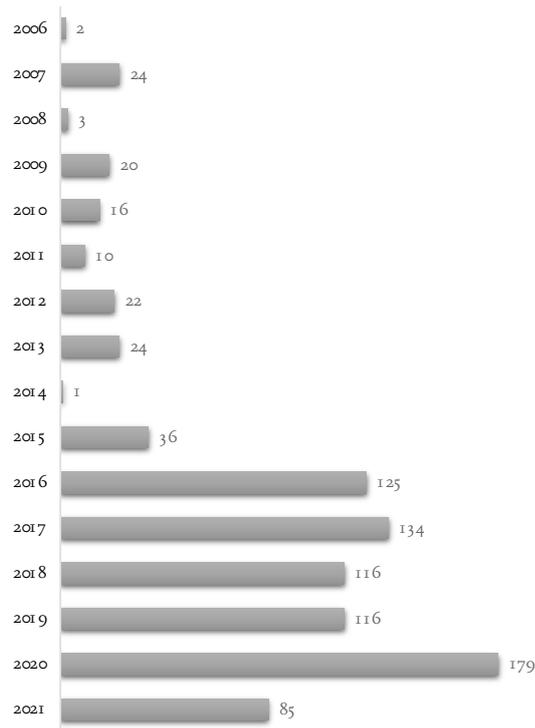


Figura 1 Quantidade de vídeos publicados em Libras por canais de pessoas surdas no Brasil por ano

Até ao ano de 2014 acontece uma oscilação da quantidade de publicações, sendo 2014 o período com menor quantidade de postagens, com apenas um vídeo publicado. A partir de 2015, ocorreu um aumento considerável em relação aos anos anteriores, sendo 2020 o ano com maior quantidade de publicações: 179 vídeos. Logo adiante, porém, em 2021, a quantidade de publicações sofre uma queda, com apenas 85 vídeos publicados, justamente porque a coleta de dados não considerou o ano completo.

Na Tabela 3, é possível visualizar os números de inscritos em cada canal, quantidade de vídeos publicados, ano de criação do canal e data do vídeo mais recente. Os dados estão ordenados pelo ano de criação do canal.

CANAIS	ANO DE CRIAÇÃO	INSCRITOS	NÚMERO DE VÍDEOS	VÍDEO MAIS RECENTE
Marazul Godoy	2006	2.960	246	17/07/2021
SurdTV-Gabriel Lélis	2007	5.050	35	25/04/2021
Kitana Dreams	2007	22.000	117	04/05/2021
Isflocos	2008	34.900	64	02/07/2021
Visurdo	2010	213.000	114	12/06/2021
Poupe com estilo	2011	1.890	33	15/03/2021
Olhos Caros	2013	3.410	70	02/06/2021
Beto Castejon	2014	11.100	50	18/04/2021
InvestLibras	2017	2.460	85	20/08/2021
Economika	2017	1.800	81	18/08/2021
Três Irmãs Surdas Gaspar	2018	6.560	18	01/04/2021

Tabela 3 Lista de canais de pessoas surdas brasileiras que publicam conteúdos em Libras com mais de 1.000 inscritos e com, no mínimo, um vídeo publicado no ano de 2021

O canal com maior quantidade de postagens, possui 246 vídeos e é, também, o mais antigo, denominado Marazul Godoy, que foi criado em 2006. Em contraposto, o canal com a menor quantidade de postagens, denominado Três Irmãos Surdas Gaspar, foi criado em 2018 e é o mais recente, contendo 18 vídeos, apesar de possuir o quinto lugar em termos de quantidade de inscritos. Somando os vídeos de todos os canais analisados, chegamos a 913 vídeos, postados entre 2006 e 2021, além de um total de 305.130 inscrições.

Após a visualização de cada um dos vídeos de cada canal, foi possível identificar que, embora cada um tenha o foco em algum assunto ou temática, praticamente todos diversificam os temas dos vídeos publicados, com exceção dos canais voltados estritamente para assuntos financeiros, que são o Economika, InvestLibras e o Poupe com Estilo. A Tabela 4 apresenta a classificação realizada dos 913 vídeos que foram divididos em 20 temáticas.

