

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* EM LINGUÍSTICA  
MESTRADO EM LINGUÍSTICA**

**ORILZO DE CAMPOS SILVA**

**O ENSINO DE LÍNGUA INGLESA EM UM CANAL DO YOUTUBE: UMA  
ABORDAGEM SOB O VIÉS DA GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL**

**CÁCERES-MT**

**2021**

**ORILZO DE CAMPOS SILVA**

**O ENSINO DE LÍNGUA INGLESA EM UM CANAL DO YOUTUBE: UMA  
ABORDAGEM SOB O VIÉS DA GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Linguística da Universidade do Estado de Mato Grosso (PPGL/UNEMAT), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Linguística, sob a orientação Professora Dra. Barbara Cristina Gallardo

**CÁCERES-MT**

**2021**

CIP – CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

S586e SILVA, Orilzo de Campos.

O ensino de Língua Inglesa em um canal do *Youtube*: uma abordagem sob o viés da Gramática do *Design* Visual / Orilzo de Campos Silva. – Cáceres, 2020.

86 f. ; 30 cm. (ilustrações) Il. color. (sim).

Trabalho de Conclusão de Curso (Dissertação/Mestrado) – Curso de Pós- graduação *Stricto Sensu* (Mestrado Acadêmico) Linguística, Faculdade de Educação e Linguagem, Câmpus de Cáceres, Universidade do Estado de Mato Grosso, 2020.

Orientadora: Dra. Barbara Cristina Gallardo.

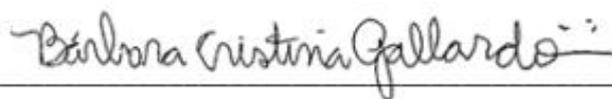
1. *Youtube*. 2. Ensino. 3. Gramática do *Design*. I. Gallardo, B. C., Dra.  
II. Título. III. Título: uma abordagem sob o viés da Gramática do *Design* Visual.

CDU 811.111:004.738.5

**ORILZO DE CAMPOS SILVA**

**O ENSINO DE LÍNGUA INGLESA EM UM CANAL DO YOUTUBE: UMA  
ABORDAGEM SOB O VIÉS DA GRAMÁTICA DO DESIGN VISUAL**

**BANCA EXAMINADORA**



---

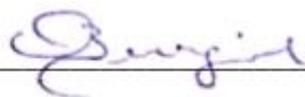
Prof.<sup>a</sup> Dra. Bárbara Cristina Gallardo (Orientadora – PPGL/UNEMAT)

---

PROF. DR. VALDIR SILVA  
PPGL/UNEMAT

Prof. Dr. Valdir Silva (UNEMAT)



---

Prof.<sup>a</sup>. Odete Burgeile (UNIR)

**APROVADA EM: 05/05/2020**

Para minha força que nunca seca minha mãe Ilza Maria de Campos Silva e minha irmã Glaucia Maria de Campos Silva que estão sempre comigo me apoiando e aqueles estarão em mim sempre, minha avó Luciana Figueiredo de Campos (in memoriam) todo o meu afeto e para meu linguista não oficial Euclides Dias Martins Filho (in memoriam). Grato por estarem em mim e permanecerem.

## AGRADECIMENTOS

Tantos e todos, mas em especial a minha orientadora Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Barbara Cristina Gallardo tão querida e solícita que eu jamais poderia imaginar alguém melhor para me orientar e me preencher com tanta abertura de mente e coração. Mais do que a escrita que não compreende todo o espaço para dizer e manifestar ficarei com as conversas e troca preciosa de ideias e experiências. Levarei comigo essa forma tão única e sábia em orientar, permitindo que eu pensasse e achasse o melhor caminho para compreender um fenômeno da língua e da vida. Meu profundo muito obrigado.

Agradeço ainda a todos os meus professores do curso de Letras UNEMAT/Cáceres, em especial Prof Dr Valdir Silva que foi meu orientador na graduação e quem me deu a honra de estar nessa banca de dissertação e por quem sempre terei imenso carinho e gratidão. E a todos os professores do PPGL/UNEMAT me proporcionaram a experiência única de aprender com desejo e vontade.

Ao Programa de Pós-Graduação em Linguística PPGL da Unemat por proporcionar o privilégio de iniciar e finalizar uma pós-graduação na minha cidade natal e assim proporcionar pensarmos a língua e ter um espaço de pensamento linguístico nessa região do país.

À CAPES/CNPq, pelo incentivo à pesquisa que me possibilitou realizar esse trabalho.

À UNEMAT que é minha instituição que proporcionou tantas oportunidades e ainda prossegue. A quem amo e defendo profundamente.

A todos meus colegas da pós-graduação que estiveram presentes nas angústias e alegrias desse percurso que é realizar uma pós-graduação, em especial meus queridos Hélio Mendes, Guilherme Vargas, Jaqueline Fernandes, Deise Friedrich, Antônia, Jéssica, Erisvânia, Márcia, Magno e Cristiane. Grato meus queridos e que nossos caminhos continuem nos levando aos melhores encontros com as melhores conquistas.

E aqui a todos meus amigos queridos e filhotes que acompanharam e apoiaram direta ou indiretamente conversando e me incentivando durante esse caminho árduo, mas recompensador. Se sintam homenageados meus queridos Uilliam Esmar, Edmar Nunes, Suellen Catherine Munhe, Andrey Thiago Gaiva e Tharso Ávila Brito. Bruna

Matarazzo, Marlon Vinicius, Ternize Guenka, Huama Monteiro, Luis Augusto, Ketery Caroline, Juliana Arini, Paula Mendes, Carlos Alexandre, Fernanda Surubi, Ana Rosa Rodrigues, Marcelly Munhe. Meus sobrinhos amados Mellyza e Andrew. Meu irmão Odir e meu pai José Airton e minha amada tia Nélia. Minhas amigas Anna Frida e Renata. E ao meu querido amigo que já partiu Jonathan Krueger.

Enfim, a todos que estão presentes em minha vida ou mesmo em meus pensamentos e cujo nome não me lembrei agora meu mais profundo.

Muito obrigado!

*Agora não quero saber mais nada,  
só quero aperfeiçoar o que não sei.*  
Manoel de Barros

## RESUMO

O Youtube é uma plataforma que popularizou práticas de assistir vídeos e possibilitam a exibição de variadas formas de entretenimento e também o ensino de idiomas. A possibilidade de aprender um idioma de forma autônoma foi, assim, ampliada para o ambiente virtual. O canal do YouTube selecionado para este trabalho para analisar os elementos presentes em seu aspecto visual foi o canal *English in Brazil by Carina Fragozo*. O vídeo intitulado “Cuidado com o *I want* no restaurante” é um dos mais assistidos no canal. O objetivo desta dissertação, portanto é verificar as características visuais apresentadas no vídeo no canal “*English in Brazil by Carina Fragozo* e verificar a partir do alcance teórico da Gramática do Design Visual (GDV) de Kress e van Leeuwen (2006) as metafunções que estão presentes nos vídeos além de observar as estratégias visuais estão vinculadas no vídeo em questão. O processo metodológico foi feito a partir de uma abordagem qualitativa e interpretativa com seleção de um vídeo e compartilhado em forma de telas selecionadas do vídeo registrados no Canal *English in Brazil*. A partir da teoria da Gramática do Design Visual (GDV) e que se inserem na perspectiva da Linguística Aplicada realizamos uma análise das características visuais de um vídeo do canal, ressaltando as metafunções da linguagem, compreende as metafunções metafunção representacional narrativa e conceitual partimos para identificação dessas metafunções em funcionamento nos frames selecionados segundo a teoria da GDV. A discussão do funcionamento de elementos presentes no vídeo durante o processo de ensino de idiomas permite a observação de estratégias que são próprias do YouTube como plataforma de alcance e oferta de conteúdo visual e voltadas no canal no ensino de língua inglesa.

**Palavras-chave:** YouTube; Ensino de inglês; Gramática do Design

## **ABSTRACT**

YouTube is a platform that turn video display very popular and enables the display of various forms of entertainment and also language teaching. The possibility to learn a language autonomously was thus extended to the virtual environment. The YouTube channel English in Brazil by Carina Fragozo was selected to be analyzed in its visual aspects for this research. The video entitled “Watch the use of ‘I don’t want’ at restaurant” is one of the most watched on the channel. The purpose of this master thesis, therefore is to verify the visual characteristics are in the video on the channel “English in Brazil by Carina Fragozo” and else to verify from the theoretical scope of the Grammar of Visual Design (GDV) by Kress and Van Leeuwen (2006) the metafunctions that are in the videos in addition to observe the visual strategies are related in video selected. The methodological process was based on a qualitative and interpretative approach and the selection of a video and shared in the form of selected screens from the video recorded from the English in Brazil channel. Based on the theory of the Grammar of Visual Design (GDV) and which are inserted in the perspective of Applied Linguistics, we carry out an analysis of the visual characteristics of a channel video, highlighting the metafunctions of language, whose are the metafunctions narratives, conceptual, representational. We set out to identify these metafunctions through the frames selected according to the GDV theory. The discussion of the functioning of elements in the video during the language teaching process allows the observation of strategies that are characteristics of YouTube as a platform for reaching and offering visual content to the channel in English language teaching.

**Keywords:** YouTube; English teaching; Grammar of Visual Design

## LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 .....	22
Figura 2 .....	23
Figura 3 .....	24
Figura 4 .....	24
Figura 5 .....	25
Figura 6 .....	25
Figura 7 .....	26
Figura 8 .....	26
Figura 9 .....	27
Figura 10 .....	28
Figura 11 .....	52
Figura 12 .....	60
Figura 13 .....	63
Figura 14 .....	63
Figura 15 .....	66
Figura 16 .....	67
Figura 17 .....	68
Figura 18 .....	69
Figura 19 .....	71
Figura 20 .....	72
Figura 21 .....	74/75
Figura 22 .....	76
Figura 23 .....	77
Figura 24 .....	78
Figura 25 .....	79

## LISTAS DE QUADRO

Quadro 1 .....	54
----------------	----

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
-------------------------	-----------

### CAPÍTULO I

<b>O YOUTUBE .....</b>	<b>18</b>
------------------------	-----------

1.1	Histórico do YouTube: uma plataforma global .....	19
1.2	Características e Funcionamento do YouTube .....	21
1.3	Youtubers.....	31
1.4	Ganhos Financeiros do YouTube .....	34
1.5	O YouTube Edu .....	38
1.6	O YouTube como plataforma para ensino e aprendizagem de LE .....	40

### CAPÍTULO II

<b>PRESSUPOSTOS TEÓRICOS .....</b>	<b>49</b>
------------------------------------	-----------

2.1	Gramática Sistêmico-Funcional .....	49
2.2	A Gramática do Design Visual (GDV) .....	52
2.3	As Metafunções da linguagem .....	55
2.4	Metafunção Representacional Narrativa e Conceituais .....	56
2.5	Metafunção Composicional.....	57
2.6	Metafunção Interativa .....	58

### CAPÍTULO III

<b>REFERENCIAL METODOLÓGICO .....</b>	<b>59</b>
---------------------------------------	-----------

3.1	O Canal Selecionado .....	59
3.2	O vídeo selecionado.....	61

### CAPÍTULO IV

<b>DESCRIÇÃO E ANÁLISE DO VÍDEO ‘INGLÊS NO RESTAURANTE’ .....</b>	<b>62</b>
---	-----------

4.1	Análise da Metafunção Representacional Narrativa.....	65
4.2	Análise da Metafunção Representacional Conceitual .....	68
4.3	Análise da Metafunção Interativa.....	70
4.4	O contato.....	76
4.5	Análise da Metafunção Composicional: Valor de informação e saliência .....	78
4.6	Aspectos da GDV considerados .....	80

<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>82</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>84</b>

## INTRODUÇÃO

A plataforma de vídeos YouTube popularizou muitas práticas que antes só aconteciam na escola, em ambientes físicos, sendo uma dessas práticas, o ensino de língua estrangeira. O Youtube permite o acesso de qualquer pessoa que tenha internet a disposição e apresentam o conteúdo de forma informal, sem o mesmo formato dos ambientes analógicos conhecidos como a sala de aula, cursos regulares, por exemplo) até então. Pela informalidade da plataforma há uma identificação implícita da audiência da plataforma com o conteúdo que este apresenta.

O fato de ser professor de inglês e usuário da plataforma YouTube determinou a escolha deste tema de pesquisa. Os vídeos dos canais que ensinavam inglês me chamaram a atenção pelas características que diferiam sobremaneira das aulas que eu costumava frequentar e também ministrar. Primeiro pela duração dos vídeos e, segundo pelo tipo de aprendizagem móvel que disponibilizavam. Por ter trabalhado anteriormente com iniciação científica e bolsista PIBIC e poder ter olhar sobre um assunto tão contemporâneo e que envolve diretamente a língua e seus contextos. O YouTube teve então esse efeito como um telespectador e pesquisador desse ambiente virtual que atrai uma audiência mundial. A pesquisa científica em especial a iniciação científica que aborda métodos diferentes para chegar a reflexões tão atuais e mesmo projeções futuras encaminhou para a curiosidade e mesmo urgência do tema e que tem uma relação muito próxima ao ensino de idiomas algo muito presente na minha experiência como professor de inglês.