TEMÁTICA ABORDADA	QUANTIDADE DE VÍDEOS
Finanças	190
Identidade e cultura surda	90
Humor/comédia	86
Dicas	75
Jogo/desafio/brincadeira	74
Curiosidades	62
Vlog	60
Libras	51
Maquiagem	45
Relatos pessoais	37
Entretenimento (séries/filmes/televisão/teatro)	33
Culinária	20
História	20
Tag — perguntas e respostas	18
Respondendo comentários	17
Anúncio novidade canal	14
Convites (eventos)	10
Agradecimento	7
Saúde	4
Total	913

Tabela 4 Classificação dos vídeos de acordo com a temática abordada

Devido à exclusividade de assunto nos três canais sobre finanças, essa temática sai em vantagem dentre as demais listadas, com 190 vídeos sobre o assunto. Porém, mesmo com a maior quantidade de vídeos voltados para esse tema, o vídeo mais visualizado dessa temática possui apenas 11.000 visualizações, um número baixo em comparação com os vídeos mais visualizados que compuseram a amostra deste estudo.

Com o intuito de verificar que temáticas de vídeos são mais assistidas, selecionamos os vídeos que possuem mais de 100.000 visualizações. Dentre os 913 vídeos analisados, 24 vídeos possuem mais de 100.000 visualizações, sendo 18 vídeos do canal Visurdo, três vídeos do canal Isflocos e três vídeos do canal Kitana Dreams. Esses três canais, além de terem os vídeos mais visualizados, também têm a maior quantidade de inscritos, conforme mostrado na Tabela 3.

Na Figura 2, é possível observar como os vídeos voltados para a temática de identidade e cultura surda lideram as visualizações dos vídeos mais populares, concentrando 62%.