A internet proporciona essa ausência de barreiras culturais tão presentes entre países se considerarmos a presença física de um encontro físico entre indivíduos de línguas diferentes e que poderiam limitar o estudo de alguma forma. Há hoje oportunidades de ouvir diferentes sotaques do Inglês com suas variações regionais e nacionais.

O canal *English in Brazil by Carina Fragozo* ensina a língua inglesa desde 2013 de modo descontraído, rápido, em português, com uso da linguagem informal. O canal conta com mais de 1 milhão de seguidores no YouTube. A escolha deste canal foi feita por se tratar de uma brasileira que ensina uma língua estrangeira e também porque

arina foi escolhida como embaixadora do YouTube.edu. Se tratando da área educacional essa inclusão do formato do YouTube para a educação permitiu observar a abordagem da plataforma para áreas de ensino formal e atingir portanto uma maior audiência. Nossa inquietação foi a de analisar mais profundamente o atrativo de tais elementos audiovisuais do canal e a eficácia em atrair a atenção da audiência do canal.

A base para a escolha do vídeo partiu observando o período de sua publicação que não poderia ser uma postagem de um período muito anterior ao crescimento d canal já que as estratégias poderiam ser outras e muito diferentes. E importante observar também o critério de popularidade do vídeo e seu alcance de pessoas que assistiram. O ensino da língua inglesa por intermédio do vídeo, portanto é realizada pela edição do vídeo que acontece a partir do tema delimitado e os elementos escolhidos pela youtuber Carina que devem ser ressaltados para a audiência virtual. O vídeo para esta análise e será detalhado na área que compreende a metodologia preencheu os requisitos para que pudesse ter a relevância necessária desse estudo sobre esse ensino de inglês audiovisual e suas características intrínsecas. Analisamos nesses vídeos, como se dá o ensino de língua inglesa, a partir dos elementos visuais disponíveis, que incluíram as artes visuais, trilha e edição e o roteiro. É um vídeo do canal postado no dia 17 de outubro de 2018 e um dos visto com 943.074 visualizações até a presentedata<sup>1</sup>.

Assim, utilizando os pressupostos teóricos da Gramática do Design Visual(GDV) (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996), analisamos as características de um vídeo e os aspectos multimodais que conectam os seguidores ao canal escolhido. Os objetivos da pesquisa são: registrar as características da plataforma Youtube e seu funcionamento como plataforma de ensino de idiomas; verificar as metafunções pontuadas pela GDV presentes os no vídeo no canal “*English in Brazil by Carina Fragozo*. e observar as estratégias visuais vinculados ao ensino nos vídeo. Apesar de a GDV atentar-se para imagens estáticas, consideramos nesta pesquisa que os tipos de imagens que compõem nosso corpus possuem características que podem ser observadas por meio da análise dos frames dos vídeos. E assim o objetivo desta dissertação é realizar por intermédio do suporte teórico da GDV que tratam das metafunções apontar o funcionamento desses elementos no vídeo selecionado e a partir das percepções analíticas desses mecanismos metafuncionais proporcionar a apreensão de estratégias

---

<sup>1</sup> 18/12/2019

que o ensino de idiomas está diretamente incorporado no material audiovisual que ora se apresenta na plataforma de alcance global que é o YouTube.

Os capítulos desta dissertação se apresentam então da seguinte maneira: No primeiro compreendemos o YouTube e todo o seu histórico, funcionamento e alcance global da plataforma. Com detalhamento de funcionamento da plataforma. Identificamos quem são os Youtubers e como o processo de ganho financeiro da plataforma. Um breve histórico do Youtube e por final como acontece o ensino e aprendizagem de língua estrangeira no site. Já no segundo capítulo são apresentados os pressupostos teóricos que guiam este trabalho e que trata de uma abordagem da Gramática Sistêmica-Funcional de Halliday para em seguida apresentar a Gramática do Design Visual (GDV) com as definições das Metafunções (Representacional Composicional e Interativa). No capítulo três debruçamos sobre o processo metodológico que inclui, portanto o detalhamento do canal selecionado e especificamente o vídeo selecionado e como feita a análise a partir desse referencial metodológico dado. No quarto capítulo tratamos da descrição e análise do vídeo escolhido. E, portanto as subdivisões de cada análise referente a cada metafunção observada. E encerramos com as considerações finais sobre as impressões e contribuições obtidas a partir desta dissertação.

Considerando as questões de um ambiente virtual com barreiras cada vez mais poucas definidas e que mesmo podem ser um apoio ou redefinir a maneira como percebemos o ensino de idiomas como conhecemos é um muito importante que como pesquisadores ou mesmo usuários das plataformas nos inteirarmos dos mecanismos presentes nessas plataformas e que muitas vezes nos permitem ficar por muito tempo pesquisando ou por apenas mero entretenimento. As plataformas visuais são ferramenta que devem ser entendida e discutida para que nos encontremos na mesma página com relação ao uso tecnológica que a comunidade humana se encontra atualmente com questões contextualizadas que permeiam todas a noção de cultura, audiovisual e ensino e este é o cerne deste trabalho na investigações dessas questões.

## **CAPÍTULO I**

### **O YOUTUBE**

Neste capítulo, apresentamos a plataforma YouTube, seu funcionamento, histórico de criação e implicações para a comunicação que é estabelecida, a partir dos vídeos disponibilizados no site. Entender sua criação e avançar nas transformações percebidas em relativo curto espaço de tempo nos permite inferir sobre o papel deste site no cotidiano de seus usuários, na exposição e formação de identidades virtuais, bem como na comunicação e extrapolação de sentidos e propósitos iniciais da plataforma, muito observados na atualidade digital como observa José Manuel Moran (2000 p. 34) comenta:

A força da linguagem audiovisual está no fato de ela conseguir dizer muito mais do que captamos, de ela chegar simultaneamente por muito mais caminhos do que conscientemente percebemos e de encontrar dentro de nós uma repercussão em imagens básicas, centrais, simbólicas, arquetípicas, com as quais nos identificamos ou que se relacionam conosco de alguma forma.

O vídeo com as facilidades de compartilhamento atual e formato multimodal se tornou um meio de comunicação tão padrão que cada vez mais informações estão disponíveis apenas no formato de vídeo. (PRENSKY, 2009 p.2) Assim além do Youtube há outras plataformas conhecidas de vídeo na internet conhecidas na internet dos quais se destacam o Vimeo, criado em 2004 que além de ser uma plataforma de vídeo é também uma comunidade que tem um enfoque audiovisual mais artístico e tem realizadores profissionais que produzem desde vídeos musicais a curtas metragens feitos de modo com um acabamento especializado já que sua comunidade abrange profissionais que são diretores profissionais, designers e cinegrafistas. No Vimeo há opções mais avançadas que estão disponibilizadas mediante o pagamento do serviço e eis uma das grandes diferenças sobre o Youtube que atualmente serviço pago, mas em sua maioria de serviços é oferecido de forma gratuita.

## 1.1 Histórico do YouTube: uma plataforma global

O Daily Motion também um site gratuito que permite a hospedagem de vídeos, possui uma interface que recorda a interface do YouTube no início, criado em 2005, na França. Para utilizar os serviços, o usuário não precisa criar uma conta na plataforma e pode logar com um perfil no Facebook e realizar a postagem dos vídeos na plataforma. É um dos maiores sites de vídeo da internet assim como o Youtube. O Daily Motion oferece os vídeos divididos em categorias na sua interface da plataforma que abrange notícias; esporte; entretenimento; música.

O Metacafe, criado em 2003 que é um site especializado em entretenimento multimídia que é possível encontrar conteúdo em categorias como filmes, vídeos, canções, videogames e televisão. Seu grande diferencial é parceria com grandes estúdios de cinema, gravadoras musicais, ligas esportivas, redes de TV e outros. O que proporciona ao usuário da plataforma um material visual de qualidade e de forma gratuita. Há a necessidade de realizar um cadastro com senha e login ou mesmo vincular a conta no Facebook, possibilitando também o compartilhamento do conteúdo.

O Instagram, uma das maiores redes sociais no mundo foi criado em 2010 por Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger (PIZA, 2012) adquirido pelo Facebook em abril de 2012 era inicialmente era uma plataforma para disponibilizar apenas fotos com se popularizou e desde junho de 2018 possui o chamado “IGTV” que é um aplicativo integrado ao sistema do Instagram que permite vídeos longos de até uma hora de duração. Desde então o Instagram começou a atrair criadores de conteúdo. Seja em casa, no trabalho ou no lazer as pessoas se sentem a vontade para demonstrar a sua vida para os amigos, familiar e até mesmo desconhecidos. (SANTOS & SANTOS, 2014 P. 313).

O Facebook foi criado por Mark Zuckerberg, um estudante de Harvard e lançado em 4 de fevereiro de 2004 (TORRES, 2009, p. 140). É outra rede social digital com enorme quantidade de usuários no mundo, muito utilizada para as mais diversas finalidades desde criações de comunidades com interesses específicos até compartilhamento de notícias e eventos. E também dispositivos de audiovisual que podem realizar transmissões ao vivo e compartilhamentos de vídeos em geral desde que não interfira assim como outras demais redes sociais o rígido termo de diretrizes do site. E por fim O YouTube, site que foi lançado no ano de 2005, por Chad Hurley,

Steve Chen e Jawed Karim que anteriormente trabalharam no Paypal (empresa de pagamentos online). Sua popularização ocorreu a partir de sua venda para o Google, pelo valor de 1,65 bilhão de dólares em 2006, sendo categorizado como um dos sites mais acessados do mundo, com aproximadamente 85 milhões de vídeos publicados (BURGESS, 2009, p. 17-18). O domínio do “YouTube.com” foi ativado em 15 de fevereiro de 2000.

A aquisição pelo Google foi oficialmente finalizada em 13 de novembro de 2006 em uma compra estimada em 1,65 bilhão de dólares. Atualmente o Youtube hospeda uma grande e crescente variedade de filmes, clipes musicais e vídeos domésticos. O material que é disponibilizado na plataforma pode ser encontrado em blogs e sites pessoais através de mecanismos de compartilhamento e que está vinculado ao grupo Google.

Após pouco mais de um ano de ser vendido para o Google, em novembro de 2007, dois anos após sua criação, era já era considerado o site de entretenimento mais popular do Reino Unido. Em abril de 2008, o YouTube disponibilizava algo em torno de 85 milhões de vídeos e crescendo exponencialmente. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 18). Atualmente o Youtube conta com mais de dois bilhões de usuários conectados que acessam a plataforma todos os meses.

O acesso diário do YouTube chega mais a mais de um bilhão de horas de vídeo e geram bilhões de visualizações. Dessas visualizações mais de 70% do tempo de exibição do YouTube vem de dispositivos móveis. A plataforma já lançou versões locais em mais de 100 países. É possível acessar o YouTube em até 80 idiomas diferentes. O número de canais que tiveram receitas anuais de seis dígitos no YouTube cresceu mais de 40% ano a ano. Atualmente a idade do público principal que assiste o Youtube tem em média de 18 a 34 anos. Apenas nos dispositivos móveis o Youtube atinge mais pessoas nessa faixa de público nos EUA do que qualquer canal de televisão. (YOUTUBE, 2020.). Brunner (2013, p.1) pontua que:

Entre os principais fatores para o sucesso do Youtube estão os seguintes critérios: acessibilidade, você pode usá-lo em qualquer lugar, a qualquer hora e gratuitamente. É fácil de usar, permitindo upload fácil de vídeos que pode se inscrever em diferentes canais. O YouTube é autêntico e oferece conteúdo multicultural rico que fornece uma visão única da cultura alvo.

A decisão do Google em comprar o sistema do Youtube de publicações de vídeos teve o intuito de unificar a aquisição com o serviço Google Video. Com o interesse em expandir o mercado de publicidade de vídeos através de seu serviço de publicidade conhecido como “AdSense” e a busca em se consolidar com um dos maiores serviços de internet no mundo. (WebTV Joinville - HD - Parte 1.avi. 4:16”).

A seguir apresentamos as principais características da plataforma e como esta disponibilizada sua interface.

## **1.2 Características e Funcionamento do YouTube**

O YouTube é uma mídia digital que demanda fortemente apelo visual e, portanto sua estrutura prioriza os vídeos com a disposição de vídeos com interesse similar ao assunto buscado e com formato de quadros menores ou maiores que preenchem a tela que o usuário esteja utilizando, além de possibilitar o compartilhamento do vídeo com hiperlinks ou diretamente em outras redes sociais compatíveis. O formato digital permite diferentes qualidades do material postado, mas com maior importância o que é falado e de maneira direta e imediata. A plataforma YouTube não é uma geradora de conteúdo por si só, mas sim uma plataforma que reúne conteúdos produzidos pelos seus usuários. O YouTube atrai os usuários para a experiência de visualizar vídeos e se engajar com o conteúdo como comentadores e criadores (EDUCAUSE, 2006 p.2).

No universo online, a rapidez da fala é acompanhada pela naturalidade que lhe é característica. A plataforma permite a postagem de vídeo sem a necessidade de uma comprovação específica de formação acadêmica ou determinado grau de especialização para o assunto a ser abordado no canal. Isso possibilita que qualquer usuário crie sua conta na plataforma, produza seu vídeo e comece a postagem, de acordo com sua vontade e frequência.

Apesar das expectativas financeiras é possível ver uma autonomia e diversidade nos vídeos bem como nos perfis dos youtuber, as idades, perfis e profissões variadas. Por ser uma plataforma com abrangência mundial, essas variações de conteúdo postado, produtores e forma de produção ganha um alcance global, situação a qual podemos inferir que podem influenciar um padrão de linguagem, de consumo e de gostos.

A seguir a página inicial e a descrição dos elementos primordiais que compõe a plataforma:

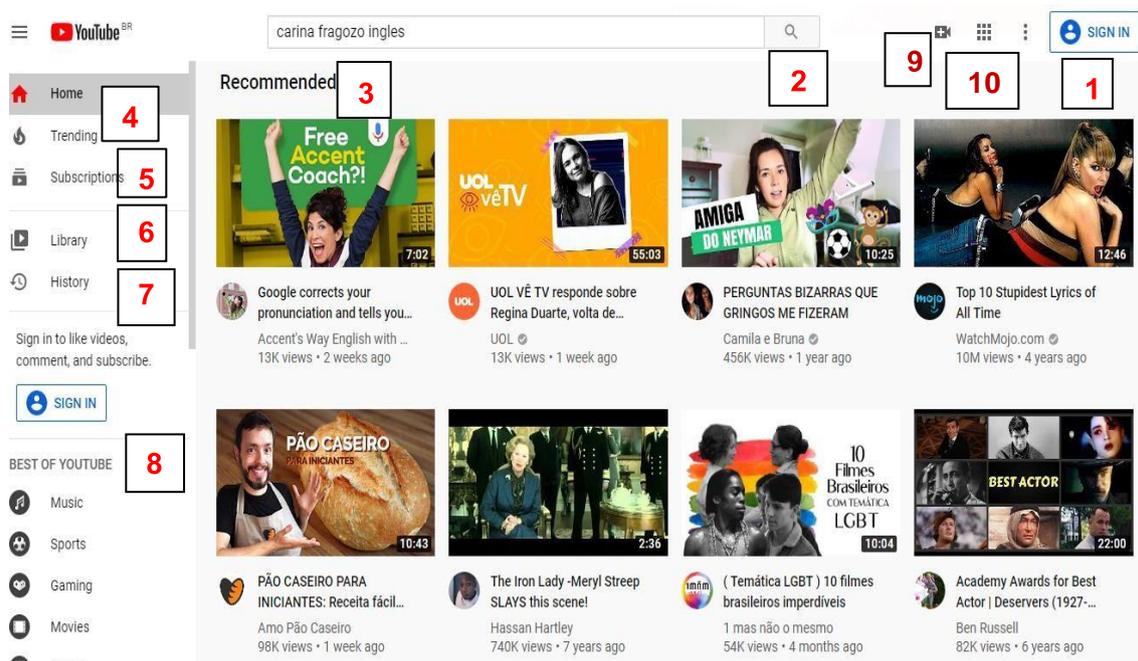


Figura 1 Página inicial do Youtube.

Fonte: Youtube, 2019.

Na figura 1, encontramos as seguintes disponibilidades para interação:

- 1) Espaço para login: o usuário que tem uma conta no G-mail do Google pode entrar com senha e entrar na plataforma.
- 2) Espaço para busca: espaço para digitar e realizar a busca por vídeos disponíveis na plataforma.
- 3) Vídeos recomendados: Espaço que comporta os vídeos à mostra na página com os vídeos recomendados pela busca anterior do usuário ou recomendações do próprio YouTube.
- 4) Em Alta: Trata-se de um ranking com os vídeos mais vistos no momento. No Brasil são chamados dos vídeos “em alta”.
- 5) Inscrição: Aparecem aqui todos os canais que o usuário é inscrito.
- 6) Biblioteca: Todos os vídeos salvos pelo usuário que podem ser vistos a qualquer momento sem a necessidade da busca.
- 7) Histórico: Todos os vídeos visualizados pelo usuário da plataforma.
- 8) Melhor do YouTube: Recomendações de outras áreas e atrações oferecidas pela plataforma que inclui música, esportes, cinema, jogos, notícias, ao vivo e vídeos 360°.

- 9) Espaço para criar ou postar um vídeo na plataforma.
- 10) Aplicativos do YouTube: outros aplicativos do YouTube (YouTube TV, YouTube Music, YouTube Kids, YouTube for Artists).

Há restrições de censura estatal de acordo com o país. É possível acessar os vídeos de YouTube de qualquer lugar do globo, desde que se tenha acesso livre à internet, mesmo não sendo da mesma nacionalidade do produtor do vídeo do canal que determinado seguidor é acostumado a acompanhar.

O YouTube também funciona como uma rede social, na medida em que cada participante da plataforma pode ter seu próprio canal e, portanto, a interação pode partir da comunicação com os outros usuários somente a partir do login para comentar e interagir com os vídeos. Como rede social, a diversidade de idade e perfis é muito variada tal como as intenções de entretenimento e informações diversas, muitos preferem usá-la para criar laços. De acordo as características elencadas por Duffy (2008, p. 123) pontuamos assim o formato visual do Youtube:

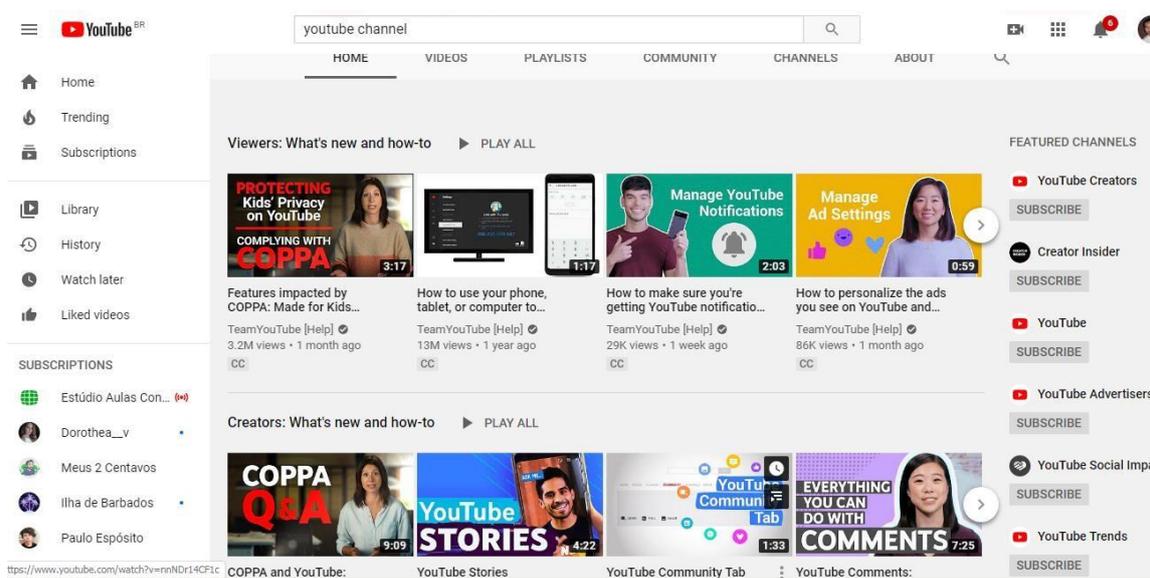


Figura 2: Quantidade e variedade de conteúdo de vídeo, que pode incluir filmes, videoclipes, conteúdo amador, vídeos originais curtos (DUFFY, 2008 p123).

Fonte: Team YouTube Help, 2019

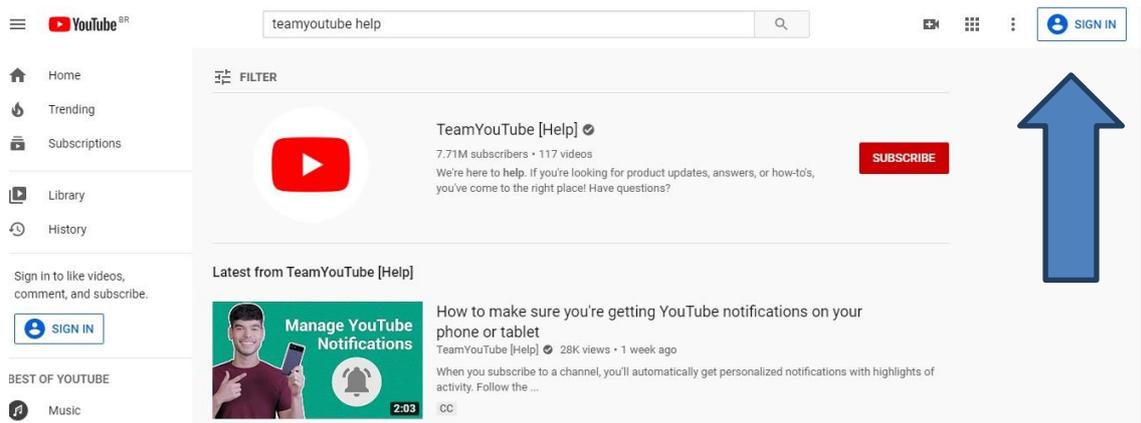


Figura 3• Usuários que não estão logados tem acesso à maioria dos vídeos; já usuários logados e registrados podem fazer o upload ilimitado de vídeos (DUFFY, 2008 P. 123).  
Fonte: Youtube, 2019.

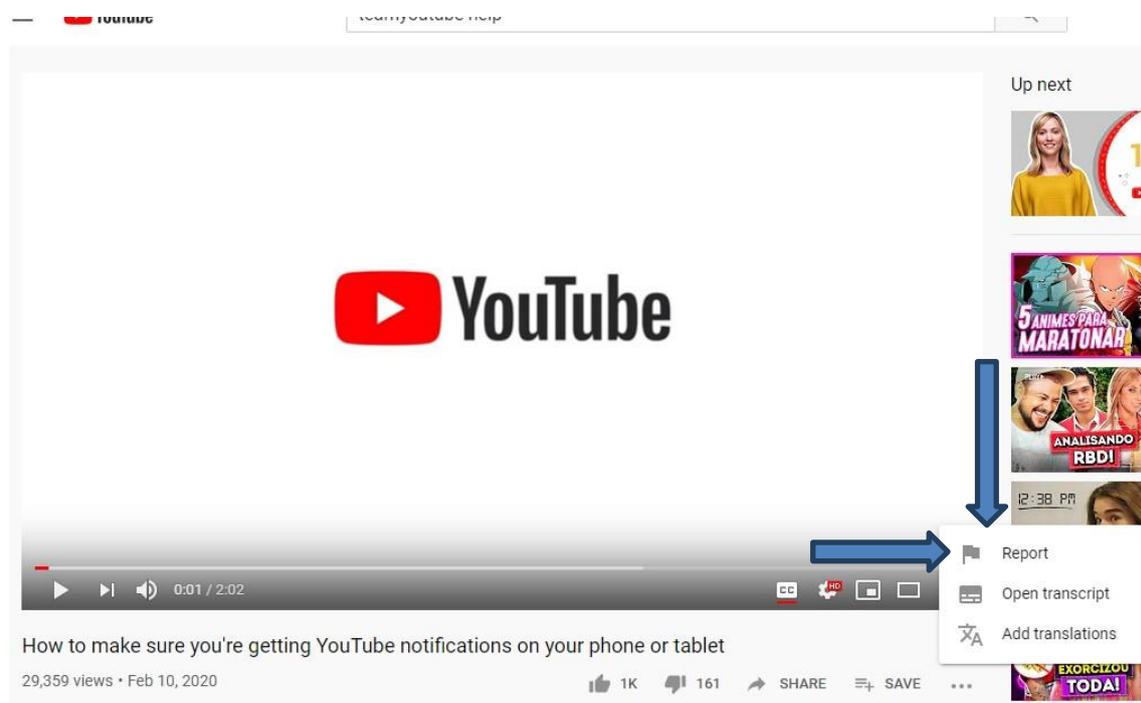


Figura 4 Sinalizador- a capacidade de indicar um vídeo com conteúdo inadequado (DUFFY, 2008 P. 123). Fonte: Youtube, 2019.



Figura 5 Título principal do vídeo (DUFFY, 2008 P. 123) YouTube,2019.