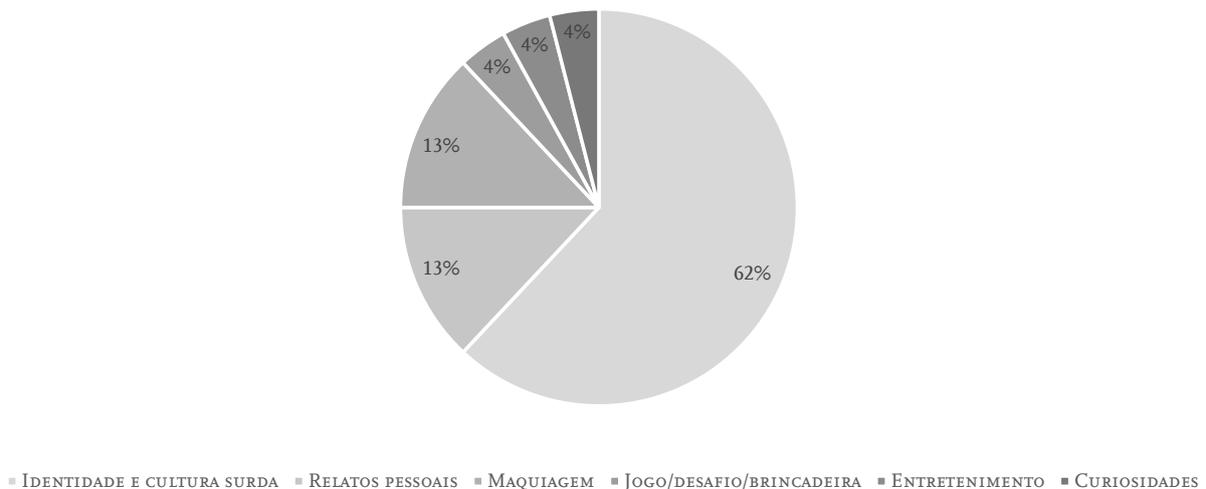


Figura 2 Vídeos com mais de 100.000 visualizações

Os vídeos da temática *identidade e cultura surda*, conforme analisado, possuem diversas respostas para questionamentos próprios daqueles que não integram a comunidade surda. Algumas dessas questões ficam em evidência nos títulos dos cinco vídeos mais visualizados dessa pesquisa: *Como É Ter uma Namorada Surda?* (2.700.000 de visualizações); *Como É Ser Surdo?* (1.000.000 de visualizações); *Gostamos de Ser Surdos?* (761.000 visualizações); *Surdo É Mudo?* (694.000 visualizações); *O Surdo Não Pode Fazer...* (674.000 visualizações). Podemos presumir que essa categoria recebe um maior número de visualizações devido à curiosidade que as pessoas não surdas possuem a respeito da comunidade surda. Da mesma forma que na pesquisa de Galindo-Neto et al. (2021), na qual os vídeos mais visualizados em Libras eram bilíngues, voltados a todos os públicos (surdos e não surdos), é possível interpretar que os vídeos produzidos por surdos brasileiros com maior acesso são aqueles que também podem atingir público não-surdo.

A tecnologia está em constante mudança, assim como as técnicas e estratégias para fazer um vídeo *bombar*, atrair mais público e os donos dos canais do YouTube precisam de acompanhar essa mudança. Uma das temáticas escolhidas para divisão dos assuntos foi o vlog¹, que não é exclusivo do YouTube, mas se popularizou por meio dele. Burgess e Green (2009/2009) definem o vlog da seguinte forma:

¹ Vlog é um tipo de blog em que os conteúdos predominantes são vídeos; abreviação de *videoblog* (vídeo + blog).

o vlog nos faz lembrar da característica residual da comunicação interpessoal cara a cara e fornece um importante ponto de diferenciação entre o vídeo on-line e a televisão. Não apenas o vlog é tecnicamente mais simples de ser produzido - geralmente necessitando pouco mais que uma webcam e habilidades básicas de edição -, mas também constitui um modo de abordagem direta e persistente do espectador que o convida naturalmente a uma reação. (p. 79)

Embora alguns pesquisadores do YouTube, como Amaro (2012) e Coruja (2017), definam o vlog de forma mais abrangente, o que englobaria a maior parte dos vídeos analisados neste artigo, optamos por classificar como vlogs apenas os vídeos que levassem esse título. Os vlogs aqui incluídos nesta temática são vídeos em que o dono do canal, em sua maioria, mostra trechos de viagens, de eventos ou momentos dos mais diversos.

Dito isto, abordamos o estudo de Coruja (2017), no qual ele discorre sobre a profissionalização dos criadores de vlog que graças à possibilidade de monetização nos vídeos de acordo com a quantidade de visualizações têm investido em cursos e workshops para melhoria de seu conteúdo e, conseqüentemente, maior alcance do público. E mesmo que, nos vídeos analisados, seja notável essa profissionalização dos produtores surdos do YouTube, devido à evolução na qualidade de imagem, conteúdo e da edição ao longo dos anos, menos de 2,6% dos 913 vídeos alcançaram 100.000 visualizações. Isso pode estar ocorrendo porque, mesmo sendo o YouTube um espaço democrático para postagem de vídeos, não há a entrega do conteúdo de forma democrática para o público, como explicado por Burgess e Green (2009/2009):

se o YouTube cria valor sobre o conteúdo amador, isso não significa que ele distribua o valor equitativamente. Algumas formas de produção cultural são acolhidas dentro das tendências de preferência dos visitantes do site e dos interesses comerciais dos proprietários do site. Outras formas de produção cultural são empurradas para a periferia do espectro por se situarem fora das preferências e interesses dominantes (...). O YouTube impulsiona conteúdos que tenham apoio de outros usuários. Embora esses mecanismos pareçam democráticos, eles têm o efeito de esconder as perspectivas minoritárias. O conteúdo das minorias obviamente circula pelo YouTube, viajando através de várias redes sociais até alcançar seus nichos de público, mas há pouca ou nenhuma chance de que esse conteúdo chegue a uma audiência maior por causa da escala na qual o YouTube funciona. (p. 162)

Dessa forma, considerando o que Burgess e Green (2009/2009) alertam, as pessoas surdas, enquanto público minoritário, podem ser impactadas negativamente devido à influência do algoritmo do YouTube, prejudicando as visualizações de quem produz vídeos em Libras em comparação com quem produz vídeos em português².