Fonte:

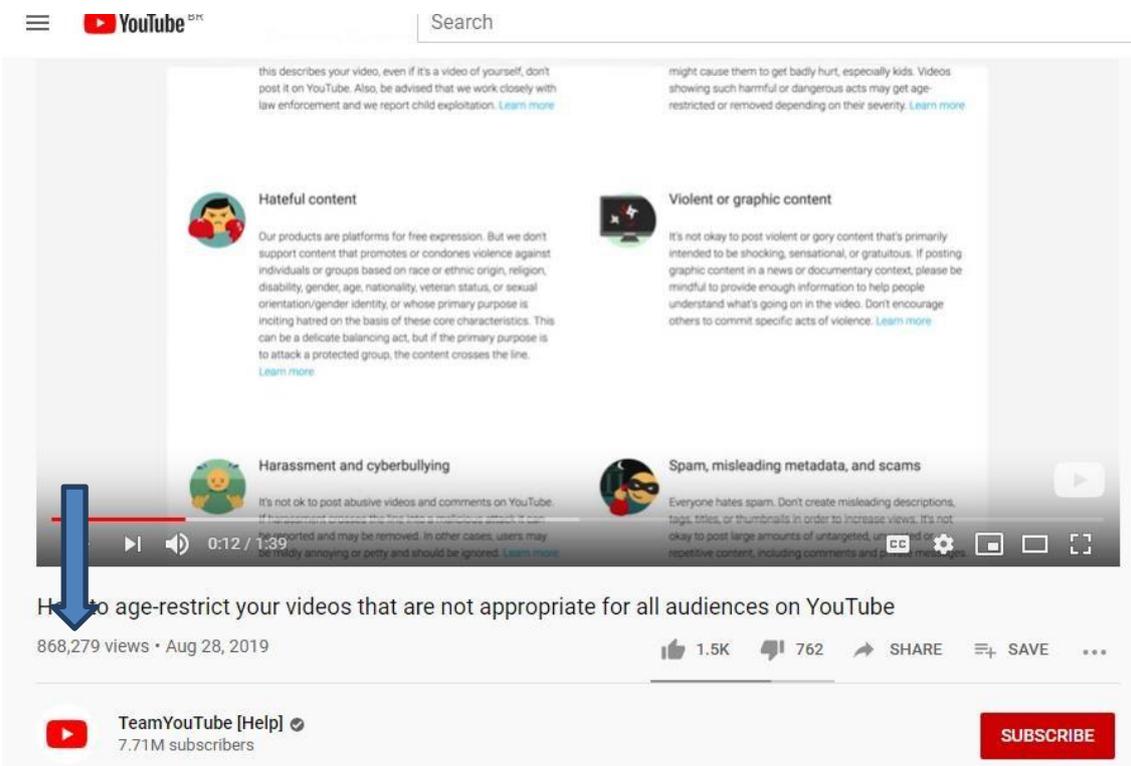


Figura 6 Visualizações- o número de vezes que um vídeo foi assistido; (DUFFY, 2008 P. 123) Fonte: YouTube,2019.



Figura 7 Vídeos relacionados- determinados pelo título e pelas tags, aparecem à direita do vídeo (DUFFY, 2008 P. 123) Fonte: YouTube, 2019.

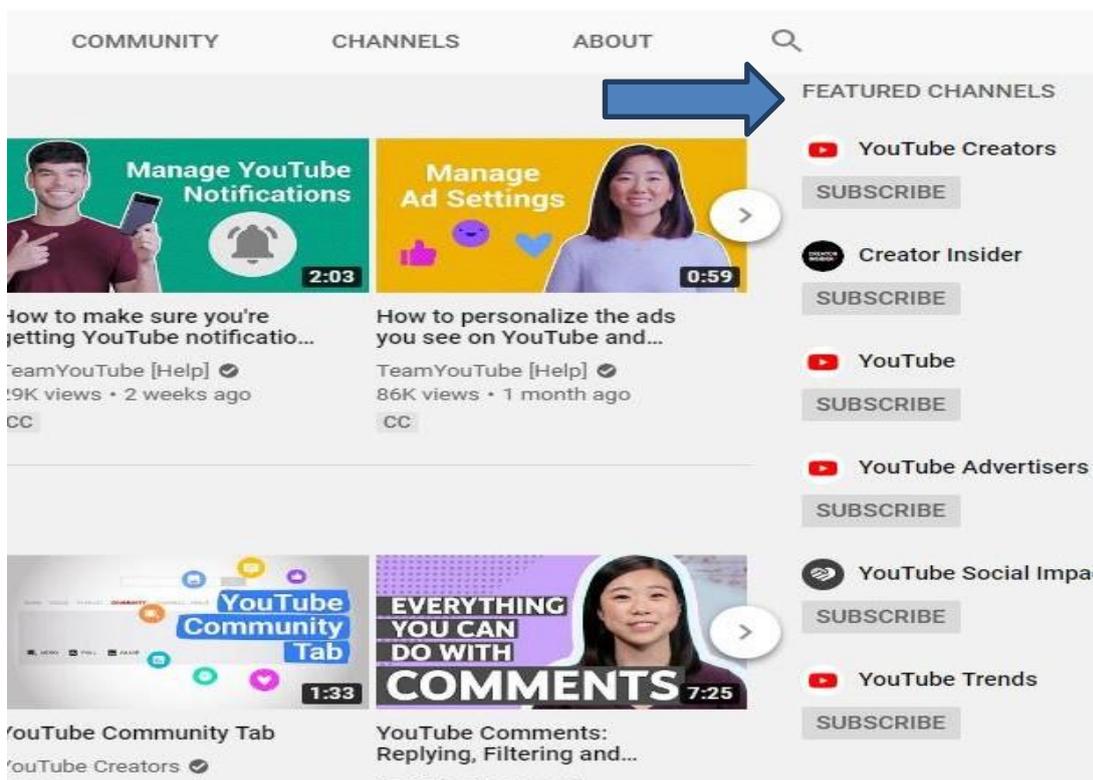


Figura 8 Canais relacionados ao agrupamento de conteúdos (DUFFY, 2008 P. 123) Fonte: YouTube, 2019.

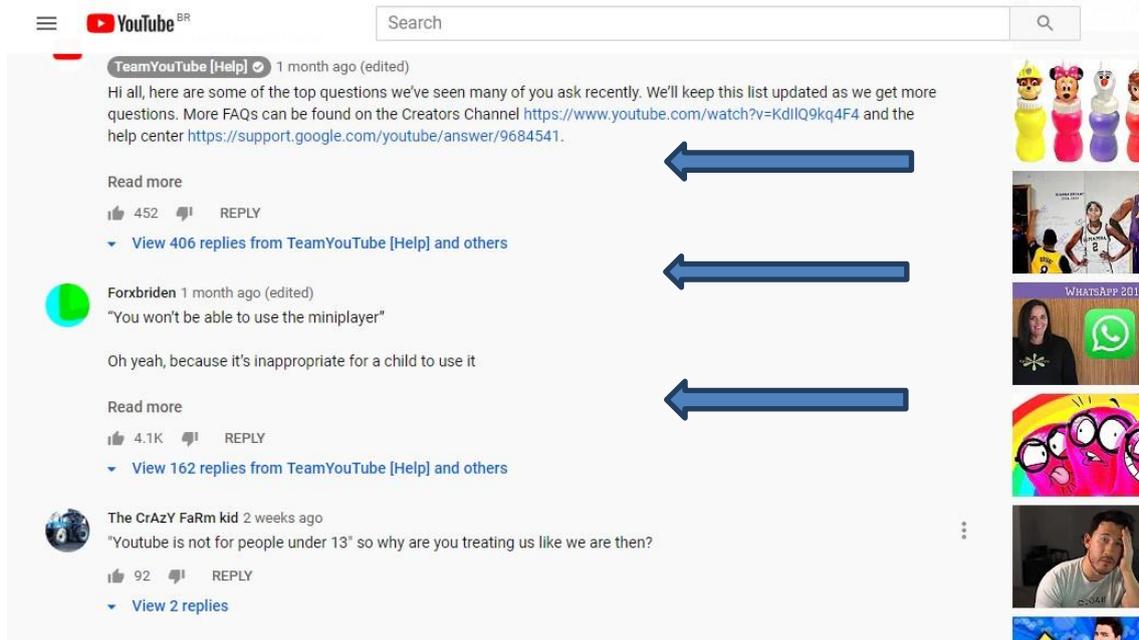


Figura 9 Comentários-geralmente não monitorados, podem ser fornecidos por qualquer usuário registrado sobre um vídeo carregado (DUFFY, 2008 P. 123). Fonte: YouTube, 2019.

O Thumbnail é uma versão em miniatura de imagens usadas na Internet para facilitar as buscas. O nome em inglês significa “unha do polegar”, indicando algo pequeno. São muito relevantes para chamar atenção dos expectadores para o canal. É um resumo visual sobre o tema e são profundamente úteis para colocar a criatividade e até angariar mais seguidores para o canal. Além de uma estratégia visual maneira de incluir informações adicionais sobre o conteúdo e chamar a atenção do público.

Um Thumbnail criativo pode tratar de um assunto do momento e como o YouTube possui uma barra de recomendações esse atrativo visual é um bom chamariz para audiência que acaba conhecendo novos canais a partir de thumbnails que sejam de seu interesse. Há o uso de algoritmos pelo YouTube para ranquear os vídeos mais importantes e trazer maior qualidade para o usuário.. As thumbnails são também conhecidas como “miniaturas personalizadas”. Costuma trazer uma prévia do sobre o que será tratado no vídeo.

Há componentes essenciais que fazem parte do thumbnail sendo texto como dos importantes elementos. E é uma abordagem muito particular de cada YouTube como sintetizar o tema a ser tratado, adicionando ao título. O tema pode estar em formato de numeral, o que indica que o vídeo faz parte de uma série. As cores também fazem possuem um impacto forte para chamar a atenção, pois podem realçar ou ocultar

elementos, de acordo com a importância do tema.



Figura 10 Exemplos de thumbnails utilizados no canal “English in Brazil by Carina Fragozo”. Fonte: YouTube, 2019.

No início, o que o fator preponderante de popularidade que se checava era os números de inscritos de cada canal. Os canais com maior número de inscritos eram recomendados para que a audiência acompanhasse qual o maior em relação a visualizações e evidenciava o último lançamento de vídeo do canal na tela inicial do site. Isso beneficiava diretamente canais com uma maior audiência, independentemente do conteúdo vinculado ao canal. Essa estratégia ainda vigora no YouTube, mas em menor escala.

Atualmente, o usuário pode tanto se cadastrar e ser notificado sobre novos vídeos lançados no canal marcado favorito, como procurar canais de seu interesse ao entrar na plataforma. A frequência na plataforma indica ao algoritmo do site o perfil do usuário, o que faz com que a plataforma disponibilize cada vez mais vídeos, a fim de garantir a permanência por mais tempo do usuário no YouTube. O acesso sendo gratuito e com conexão a internet, o usuário pode assistir os vídeos nas mais variadas plataformas (tablets, smartphones, computador). Neste sentido, a plataforma também garante a modalidade de aprendizagem móvel (LANKSHEAR e KNOBEL, 2015), popular na atualidade.

O YouTube se enquadra também tanto como mídia social digital já que é uma plataforma que tem como sua uma de suas maiores características a função de compartilhar até em escala massiva de conteúdo e transmissão de informações tais como blogs e sites. Mas também pode ser abrangida dentro das definições conhecidas

de redes sociais já que os sites de redes sociais, definidos por Boyd e Ellison (2008, p.211) são serviços na *Web* e que permitem que indivíduos construam um perfil público ou sem público em um sistema fechado, articulem uma lista de usuário com quem podem compartilhar informações. As Redes Sociais, de acordo com Telles (2010, p. 19),

São ambientes cujo foco é reunir pessoas, ou seja, estabelecer redes (teias de amizades) entre os participantes. “Uma vez inscritos, podem expor seu perfil com dados pessoais, textos, mensagens e vídeos, além de interagir com outros membros, criando listas de amigos e comunidades”.

O YouTube também pode ser classificado nessa categoria de rede social também pela fluidez do meio online que é determinado exatamente pela postura dos usuários sobre a plataforma. Mesmo tendo essas disposições e características de redes sociais o YouTube é usado em menor frequência a exemplo do Facebook. Que fica claro que tanto as mídias sociais e as redes sociais, ambas podem servir como plataformas para que os usuários mantenham redes de relacionamento.

As redes sociais são uma categoria dentro das mídias sociais. Ambientes virtuais onde os usuários podem interagir com pessoas que fazem parte do seu círculo social virtual. “Já mídias sociais são sites na Internet que possibilitam a criação colaborativa de conteúdos (participação), a interação social” (relação entre pessoas) e o “compartilhamento de informações em múltiplos formatos” (TELLES, 2010, p. 18 -19).

No YouTube é a interação com o produtor de conteúdo que o contato maior existe, com troca de mensagens e comunicação a exemplo das curtidas e dos compartilhamentos. Não que essa não seja também uma característica de rede social. Porém a interação de um caixa de mensagens que pode estabelecer a comunicação com outros participantes e seguidores de determinado canal ou usuário fica na caixa de comentários. Já no Twitter, Facebook e Instagram que são as grandes redes sociais atualmente em relevância o espaço para trocar mensagens é delimitado e utilizado com uma maior frequência.

Os limites no Youtube não são delimitados pelas diretrizes das redes, porque há uma diversidade de temas que podem ser tratados:

As redes possibilitadas pela internet estão sendo usadas, gerando novas maneiras de participação política, novas formas de entretenimento,

novas formas de contato social etc., sendo um fato em que suas estratégias precisam ser discutidas em ambientes formais de ensino, uma vez que diversos aspectos da existência humana, neste período técnico-científico informacional, encontram-se sobre influência dessas ferramentas (SANTOS & SANTOS, 2014 p.326).

Há um fluxo muito grande de fluxo de mensagens que acontece na caixa de comentários e que pode ser respondido não apenas pelo youtuber, mas também pelos membros registrados no canal. Isso significa que há a interatividade entre os registrados no canal acontece desde que a pessoa esteja devidamente logado na plataforma. Não é possível escrever comentários nos vídeos sem essa ação de logar. Essa relação é muito natural e implica nas mais diversas formas de comunicação desde elogias, críticas, troca de informações e até discussões mais ofensivas. Segundo Lave (1991, p. 65),

Formas contemporâneas de aprendizagem muitas vezes têm sucesso em formas não marcadas, não intencionais, e essas formas de aprendizado também requerem primeiro o reconhecimento, depois explicação. Todas essas preocupações indicam que nós não devemos perder de vista o fato que os sucessos institucionais e individuais e falhas de aprendizagem são interdependentes e é o produto dos mesmos processos históricos.

Esses processos no contemporâneo constituem de certa forma, as redes sociais onde interesses comuns são compartilhados de modo virtual, em uma comunicação incessante e mediados por ferramentas multimídia. Também são lugares onde identidades virtuais são expostas e com uma expressividade variável, conforme se estabelecem assuntos e interesses coletivos ou individuais que são expressos na comunidade da rede social com a dinamicidade que lhe são próprias. Segundo Gomes (2015, p. 83):

Os usos das redes sociais são significativos para seus participantes, que podem “se incluir” nas comunidades que lhes interessar, pelo tempo que lhes convier e participara da maneira que quiserem ou que lhes for possível. São novas formas de aprender e de ser. Muitas vezes, o objetivo para das redes são exclusivamente individualistas, mas podem também ser altruístas, visando ao bem de todos ou determinadas comunidades.

Este autor pontua que em 2005, ano de criação do YouTube, já havia uma revisão sobre as propiciações dessas plataformas, no sentido de concebê-las como um local com interações sociais e também como um provável espaço de compartilhamento

de conhecimento em ambiente com o formato de rede social:

As empresas de tecnologia não tardaram a perceber o potencial comercial das redes sociais e logo começaram a lançar recursos e serviços como, por exemplo, o MySpace (2003), o Orkut (2004), o Flickr (2004) e o Facebook (2004). Hoje há um grande número dessas ferramentas de socialização. De acordo com Siemens, a partir de 2005, as definições de redes (sociais) de aprendizagem começaram a dar mais ênfase às pessoas, reconhecendo, porém, as duas dimensões, técnica e humana e considerando a tecnologia como tendo dupla função: armazenar e conectar informações e possibilitar a manutenção das redes sociais (Vee e Vrakking, 2006 apud Siemens, 2008). As redes são, portanto, também um meio pelo qual o conhecimento é distribuído. (2015 p. 85).

Desde o início, o YouTube não colocou restrições com relação ao número de vídeos que poderiam ser disponibilizados por cada usuário. A plataforma também gerava URLs e códigos HTML que possibilitam a cópia e disponibilização em outros sites. Isso significa que a partir do vídeo o conteúdo pode ser compartilhado em outras plataformas bem como nas redes sociais. Possibilitando assim uma intertextualidade (hiper) multimodal já que podem ter diferentes reverberações conforme o meio em que é compartilhado.

A variedade de formatos é muito presente também nos vídeos que são postados no YouTube, por exemplo, desde vídeos que atendem o conteúdo infanto-juvenil até mesmo canais de televisão que disponibilizam seus programas para serem vistos na plataforma. Evidentemente com uma maior oferta de tecnologia audiovisual há também certa facilidade em produzir, editar e disponibilizar um vídeo sem que haja um tratamento mais formal e técnico.

Os produtores de conteúdo do YouTube são os grandes responsáveis pelo engajamento e alcance da plataforma dos vídeos. Populares e com grandes números de seguidores e visualizações esses usuários que permitiram um grande sucesso e expansão da plataforma bem como as interações desse ambiente online e profundamente visual e é sobre esses produtores de conteúdo que tratamos na sessão a seguir.

### 1.3 Youtubers

Com o YouTube surgiram os “*youtubers*” que têm a possibilidade de usar a plataforma como “produsuários” termo cunhado por Bruns (2008) (*producers*), para denominar os usuários da internet que não só consomem, mas produzem conteúdo e os

disponibilizam no ambiente virtual. Portanto utilizam da plataforma de vídeos de forma intercalada, como forma de exibir a identidade nessa era pós-moderna, na qual a identidade pode ser construída virtualmente, pelos próprios participantes em suas redes sociais.

Os youtubers utilizam as mais variadas ferramentas audiovisuais para criarem seus vídeos, que incluem desde vídeos executados com uma alta qualidade de imagem e com, em muitos casos realizados por alguma produtora profissional e até as mais simples formas, vídeos caseiros, feitos com um smartphone, ou seja, vídeos com pouco apuro visual. A identidade dos youtubers é fundida com a imagem pública projetada, que, em se tratando da plataforma ocorre de forma multimodal projetada na imagem com efeitos sonoros, visuais e textuais que se mesclam em publicações de vídeos para entreter os seguidores. Sobre a construção dessa identidade nas redes sociais Nóbrega (2010 p. 96) pontua que:

As concepções identitárias passam a se definir como múltiplas e multifacetadas. Diferente da tradição, quando a identidade era assegurada pelo grupo, agora ela é uma questão pessoal e subjetiva que passa pelas escolhas individuais. A perspectiva de construto da identidade floresce em detrimento do caráter essencialista outrora dado a ela. (...) Assim, a identidade deixa de ser algo dado com o nascimento e passa a ser conceituada como algo em constante construção e transformação. Ela não se trata mais de uma coisa imposta, mas do produto de escolhas.

Assim, ressaltamos que os canais, em geral, têm o nome do seu usuário; os temas, conteúdo e assunto são gerenciados e na maioria das vezes de inteira responsabilidade dos youtubers. A plataforma só oferece o espaço e as propiciações. As identidades apresentadas, com vertente para o humor, a crítica, dentre outras, definem, na maior parte das vezes, o público que os irá seguir, seja pelo interesse em comum ou pelo tema tratado.

O vídeo proporciona essa identificação imediata já que é possível ver a fala e a expressão dos youtubers que por mais que tenham um elemento de edição e roteiro para exibição de determinado tema tratado. O nome de seu canal muitas vezes e a exibição de temas pessoais atraem a plateia específica que se conecta como sua forma de interagir e da dinâmica própria de exibir os vídeos com o tempo que queira e do formato visual que seja mais pertinente para sua audiência. Algo que o vídeo proporciona com uma força marcante e dinâmica já que pode ser compartilhado e revista incontáveis

vezes

A força da linguagem audiovisual está no fato de ela conseguir dizer muito mais do que captamos, de ela chegar simultaneamente por muito mais caminhos do que conscientemente percebemos e de encontrar dentro de nós uma repercussão em imagens básicas, centrais, simbólicas, arquetípicas, com as quais nos identificamos ou que se relacionam conosco de alguma forma. (MORAN, 2000, p. 34).

Nas características dos youtubers é possível enxergar a contemporaneidade dos chamados nativos digitais. Muitos jovens que não é a grande regra de youtubers, mas que tem essa disposição em apresentar, produzir seu próprio conteúdo e administrar sua imagem e ações sem intermediários. Sobre essas pessoas e os comportamentos e atitudes portanto traz os aspectos de interesse e identificação da audiência do YouTube para as possibilidades que a plataforma comporta os nativos digitais (PRENSKY , 2001):

Os Nativos Digitais estão acostumados a receber informações muito rapidamente. Eles gostam de processar mais de uma coisa por vez e realizar múltiplas tarefas. Eles preferem os seus gráficos antes do texto ao invés do oposto. Eles preferem acesso aleatório (como hipertexto). Eles trabalham melhor quando ligados a uma rede de contatos. Eles têm sucesso com gratificações instantâneas e recompensas frequentes. Eles preferem jogos a trabalhar “sério”. (Isto lhe parece familiar?). (p.2).

Há uma relativa facilidade da comunicação com os youtubers, feita por intermédio da chamada “caixa de comentários” é a janela de retorno que a audiência tem com seu youtuber favorito. É na caixa de comentários, um espaço que possui certas delimitações tais como o formato de letra e um local que curiosamente não permite o compartilhamento de hiperlinks. É um espaço onde a audiência pode fazer recomendações e críticas positivas e negativas, inclusive a dos chamados “haters”, que criticam o conteúdo com xingamentos e palavras de baixo calão. Os usuários podem utilizar suas contas oficiais ou criarem contas anônimas para isso ou simplesmente para evitarem a exposição de terem seus nomes revelados e públicos. Cabe ao youtuber o papel de moderador nesses comentários, que pode responder os comentários com texto escrito, utilizando a opção “curtir” com um emoji que representa a atitude de apagar ou bloquear usuários impedindo-os de fazer novos comentários.

É também essa caixa de comentários que pode definir o andamento do canal,

pois o youtuber pode sugerir enquetes de temas e seguir dicas de seu público na maneira como conduz seu canal, por exemplo, com dicas técnicas como a utilização de luz, o melhoramento de captação de som e detalhes de como se comunicar melhor. Estes pedem, na maior parte das vezes, a participação dos seguidores nos comentários, além de curtir e compartilhar seus vídeos porque isso pode ser feito para outras redes sociais, tão populares quanto essa plataforma.

O YouTube como uma plataforma digital de modalidade privada tem o diferencial de propor uma certa autonomia criativa aos seus usuários e produtores de conteúdo. Essa autonomia, no entanto, deve se adequar às normas da plataforma que não devem ser infligidas sob o risco de perdas de rendimentos e até mesmo banimento total.

A popularização proporcionada pela plataforma, devido às postagens de conteúdos e visualizações por uma grande quantidade de pessoas é um grande diferencial de outras redes sociais, tais como, o Facebook e Twitter pela questão dos ganhos que o YouTube possibilita aos produtores de conteúdo.

De acordo com a publicidade vinculada aos vídeos e também pelo alcance que os vídeos podem chegar à plataforma de vídeo se tornou uma maneira de sustento financeiro e com total autonomia no processo criativo, desde que respeitando as restrições da plataforma citadas anteriormente.

Devido à popularização da plataforma muitos youtubers conseguiram uma grande condição financeira e se muitos se tornaram verdadeiras celebridades do mundo digital ganhando outros rendimentos para além dos anúncios do Youtube, mas campanhas publicitárias de com grandes marcas de produtos ou mesmo lançando seus próprios produtos com ou sem parcerias e se tornando relevantes em assuntos específicos de sua área de atuação como maquiagem, culinárias, idiomas, etc. A sessão a seguir trata das questões financeiras advindas das atividades do YouTube para seus produtores de conteúdo e para o próprio YouTube

#### **1.4 Ganhos Financeiros do YouTube**

O YouTube é uma plataforma privada e o lucro principal deve-se aos anunciantes na plataforma. É preciso considerar que por se tratar de uma empresa e, portanto, com particularidades de uma instituição que visa o lucro, a forma de se

permitir o acesso aos canais disponíveis no site leva em conta a relevância deles. A audiência não paga para se inscrever e não há mensalidade. Mas há formas de patrocinar o canal que o site disponibiliza para o youtuber utilizar ou não com seus seguidores. Os valores são definidos pelo youtuber. Patrocinadores como marcas financiam o canal com devidas restrições de conteúdo (por exemplo, por permitir o acesso de menores de idade). Para a grande maioria da audiência os vídeos são ofertados gratuitamente. Esse espaço gratuito das redes sociais permite a informalidade da fala, na forma como o conteúdo é exposto. Como nos relembra Souza (2010) do impacto das redes sociais

A criação das redes sociais modificou, significativamente, o processo de relação humana e o crescimento dessas ferramentas tem fluxo contínuo, tanto em quantidade como em extensão, o reflexo dessa nova forma de relacionamento é sensível nos terrenos cultural, social, político e econômico. (p.5).

A fluidez em se adaptar aos interesses mercantis não diz tanto sobre a plataforma em si como todo o ambiente de ciberespaço que a plataforma está inserida. O comportamento do ambiente virtual opera muitas de forma a mercantilizar ideias que reverberam em uma grande busca por um crescente número de pessoas que é uma das implicações econômicas que advém de notoriedade que site ou outras definições de ambientes virtuais pode representa para corporações que se lançam na busca de alternativas tecnológicas para atrair consumidores e ainda ter relevância nas atividades. Como posto por Levy (1999):

Ao aumentar a transparência do mercado, ao facilitar as transações diretas entre fornecedores e consumidores, o ciberespaço certamente acompanha e favorece uma evolução “liberal” na economia da informação e do conhecimento e até mesmo, provavelmente no funcionamento geral da economia. (p 231).

O principal atrativo do YouTube é o espaço de postagem e compartilhamento de vídeos e a possibilidade de além de posta site de vídeos pessoais, clipes musicais, palestras e mesmo propagandas. Muitas empresas utilizam este canal de forma a apresentar certos produtos pela internet aos clientes que pela compra virtual ainda tem dúvidas quanto à especificação sobre a mercadoria. Sobre essa rede, afirma Torres (2009, p.134):

“Ao contrário da maioria das mídias sociais, baseadas nos conceitos da mídia impressa, com textos e imagens, o YouTube é uma mídia similar à televisão, que trabalha com vídeos curtos, publicados diretamente pelos internautas, e que podem ser assistidos por qualquer pessoa em qualquer computador sem a necessidade de nenhum programa ou conexão especial”. Neste canal é possível deixar na web uma propaganda 24 horas, que será assistida pelo cliente quando o mesmo se sentir atraído pelo produto.

Os fatores econômicos e de influência do Youtube com marcas que procuram para anúncio e estratégias de marketing possibilitam um novo tipo de influência que perpassa o entretenimento. São novas formas de anunciar próxima às estratégias de marketing das redes televisivas, mas com uma afinidade focada nos seguidores dos canais e o nicho para qual se direciona. Assim temos no YouTube canais voltados para culinária ou maquiagem e ou mesmo entretenimento infantil e a publicidade vinculada para alcançar determinado público.