² Para confirmação dessa hipótese, são necessárias novas pesquisas que realizem essa comparação entre vídeos em Libras e vídeos em português da mesma temática.

Assim, o estudo nos mostra que a língua brasileira de sinais também está presente no YouTube e começa a ganhar volume, ou seja, o quantitativo de vídeos publicados está em crescente movimento, permitindo que os próprios surdos mostrem quem são e sua língua e cultura.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou identificar, categorizar e analisar os vídeos produzidos por pessoas surdas brasileiras, gravados em Libras. No decorrer da pesquisa, foi proposta uma categorização desses vídeos para uma melhor compreensão de quais assuntos têm despertado interesse em ser compartilhados por pessoas surdas criadoras de conteúdo e como o público tem respondido aos temas publicados, seja com as visualizações dos vídeos ou se inscrevendo no canal.

Os dados da pesquisa mostraram uma concentração na quantidade de vídeos voltados para a área financeira e um destaque em visualizações nos vídeos com o tema *identidade e cultura surda*, devido à curiosidade que pessoas fora da comunidade surda têm a respeito do desconhecido, já que, como mencionado, o contato com pessoas surdas no cotidiano é pouco ou praticamente nulo, sendo a internet uma fonte de acesso à informação.

As ferramentas disponibilizadas pelo YouTube, que permitem a interação entre as pessoas, se configurando como rede social, tornam esta plataforma digital um ótimo local de armazenamento e compartilhamento de vídeos para a comunidade como um todo, porém, como dito anteriormente, a função de algoritmo não garante uma distribuição dos vídeos de forma democrática e pode acabar por prejudicar os criadores de conteúdo de assuntos menos populares, que não são o nicho da grande massa.

A partir dos dados colhidos, podemos propor novas pesquisas que analisem a diminuição na quantidade de vídeos publicados em 2021, visto que foi o ano com menor número de publicações desde 2016: se foram fatores referentes à própria plataforma do YouTube ou se os criadores de conteúdo migraram para outras redes sociais mais favoráveis para disseminação de seu conteúdo.

A contribuição deste estudo está na visualização do panorama que os surdos estão ocupando nos espaços comunicativos mais amplos, como os identificados na rede social Youtube, e que, nesta plataforma, tem tido mais aceitação e consumo os temas de esclarecimento sobre a própria comunidade surda, sua língua e sua cultura.

É relevante apontar limitações do estudo que podem estar situadas nos recursos disponíveis para a busca dos vídeos na plataforma do YouTube. A plataforma não realiza buscas tendo como critério o perfil de usuários e autores de canais (como é o nosso foco neste estudo: autores surdos), mas tão somente por temas. Dessa forma, pode haver canais de pessoas surdas que não apareceram na amostra. Os resultados instigam também a uma série de necessidades de novos estudos, relacionados com recepção, design e produção, autoria, semiótica e interação.