Uma das formas de se obter lucro com o canal do YouTube é o retorno com os chamados “AdSense” que é um serviço de publicidade que o Google oferece. Possibilita que os donos de websites podem se cadastrar no programa e exibir assim seus anúncios em textos, imagens e nos vídeos do produzidos e postados no YouTube . A exibição de tais anúncios é gerenciada pelo Google e o lucro gerado para a empresa se baseia na quantidade de visualização ou de cliques nesses anúncios.

É importante lembrar que possivelmente interessado em expandir o mercado de publicidade de vídeos através de seu AdSense e também em se consolidar como um dos maiores serviços de internet do mundo. Foi que a Google decidiu comprar o sistema do Youtube de publicações de vídeos a fim de unificar o resultado desta aquisição com o serviço Google Video. (WebTV Joinville - HD - Parte 1.avi. 4:16”).

Um maior número de inscritos e um grande número de visualizações são vistos de maneira benéfica tanto para o youtuber quanto para o site, pois significa uma popularidade para a plataforma e, conseqüentemente, para o canal do usuário que pode receber rendimentos, de acordo com a publicidade que é vinculada aos vídeos. Portanto a plataforma ficou com sua popularização em evidência de marcas e empresas que querem se associar em estratégias de alcance de consumidores e expansão de diversos. Assim como outras plataformas que cada vez mais atraem investimentos para exibirem em seus espaços.

É notório, diante desse cenário que se descortina em direção às novas oportunidades de mercado, que essas plataformas são novos nichos, como também um grande filão para as empresas consolidarem suas marcas ou para o relacionamento com os seus clientes. Percebemos que esse campo ainda não é muito explorado pelas organizações e empresas, principalmente no Brasil. (SOUZA, 2015 p. 5).

O termo “monetizar” é frequentemente utilizado pelos youtubers para se referir à questão dos rendimentos recebidos, a partir dos vídeos produzidos com a publicidade vinculada ao vídeo que tem variações, de acordo com os países e a moeda utilizada. Cada vez que o produtor acumula US\$ 100, o Google, realiza uma transferência eletrônica internacional para a conta bancária cadastrada. Caso a quantia de US\$ 100 não seja alcançada em um mês, o valor é acumulado para o mês seguinte.

Assim o engajamento nos vídeos de anúncio que são vinculados aos canais é uma das fontes de lucro dos produtores de conteúdo e, portanto a ênfase em assistir os vídeos do canal até o fim e não “pular” os anúncios que são vinculados durante a exibição dos vídeos. Da mesma forma uma das punições se acaso os produtores de conteúdo burlar as regras da plataforma é justamente desvincular os anúncios do canal e impossibilitando assim seu lucro e rendimentos a partir da publicidade.

No hibridismo tanto das mídias e redes sociais, o YouTube como plataforma movimenta os mecanismos de rendimento para os produtores que se valem não apenas de um capital propriamente dito mas o chamado capital social que também é o que tem a relevância de influência digital. Que embora seja de certa difícil de cálculos certos, já que pode ser uma influência pequena em termos de número de seguidores, porém com um nicho específico e, portanto desejável para marcas ou empresas se associarem. É uma medição implícita das redes sociais que nos diz respeito a um ganho que não é contabilizado fisicamente, mas que nem por isso não é valoroso como nos diz Recuero (2009):

O capital social que a publicação de uma determinada informação irá gerar para um determinado ator está diretamente relacionado com a relevância dessa informação para o grupo, bem como sua novidade e sua especificidade para a rede social. Por conta disso, muitos atores investem tempo em procurar informações mais especializadas e em participar de fóruns e outros elementos de forma a refinar o conhecimento e a circulação de informações em suas redes sociais. Entretanto, se essas práticas estão diretamente impactadas pelo interesse individual no capital social gerado, como procuramos discutir, e na vantagem para o ator na rede, é preciso discutir também em que medida elas estão diferenciadas

do jornalismo e em que medida podem contribuir para tanto. (p.7).

Por se tratar de uma empresa privada, os lucros do YouTube são o grande atrativo como resultado. Isso significa que a empresa visa um engajamento da audiência na plataforma que permaneça mais tempo acessando ao conteúdo. Canais de entretenimento, portanto é um grande chamariz para as pessoas permanecerem assistindo aos vídeos. Surgiram também, em meio aos vídeos de entretenimento, os vídeos com conteúdo educacional, seguindo os moldes dos vídeos de entretenimento: rápidos e informais, sem uma cobrança de conteúdo. A seguir trataremos desses aspectos educacionais que reverberam para além da proposta inicial de apenas exibir vídeos e entretenimento do YouTube e que ampliam o alcance da plataforma virtual.

### **1.5 O YouTube Edu**

Em 21 de novembro de 2013, a empresa Google (proprietária do YouTube) lançou, em parceria com a Fundação Lemann que é uma organização brasileira, sem fins lucrativos, criada em 2002 pelo empresário Jorge Paulo Lemann. A entidade é atuante na área da educação no Brasil. O projeto YouTube Edu, a plataforma oficial de vídeos educacionais no YouTube Brasileiro. Mesmo que a maior parte do conteúdo do Youtube é desprovida de um objetivo educacional, o aplicativo incentiva a experimentação com novas mídias. (EDUCAUSE, 2006, p. 2).

O Brasil foi o primeiro país fora dos Estados Unidos a receber uma versão do projeto. Os vídeos lançados foram separados por disciplinas, inicialmente, com 8.000 vídeos com conteúdo para o ensino médio, e, posteriormente, em 2014, com a inclusão de vídeos para o ensino fundamental e nível superior. Para isso, a Fundação Lemann fez a curadoria e aprovou 26 canais. Entre os conteúdos disponíveis estão as disciplinas de língua portuguesa, matemática, química, biologia e língua inglesa. O canal selecionado para representar a língua inglesa foi o da professora e youtuber Carina Fragozo. Um dos critérios para seleção foi a popularidade dos sites em relação ao número de inscritos.

Uma curadoria formada por uma comissão de professores faz a avaliação da veracidade das informações, além de aprovar a qualidade das aulas. Apesar de a Fundação Lemann usar o termo 'aula' para a seleção, os youtubers usam o termo 'canal' e 'vídeo'. Inferimos que esta seja uma estratégia, uma vez que os vídeos, apesar de

conter conteúdo visto em aulas, seu formato apresenta características distintas do significado de uma ‘aula’ no contexto físico. Além da escolha dos vídeos postados, o projeto YouTube também conta com a colaboração dos usuários da plataforma para reportar qualquer erro eventual de informação que possa estar presente nos vídeos.

Em uma entrevista concedida para a Revista *Época* em 2013, Dênis Mizne, diretor executivo da Fundação Lemann, esclarece a curadoria da escolha:

Essa foi uma das partes mais difíceis do trabalho, porque não dá para definir exatamente o que é uma aula boa ou não. Cada um tem uma forma de ensinar e um jeito de aprender. O grande diferencial da plataforma é justamente possibilitar que as pessoas escolham o professor que melhor se adapta ao seu perfil.

Com a parceria o YouTube teve, a partir daí, a tarefa de lançar os vídeos disponibilizados pelos produtores de conteúdo que foram selecionados juntamente com a Fundação Lemann para participarem do projeto YouTube Edu. No vídeo de apresentação do projeto de 21 de novembro de 2013, Daniela Caldeirinha, coordenadora do projeto da Fundação Lemann, expressa uma perspectiva educacional ao projeto:

E acho que é que a tecnologia traz mesmo um ganho muito grande para gente, mesmo quando a gente pensa nela dentro de escola, né? Então, pô, que legal se um professor puder usar o vídeo de um outro professor porque aquela linguagem chega mais perto do seu aluno. (sic)

Em artigo jornalístico da ItMídia feito por Cristina de Luca, no lançamento em 2013, os organizadores da plataforma declaram a intenção do Google em procurar novas parcerias, como cursinhos, colégios e universidades que possuam conteúdo próprio e que tenham interesse em transportar para a língua portuguesa o conteúdo das aulas em vídeo disponibilizados pelas universidades americanas no YouTube EDU, que já funciona nos EUA, desde 2009. Um dos únicos vetos acordados entre o YouTube pela Fundação Lemann tratava de “conteúdos e posturas incorretas (piadas, por exemplo, são permitidas, desde de que prevaleça o bom senso)” para que não houvesse nenhuma interferência quanto à didática utilizada.

Foi também, incentivado pelo projeto YouTube Edu a qualquer professor enviar suas aulas em vídeos para que fossem avaliados pela curadoria. Para isso, teriam que ter domínio do conteúdo com requisitos exigidos para ser aceito no projeto.

Atualmente, no ano de 2019, o YouTube Edu possui aproximadamente 360 mil usuários inscritos no canal.

Diante dessa apresentação e pensando na perspectiva do modo como os usuários dessas redes lidam com o ensino-aprendizado, chamamos a atenção ao alerta de Luke (2000) já nos início deste século, sobre o risco que corriam os modelos de ensino analógicos, de grandes companhias tomarem conta do meio virtual, caso os educadores não o fizessem, e determinarem, então, o modo como as pessoas aprenderiam e o que aprendem.

Por meio do ensino de certas estratégias de construção de mapas cognitivos para o meio virtual, que poderiam relacionar aprendizado e consumo, ou ainda, valorizar o superficial em detrimento da pesquisa aprofundada. E tal uso combina bem com as abordagens de aprendizagem e preferências de estudantes do século XXI. (BONK, 2008 p.20).

## **1.6 O YouTube como plataforma para ensino e aprendizagem de LE**

O YouTube proporciona um fenômeno interessante por disponibilizar vários professores, em diferentes países e tratando de diferentes temas, que podem ser acessados de acordo com as necessidades e interesses dos usuários. Embora com a presença dos profissionais o ensino de idiomas não seja o objetivo inicial do YouTube. Como tecnologia que é incorporada no cotidiano e de natureza multimidiática há canais no Youtube sobre ensino de Inglês e já percepções positivas de como a plataforma é uma ferramenta interessante sobre o ensino de Inglês. Devido ao caráter multimidiático da plataforma isso possibilita uma maior autonomia em aprender outro idioma. Se tornou de fato um recurso audiovisual com um alcance global e muito eficaz no ensino de LE como nos assegura Duffy (2008 p.124):

O YouTube está sendo cada vez mais utilizado pelos educadores como um recurso pedagógico para tudo, desde notícias e eventos de todo o mundo a vídeos de “pedaços da vida” usados para ensinar os alunos em ESL ( Inglês como Segunda Língua). De vídeos instrutivos a um espaço online para compartilhar conteúdo de autoria do aluno.

Nesta perspectiva, entendemos que o YouTube, além de possibilitar a comunicação entre as pessoas, é uma ferramenta que pode contribuir muito no processo

de ensino aprendizagem. Isso ocorre, em função da possibilidade da percepção de traços, inferidos pelo contexto da fala e que são relevantes para a compreensão da língua. Além de possibilitam a incorporação de elementos relacionados à imagem, tais como figuras, gráficos animados e outros vídeos que tendem a ser mais atrativos que a exposição de conteúdos (CORREIA, 2016 p.4).

As características de entretenimento e, ao mesmo tempo, de ensino da plataforma YouTube torna-a um espaço de prática de letramento, conforme a noção sugerida por Buzato (2006, p. 04): “ os letramentos, são práticas sociais e culturais que têm sentidos específicos e finalidades específicas dentro de um grupo social”. Assim, entendemos que a dimensão social no ensino no YouTube é permeada por traços socioculturais oferecidos pela forma como a plataforma é concebida, porque elimina empecilhos da formalidade institucional e enfoca numa comunicação direta entre as pessoas e seus interesses imediatos, como por exemplo, aprender um novo idioma, ou pelo menos ter contato, com um outro idioma, de forma rápida e pulando as etapas de uma aula/curso tradicionais. A partir do novo modelo proposto, são formadas as comunidades que formam seguidores, que assistem aos vídeos e se identificam com o seu modo de apresentação. A autonomia e apreciação pelo modo como o conteúdo é exposto poderá contribuir de algum modo com a aprendizagem.

Nessa perspectiva, o universo virtual do YouTube pode ser concebido como uma “comunidade de prática”, definida por Lave (1991, p.64) como “grupos de pessoas que compartilham uma preocupação ou paixão por algo que fazem e aprendem como fazê-lo melhor à medida que interagem regularmente.” A conexão humana dos espectadores com seu YouTuber favorito, bem como a comunidade que vai se formando, orienta e influencia essa mesma comunidade.

A acessibilidade da plataforma e as motivações intrínsecas do usuário que se propõe a aprender um novo idioma é um determinante para que seja um espaço de aprendizagem embora não seja este o principal objetivo de criação da plataforma. Porém como se trata de uma busca individualizada na procura pelo aprendizado do idioma, isso o diferencia como um espaço de aprendizado. Para isso, é preciso ter em vista que o usuário precisa ter definido o que precisa/quer aprender, ou seja, ter certa autonomia. Além de poder ser usado como uma materialidade de ensino. Como apontado por Kaboohal (2015 p. 3526):

O YouTube é um recurso multidimensional que oferece vídeos em todos os campos do conhecimento que pode ser acessado sem esforço. Além disso, os vídeos no YouTube são limitados na duração; isso os torna adequados pelo tempo restrito da sala de aula.

Os vídeos produzidos no YouTube que tem a função de fazer com que os seguidores permaneçam por mais tempo e de forma constante na plataforma. O tom de voz, a clareza na explicação, as características multimodais dos vídeos, as cores, parecem ter o cuidado de serem acessíveis para o público alvo.

A dinamicidade associada ao tempo relativamente curto dos vídeos proporciona um híbrido entre uma didática própria de uma sala de aula convencional e a linguagem jovial própria da identidade da plataforma, costumeiramente mais informal. O YouTube é um exemplo do ambiente de aprendizagem em que a aprendizagem está acontecendo. (ALHAMAMI 2013, p.5). É possível aprender sobre um determinado aspecto gramatical, por exemplo, com um professor, abrir um próximo vídeo e assistir instruções sobre a pronúncia das palavras.

O acesso ao conteúdo pode ser feito em o momento que melhor lhe interesse ver as dicas ou os conteúdos mais abrangentes sobre a língua. A autonomia se vincula ao tempo que será feito de acordo com a necessidade e vontade do telespectador, diferentemente de um ensino de língua inglesa mesmo em instituições particulares, pois há dias definidos para que esse ensino aconteça. A praticidade e a forma com os conteúdos podem ser acessados são pontos relevantes desse aprendizado pelo vídeo:

E já que os vídeos são curtos, os instrutores não precisam despende muito tempo. Vídeos curtos de 3 ou 4 minutos do Youtube ajudam a fazer um ponto-chave sem ter que sacrificar um tempo significativo. O retorno do aprendizado é imenso, pois o aluno pode se lembrar das informações através de canais verbais e visuais. (BONK, 2008, p.16).

É necessário colocar aqui que o aprendizado no YouTube pressupõe esse aprendizado que se baseia no interesse do usuário da internet e do conteúdo, portanto de sua aplicação em seu processo próprio interno para conseguir ser um falante de outro idioma.

O aprendizado de uma língua estrangeira acontece devido a variados fatores, dentre os quais está interesse do estudante, o material usado, o ambiente de ensino e a

método do professor. Para Sánchez (2010), o professor de LE é uma figura chave para o processo de ensino/aprendizagem da língua, pois será aquele que percebe as nuances da dificuldade e auxílio no processo interativo na aprendizagem de LE.

O papel de professores que os youtubers têm se ampliou e ficou cada vez mais relevante nessa jornada de mostrar as possibilidades de se personalizar o ensino. A linguagem do canal é um híbrido do formal do que conhecemos como 'aula' e da linguagem informal, que aproxima da audiência, com vídeos rápidos e descontraídos com objetivo de tornar a aula mais interessante para quem assiste, de acordo com a interpretação do perfil dos usuários do YouTube. Segundo Bastos (2009 p.88),

Novas tecnologias da Web 2.0 como o YouTube surgem como um suporte desafiador ao aprendizado de idiomas. A integração efetiva desse recurso pedagógico no ambiente de aprendizagem reside na maneira como é usada no ensino e aprendizagem e em sua combinação com outros materiais alternativos.

A partir de experiências de pesquisadores com o Youtube como uma plataforma de suporte para aulas de idiomas os resultados observados demonstram que são resultados positivos de motivação e resposta na interação com o idioma e comportamentos dos estudantes frente a incorporação dos vídeos na sala de aula. Como constata Ayu (2016 p.158):

os alunos certamente adquirem conhecimentos e habilidades de escuta porque os vídeos do YouTube tornam a situação de aprendizado na sala de aula mais agradável, motivados, interessante, criativo, cooperativo e produtivo. Os alunos tendem a ficar animados para concluir a tarefa dada pelo professor quando o YouTube é aplicado aos seus assuntos de escuta.

O YouTube é uma nova técnica que se concentra na natureza interativa da fala. Isto inclui muitos elementos que permitem que os alunos alterem seus estilos de aprendizagem dependente de um independente. (ALBAHLAL, 2019 p. 14). É preciso ressaltar os propósitos distintos e mesmo as semelhanças e imbricações que a aprendizagem de uma Língua Estrangeira (LE) pode ter no percurso de estudantes e professores na atividade de comunicação que se pressupõe essa interação no idioma estrangeira nesse processo.

O ensino de Língua Estrangeira coloca para o educador a consideração em sua

atividade sobre a natureza sociointeracional abrangendo, portanto, aquele a quem se dirige ou quem produziu um enunciado. A interação oral bem como a escrita também é contemplada e mesmo considerada cruciais nesse processo social que envolve o ensino de Língua Estrangeira e o YouTube permite em seu espaço de meio audiovisual que mensagem seja plenamente compartilhada e visto de forma ampla e facilitada por intermédio da internet.

O ciberespaço e as propostas de ensino neste contexto colocam novas configurações de ensino que desafiam mesmo a maneira hierárquica que o ensino regular e convencional vem sendo propagado há muito tempo. Há proposições de novas alternativas que podem focar em um aprendizado mais autônomo ou como uma descentralização na figura do professor como um papel de mediador dos temas tratados.

Nos dias atuais, os alunos não são mais passivos. Eles querem construir junto com os professores, têm iniciativas. Essa é uma característica advinda do advento da internet, mais especificamente da Web 2.0, assim como o processo não linear de ensino e aprendizado (PIROZZI, 2013, p.6).

Há uma autonomia no aprendizado pelo vídeo que coloca os aprendizes do YouTube como um meio de propagação do conteúdo voltado para a aquisição da segunda língua e com dimensões diversas e alheias ao seu controle. Assim, podemos inferir que há uma enorme variedade e não uniformidade no aprendizado de uma língua estrangeira, característica da essência da cibercultura, conforme aponta Lévy (2010), ao discorrer sobre a universalidade sem totalidade deste movimento.

Portanto, não há como inferir após a postagem de vídeos como o conteúdo será disseminado, a fim de realizar no ato de aprendizado da língua pelo “interlocutor” que o recebe. Diferentemente do professor em uma sala de aula com conteúdo e objetivos definidos e com contato direto e físico com seu interlocutor, essa ação é intermediada pelo virtual e, portanto, com as variações pertinentes a esse meio.

Outra característica do YouTube é a percepção da extensão de um mundo cada vez entrelaçado ao letramento digital, disponibilizado pelo advento da internet, mais especificamente, da Web 2.0. Sobre este assunto, Lemke (1998, p.465) esclarece que:

Os letramentos são em si mesmos, tecnologias e nos dão as chaves para usar tecnologias mais amplas. Eles também produzem uma chave entre o eu e a

sociedade: o meio através do qual agimos, participamos e nos tornamos moldados por sistemas e redes ‘ecossociais’ mais amplos”. Isso nos faz sugerir que os letramentos que as pessoas utilizam ao participar dessas redes têm efeitos no seu modo de pensar e participar no meio físico.

A comunicação humana é mediada pela tecnologia desde os primórdios, pois foram estabelecidas graduações sociais, a exemplo da Idade Média ocidental, quando apenas clérigos e realeza tinham acesso ao ensino formal é naturalizar um processo no quais talvez muitos podem considerem a tecnologia com um fator exógeno na interação humana. Esse olhar natural para o letramento virtual, neste caso, pode deixar qualquer usuário mais à vontade para saber que não é uma ferramenta tão distante de seu contato e necessidade de comunicação. E que também é um processo conjunto de completude cognitiva quando Lemke (1998, p.456) esclarece que:

Os significados em outras mídias não são fixos e aditivos (o significado da palavra mais o significado da imagem), mas sim, multiplicativos (o significado da palavra se modifica através do contexto imagético e o significado da imagem se modifica pelo contexto textual) fazendo do todo algo muito maior do que a simples soma das partes.”

Com essa noção de que as partes são construídas na recepção do interlocutor cognitivamente já com suas próprias referências pessoais, faz pensar sobre a possibilidade desse letramento multimidiático, pois é possível para profissionais do ensino planejar as aulas incluindo recursos multimídias e mesmo deixar o estudante escolher artistas ou personalidades que lhe agradem para assistir vídeos e aprimorar o aprendizado da língua. As interfaces midiáticas constroem esse ambiente de aprendizado virtual e que vai construindo para novas abordagens de uso do audiovisual do YouTube com a aquisição de LE e traz novos panoramas adiante:

Futuras pesquisas sobre a eficiência do uso do YouTube no ensino e aprendizado de inglês é essencial, especificamente para investigar atitudes dos aprendizes em relação ao uso do YouTube e as preocupações negativas que os alunos possam ter ao aprender novos idiomas usando o YouTube ou experiências dos tutores com o uso de vídeos do YouTube. Tais estudos ajudarão os pesquisadores a otimizar o uso do Youtube no ensino e aprendizagem da língua inglesa. (ALMURASHI, 2016 p. 32).

Não há um limite físico dessa interação *suis generis* e pode mesmo até agregar elementos criativos e apêndices com outras redes sociais pra se prolongue uma conversa

ou o próprio conteúdo do vídeo. O produtor de conteúdo pede para que o sigam mesmo entre outras redes para que acompanhem seu trabalho e mesmo como uma extensão dos vídeos postados. Também não há um nivelamento verificado nos vídeos como acontece no espaço físico. O nivelamento proporciona desde organizações em grupos que podem formar, por exemplo, uma turma mais avançada e pode aprofundar em conversações em inglês ou então grupos para os iniciantes se sentirem confortáveis por estarem no mesmo grau de aprendizado.

E assim, com relação aos iniciantes, não fiquem com o sentimento de inaptidão, algo tão comum e contraproducente para aprendizes iniciais de ensino de língua estrangeira particularmente quando colocados em turmas que não correspondem ao seu nível de conhecimento da língua. Não há estranhamento de barreiras culturais, pessoas de diferentes culturas podem participar com comentários sobre os vídeos. A esse respeito, Gallardo (2013, p. 08) pondera:

(...) entendo que as experiências transnacionais virtuais contemplam a valorização do experimentalismo, do hibridismo, e, por conseguinte, da exploração da inovação e possibilidades de se fazer coisas diferentes e de se explorar modos diferentes de ser no espaço virtual. Isto porque essas experiências vão além da disponibilidade das novas ferramentas tecnológicas, e fornecem subsídios para a construção de novas identidades fora dos limites estabelecidos pelos discursos da nação e pelos letramentos do impresso.

A comunicação que acontece no YouTube nos faz ver a relação direta também com a personalidade que está se expondo e ensinando nos vídeos. Não é tão somente uma busca pelo conteúdo em si, mas também o sujeito que está nesse “diálogo” contínuo e até mesmo imagético de um interlocutor e sua plateia. Numa troca de conhecimento que estabelece por um intermediário com ferramentas de letramento. Para Lankshear e Knobel (2007 *apud* Gallardo, 2013, p. 08),

as práticas de letramentos digitais representam muito mais do que a passagem das práticas da página impressa para as da tela do computador. Estes seriam “novos” letramentos por estarem vinculados a um novo ethos que aciona novos valores sensibilidades diferentes dos vinculados aos letramentos convencionais, das sociedades industriais.

As possibilidades que o letramento proporciona é também estabelecer a comunicação que não é definida pelas diferenças que possam vir ocorrer pelas

diferenças regionais ou fronteiriças. Como é dito por Freitag & Fonseca (2006, p.2).

A comunicação nos ambientes virtuais é, ainda, essencialmente escrita. A língua usada na Internet pode ser considerada norma padrão, ou um a norma padrão emergente? Assumimos a posição de que o uso da língua em ambientes virtuais não se trata de uma variedade também não possui variedades linguísticas, pois a comunicação na Internet minimiza as diferenças dialetais, restritas a marcas lexicais características de falares de diferentes regiões do Brasil.

O aprendizado de um segundo idioma perpassa por diferentes formas e métodos que cada aprendiz considera intrinsecamente o melhor para si. Relatos de que aprenderam ouvindo música ou em um processo imersivo de intercâmbio em um país com o idioma pretendido são muito comuns. Conforme estudos realizados por Kabooha & Elias (2018 p. 79) que tratam dos efeitos do YouTube no aprendizado do vocabulário por instrução multimídia com percepções de alunos e professores de Inglês como segunda língua mostraram que o YouTube tem um poderoso efeito no reconhecimento, compreensão e retenção de vocabulário alvo.

A internet proporciona essa ausência de barreiras que poderiam limitar o estudo de alguma forma. Há hoje oportunidades de ouvir diferentes sotaques do Inglês com suas variações regionais e nacionais. A elasticidade da língua é um fator que deve ser considerado quando partimos para seu estudo Há muitas teorias que tentam explicar como se adquirir a capacidade de se comunicar em uma língua adicional. O que coaduna com o pensamento de Terantino (2011 p.12) de que:

Os vídeos do YouTube podem servir a muitos propósitos para idiomas estrangeiros; no entanto, a maioria dos vídeos são usados para fornecer conteúdo e informações linguísticas e culturais relacionados à língua - alvo. Muitos desses vídeos são criados por indivíduos ou instituições de ensino.

O acesso ao conteúdo pode ser feito em o momento que melhor lhe interesse ver as dicas ou os conteúdos mais abrangentes sobre a língua. A autonomia se vincula ao tempo que será feito de acordo com a necessidade e vontade do telespectador, diferentemente de um ensino de língua inglesa mesmo em instituições particulares, pois há dias definidos para que esse ensino aconteça.