REFERÊNCIAS

- Amaro, F. (2012). Uma proposta de classificação para os vlogs. *Comunicologia - Revista de Comunicação da UCB*, 5(1), 79–108. <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/3726>
- Asensio, M. D. (2018). Las TIC en el aprendizaje de las unidades fraseológicas en FLE: El uso de Youtube et Power Point como recursos didácticos. *Anales de Filología Francesa*, 26, 27–45. <https://doi.org/10.6018/analesff.26.1.352301>
- Bernardazzi, R., & Costa, M. H. B. V. da. (2017). Produtores de conteúdo no YouTube e as relações com a produção audiovisual. *Revista Comunicare*, 17, 146–160.
- Burgess, J. & Green, J. (2009). *YouTube e a revolução digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade* (R. Giassetti, Trad.). Aleph. (Trabalho original publicado em 2009)
- Carvalho-Lima, K. do S., Oliveira, I. A. de, & Santos, I. B. dos. (2021). Narrativas e representações sobre os surdos em tecnologias virtuais: Análise videográfica no site do YouTube®. *Revista Exitus*, 11(1), e020134. <https://doi.org/10.24065/2237-9460.2021v11n1ID1538>
- Coruja, P. (2017). Vlog como gênero no YouTube: A profissionalização do conteúdo gerado por usuário. *Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília*, 10(1), 46–66. <https://doi.org/10.24860/comunicologia.v10i1.8128>
- Decreto nº 5.626, de 22 de dezembro de 2005, Diário Oficial § 1 (2005). https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm
- Festa, P. S. V. (2012). *Youtube e surdez: Análise de discursos de surdos no ambiente virtual* [Dissertação de mestrado, Universidade Tuiuti do Paraná]. TEDE. <https://tede.utp.br/jspui/handle/tede/1494>
- Galindo-Neto, N. M., Sá, G. G. de M., Pereira, J. de C. N., Barbosa, L. U., Barros, L. M., & Caetano, J. A. (2021). Information about COVID-19 for deaf people: An analysis of YouTube videos in Brazilian sign language. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 74(1), e20200291. <https://doi.org/10.1590/0034-7167-2020-0291>
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. Atlas.
- Lacerda, C. B. F. de. (1996). *Os processos dialógicos entre aluno surdo e educador ouvinte: Examinando a construção de conhecimentos* [Tese de doutoramento, Universidade Estadual de Campinas]. Repositório da Produção Científica e Intelectual da Unicamp.
- Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, Diário Oficial (2002). https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/10436.htm
- Medeiros, F. P. de S., & Rocha, D. de C. (2018). Os canais do YouTube: Uma revisão bibliográfica. In G. M. Ferreira, M. do C. S. Barbosa, & S. Simon (Eds.), *Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1–11). Intercom.
- Morán, J. M. (1995). O vídeo na sala de aula. *Comunicação & Educação*, 2, 27–35. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.voi2p27-35>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Aki, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, ... Mother, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *The Bmj*, 372(71), 1–9. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Pinheiro, D., & Lunardi-Lazzarin, M. L. (2013). Produções culturais surdas no YouTube: Estratégias de negociação e consumo de identidades. *Revista Educação e Cultura Contemporânea*, 10(21), 121–153. <http://revistaadmmade.estacio.br/index.php/reeduc/article/viewArticle/334>

- Schlünzen, E. T. M., Di Benedetto, L dos S., & Santos, D. A. do N. dos. (2013). *História das pessoas surdas: Da exclusão à política educacional brasileira atual* [Trabalho de graduação, Universidade Estadual Paulista “Júlia de Mesquita Filho”]. Acervo Digital da Unesp. <http://acervodigital.unesp.br/handle/123456789/65523>
- Silva, P. R. M. da. (2011). *O impacto do vídeo no ensino do francês língua estrangeira* [Dissertação de mestrado, Universidade Católica Portuguesa]. Veritati. <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/8538>
- Silveira, G., & Amaral, M. (2012, 31 de maio a 2 de junho). *Movimento surdo e o ciberativismo através do YouTube e do Facebook* [Apresentação de comunicação]. XIII Congresso de Ciências da Comunicação Na Região Sul, Chapecó, SC, Brasil.
- Sixto-García, J., Rodríguez-Vázquez, A. I., & Soengas-Pérez, X. (2021). Modelo de análisis para canales de YouTube: Aplicación a medios nativos digitales. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 1–16. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1494>
- Strobel, K. (2016). *As imagens do outro sobre a cultura surda*. Editora da UFSC.
- Valiante, J. B. G. (2009). *Língua brasileira de sinais: Reflexões sobre a sua oficialização como instrumento de inclusão dos surdos* [Dissertação de mestrado, Universidade Estadual de Campinas]. Repositório Institucional UFSC. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/190810>
- Vinuto, J. (2014). A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: Um debate em aberto. *Temáticas*, 22(44), 201–218. <https://doi.org/10.20396/tematicas.v22i44.10977>

NOTAS BIOGRÁFICAS

Esther de Oliveira Souza é graduada em letras: língua brasileira de sinais (Libras) pela Universidade Federal de Goiás, é profissional tradutora e intérprete no par linguístico de Libras–língua portuguesa em central de atendimento de uma empresa prestadora de serviços de comunicação digital no Brasil. Atualmente é pesquisadora do grupo de pesquisa FORTRAD – Formação de Tradutores e Intérpretes de Língua de Sinais registrado no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico e os seus temas de interesses de pesquisa são: surdos, língua de sinais, tecnologias digitais, mídia, tradução e interpretação.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9706-7487>

Email: esther.agapto@outlook.com

Morada: Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Letras, Alameda Palmeiras, Quadra A, Câmpus Samambaia, CEP 74690-900, Goiânia - Goiás – Brasil

Juliana Guimarães Faria é doutora em educação e professora associada no Departamento de Libras e Tradução da Universidade Federal de Goiás. Atualmente é líder do grupo de pesquisa FORTRAD – Formação de Tradutores e Intérpretes de Língua de Sinais no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico e pesquisadora no Grupo de Atenção Integral à Saúde e Educação do Surdo, também no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, e é investigadora visitante na Universitat Autònoma de Barcelona desde 2018. É autora e coautora de várias publicações com apresentações em conferências nacionais e internacionais, com interesses de pesquisa em educação a distância, mídias digitais, tecnologia, formação de professores

e de tradutores e intérpretes de língua de sinais, ensino de língua de sinais, educação de surdos e políticas linguísticas e tradutórias.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4493-8944>

Email: julianagf@ufg.br

Morada: Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Letras, Alameda Palmeiras, Quadra A, Câmpus Samambaia, CEP 74690-900, Goiânia - Goiás – Brasil

Layane Rodrigues de Lima é doutora em linguística pela Universidade de Brasília. Atualmente é professora adjunta no Departamento de Libras e Tradução da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Goiás e, em particular, dos cursos de licenciatura em letras: Libras e bacharelado em letras: tradução e interpretação em Libras/português da Universidade Federal de Goiás e, também, é editora-chefe do periódico científico Revista Sinalizar da Faculdade de Letras/Universidade Federal de Goiás. Entre as diversas áreas de interesse, destacam-se a educação, com foco no processo de ensino-aprendizagem do português como segunda língua por surdos, e a Linguística, com foco na estrutura gramatical da Libras (formas sintáticas complexas) e no processo de aquisição de português como segunda língua por surdos.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5753-5247>

Email: layanelima@ufg.br

Morada: Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Letras, Alameda Palmeiras, Quadra A, Câmpus Samambaia, CEP 74690-900, Goiânia - Goiás – Brasil

Inés Martins é doutora em psicologia pela Universitat Autònoma de Barcelona, é professora e investigadora da Universitat Oberta de Catalunya nos Estudos de Ciência da Informação e da Comunicação. Faz parte do grupo de investigação NODES da Universitat Oberta de Catalunya e investigadora colaboradora grupo de investigação LOGOS da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Bahía. É autora e coautora de várias publicações com apresentações em conferências nacionais e internacionais, com interesses de pesquisa no âmbito da comunicação e design, semiótica e análise visual, representação, diversidade e estudos de gênero. Assim como também, participa no grupo de inovação docente da Universitat Oberta de Catalunya, implementando propostas de inovação docente no ensino on-line da comunicação e do design.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1805-654X>

Email: imartinsm@uoc.edu

Morada: Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, Rambla del Poblenou, 156, 08018 Barcelona - España

Submetido: 12/08/2022 | Aceite: 01/12/2022



Este trabalho encontra-se publicado com a Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.