Os vídeos do canal não seguem uma linha cronológica e linear no sentido de

iniciar com conteúdo de Inglês básico para vídeos com materiais de conversação ou uma explanação mais complexa da gramática da língua inglesa. Se observarmos esteticamente essa distribuição de vídeos, é muito característica do ciberespaço, comparativamente, pois há na página dos vídeos selecionados, um “portfólio” de outros vídeos disponíveis para assinantes ou outras pessoas que desejam buscar por determinado assunto. A explicação traz, geralmente, exemplos sobre determinado tema da língua inglesa.

No próximo capítulo, apresentamos as teorias de base para as análises posteriores que contemplam então a apresentação da Gramática do Design Visual proposta por Kress e Van Leeuwen.

## CAPÍTULO II

### PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

Neste capítulo, apresentamos os pressupostos teóricos da Gramática do Design Visual (doravante chamada GDV), de acordo com Kress e van Leeuwen (1996; 2006). A GDV baseada nos pressupostos da GSF, que se propõem a analisar os aspectos visuais das narrativas, a fim de identificar a representação das pessoas, as interações entre os participantes e a organização dos elementos imagéticos (Kress; van Leeuwen, 1996) dispostos em estruturas visuais. A partir da proposta de análise gramatical de Halliday (1985), Kress e van Leeuwen desenvolveram a análise de imagens. Segundo Halliday (1985),

A gramática vai além de regras formais de correção. Ela é um meio de representar padrões da experiência. Ela possibilita aos seres humanos construir uma imagem mental da realidade, a fim de dar sentido às experiências que acontecem ao redor e dentro deles<sup>2</sup>. (p. 101).

A GDV estabeleceu a noção teórica de metafunções da linguagem idealizadas por Halliday para a análise de imagens, a fim de buscar uma verificação de correspondência da estrutura linguística com as estruturas visuais. O conceito de imagem concebido por Kress e van Leeuwen (2000) trata de um sistema complexo, e a atenção que é voltada para o contexto específico em que é produzida e se adequa ao material escolhido.

#### 2.1 Gramática Sistêmico-Funcional

Para a compreensão dos pressupostos da Gramática do Design Visual faz-se necessário aqui uma intersecção com a Linguística Sistêmica-Funcional, a fim de mostrar os pontos de intersecção elaborados a partir dessa teoria para compreender os

---

<sup>2</sup> Grammar goes beyond formal rules of correctness. It is a means of representing patterns of experience....It enables human beings to build a mental picture of reality, to make sense of their experience of what goes on around them and inside them . (HALLIDAY, 1985, p. 101)

aportes elaborados por Kress e Van Leeuwen a partir dessa teoria linguística.

Com a Linguística Sistêmica Funcional (LSF), Halliday (1978) propôs o estudo da linguagem como uma atividade social, em situações de interatividade, com o foco na concentração dos usuários e nos usos da língua. Tendo em vista a contribuição da GSF para a área da Linguística Aplicada, principalmente em pesquisas sobre a linguagem em uso, práticas sociais, ensino de línguas e multiletramentos. (HEBERLE, 2018, p. 83), acreditamos que esta abordagem é de grande valia para os propósitos da análise de nosso corpus de estudo.

Sob a perspectiva desta teoria, há uma visão para além do texto gráfico que permitem uma análise específica de elementos que compõe uma estrutura linguística com seus significados. Para Barbara e Macedo (2009, p. 90), a LSF caracteriza-se também como uma teoria semiótica porque “se preocupa com a linguagem em todas as suas manifestações”.

A GSF estabelece uma ligação entre as formas linguísticas e suas funções, que realizam situações reais de comunicação. O usuário da língua escolhe, dentro de um sistema, a função que melhor sinalize a sua experiência que está sempre em relação ao contexto. Propõe, assim, uma análise que vai além da explicação sobre os usos da língua. Faz isso, analisando as funções da linguagem em níveis simultâneos (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004). De acordo com Halliday (1994), a língua constrói significados, por meio de três metafunções: a metafunção ideacional, a metafunção interpessoal e a metafunção textual. Por meio da metafunção ideacional, o sujeito exterioriza suas ideias e representação sobre o mundo, a partir das experiências que são construídas. Já a metafunção interpessoal demonstra as relações sociais entre os envolvidos no processo comunicativo. E por intermédio da função textual se mostra a organização dos elementos que constituem os significados.

A metafunção ideacional representa a vivência relativa ao mundo real (exterior) ou a seu mundo interior. As experiências exteriores correspondem às ações e acontecimentos que certos atores fazem ocorrer. Já as experiências interiores assumem a forma de reações, memórias, sentimentos, pensamentos que se manifestam na esfera da consciência, de tal forma que o falante consegue fazer as relações com identificação e caracterização dessas experiências.

A metafunção interpessoal trata o enunciador ao agir socialmente de alguma

maneira e proferir o discurso para outra pessoa estabelecendo uma interação o outro usuário da língua em questão como um correspondente que seja para aceitar ou mesmo retorquir o que foi proferido anteriormente.

Já a metafunção textual está diretamente ligada ao sistema de realização léxico-gramatical e que coloca a oração como mensagem. A coesão e coerência são realizadas por esta função. Na composição do discurso, a organização da mensagem segue a estrutura do tema e a estrutura da informação.

Por meio das metafunções, é possível analisar os espaços de interação linguística, por meio da identificação de elementos que possuem funcionalidades e fins específicos no uso da língua. Fundamentada na abordagem funcionalista, destaca-se a noção de gramática, língua e sistema, a linguagem na interação social, a visão estratificada de língua para a realização de significados, bem como a noção de metafunção que assenta os significados realizados pela linguagem via inter-relação texto e contexto (SANTOS, 20014, p. 1). A LSF situa a língua no contexto social, que perpassa o limite da sentença e avança para análise de textos, explicitando o funcionamento da linguagem em contextos comunicativos. Tal análise foca na relação estabelecida na interação, em um caráter mais abrangente do contexto, com destaque para as interações semióticas.

A LSF compreende o sistema linguístico como um caleidoscópio de possibilidades disponível aos falantes. As escolhas realizadas pelo falante interessam de perto ao pesquisador dessa área, pois há valores sociais nas decisões de uso da língua visto que suas proposições no sistema da língua não são aleatórias.

Meurer esclarece que:

(...) a Linguística Sistêmico-Funcional (LSF) estabelece que todas as possíveis redes semânticas devem se relacionar especificações contextuais “acima” dessas redes em termos de “categorias de alguma teoria social geral ou uma teoria de comportamento”, e “abaixo”, em termos de “categorias de formas linguísticas do extrato da gramática”. (MEURER, 2004, p.133-134).

Dessa forma, entendemos que há um contexto que encapsula os elementos linguísticos os quais se pretende focar como um aspecto em separado para uma análise. Tendo em mente esses extratos linguísticos, é possível enxergar o holístico que perpassa os elementos linguísticos que se propõe a uma análise, conforme o modelo de

estratificação proposto por Halliday:

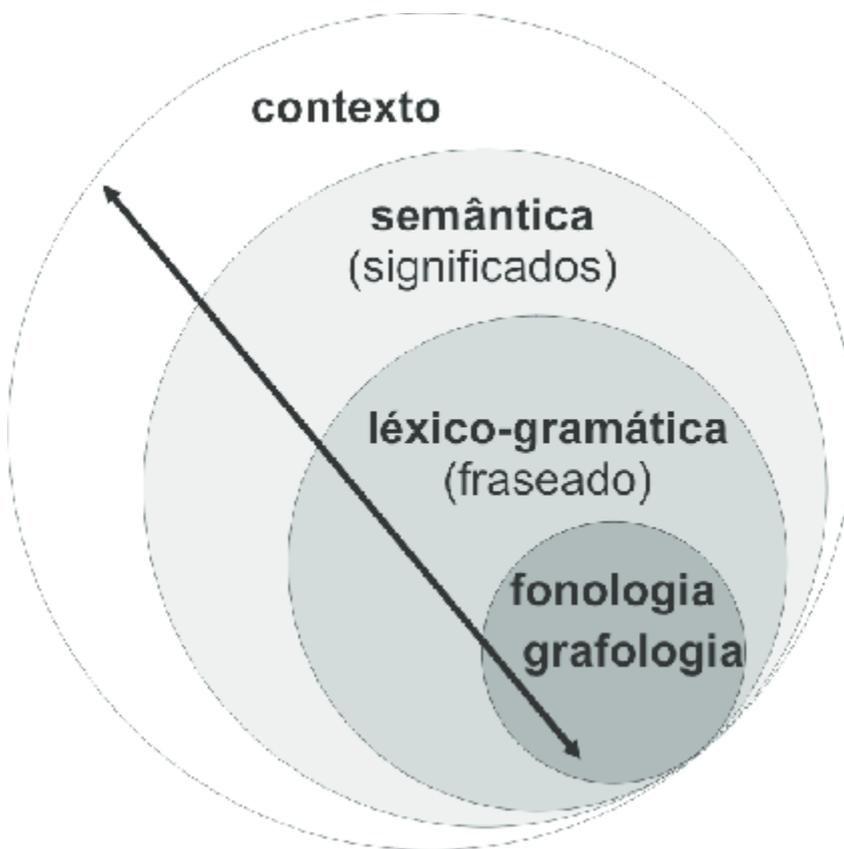


Figura 11 Estratificação da linguagem. Figure 1. Stratification of language. Fonte: Adaptado de Halliday e Matthiessen (2004, p. 25).

A gramática na LSF é entendida como o mecanismo linguístico que relaciona as escolhas significativas que advêm das funções da linguagem, e as coloca em uma forma estrutural unida. Assim, as diferentes redes sistêmicas codificam variadas espécies de significado que se relacionam com as diferentes funções da linguagem. A gramática, portanto, organiza as escolhas em certos conjuntos entre os quais o usuário da língua ou escritor opera decisões simultâneas, para as variadas utilizações da língua. A partir daqui partimos então para exposição da Gramática do Design Visual a teoria adotada nesse trabalho para análise do corpus que será apresentado posteriormente.

## 2.2 A Gramática do Design Visual (GDV)

Baseados nas metafunções da GSF, Kress e van Leeuwen (1996, 2006) propõem uma análise dos aspectos visuais que significam nas composições visuais produzindo significados ideacionais, interpessoais e textuais. A GDV, nessa

perspectiva, trata das imagens e, ao fazer uso de uma organização metafuncional apresenta seus significados, por meio também das funções propostas por Halliday. Temos, assim, o significado representacional (parte da metafunção ideacional)- as estruturas que constroem também visualmente a “natureza dos eventos, objetos e participantes envolvidos, e as circunstâncias em que ocorrem” (UNSWORTH, 2004, p. 72); os interativos (correspondente à metafunção interpessoal) que constroem a natureza das relações de quem veem e o que é visto (UNSWORTH, 2004, p. 72); o composicional (metafunção textual) que referem-se à distribuição do valor da informação ou ênfase relativa entre os elementos da imagem (UNSWORTH, 2004, p. 72).

Escolhemos esse arcabouço teórico porque acreditamos que ele oferece condições de analisar os recursos visuais diversos contidos na materialidade dos vídeos que formam o corpus deste estudo, os elementos extralinguísticos, de movimento, de fala e os recursos digitais presentes nos vídeos. A GDV está fundamentada na obra *Reading Images: the grammar of visual design* (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006), que se tornou a referência principal na análise das imagens.

Um mundo cada vez voltado ao enfoque multimodal requer uma análise além do texto escrito, voltada a uma imagem do que é dito e gesticulado, do contexto e dos efeitos. A GDV oferece uma maneira de ler esses fenômenos da comunicação contemporânea: prestar atenção à gramática centenária da imagem em movimento enquanto integra essa análise de forma coerente com a análise de outros quadros. (BURNS, 2013 p. 16).

Sobre a consolidação da GDV, Kress e Van Leeuwen destacam a incrementação do papel da comunicação visual em materiais de ensino, o avanço das novas tecnologias, tais como, os softwares que estão mais acessíveis para não especialistas no uso e na manipulação de imagens. Além disso, o fenômeno da globalização que a um só tempo constrói representações semióticas de acordo com uma complexa rede de especificidades atribuídas a um povo, demanda um entendimento generalizado acerca de seus efeitos semióticos, devido à rápida veiculação e consumo dessas representações em todo o mundo (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 14).

Conforme Kress e van Leeuwen (2006), a GDV se estabelece como uma ferramenta que possibilita a análise de imagens, com ideia central de que essas são

estruturas sintáticas que podem ser analisadas tal como fazemos com a linguagem verbal. Portanto, é então proposta pelos autores uma sistematização para a leitura dos textos. A análise multidimensional perfaz mais de um significado de modo simultâneo, um sistema de significados, assim como as metafunções que organizam a linguagem.

A GDV propicia, a partir das realizações características intrínsecas, as posições que podem determinar as funções que as imagens sugerem. As realizações e ações visuais estão assim vinculadas:

### REALIZAÇÕES

<i><b>Demanda</b></i>	<i>Olhar do Expectador</i>
<i><b>Oferta</b></i>	<i>Ausência de Olhar para o Expectador</i>
<i><b>Intímo/Pessoal</b></i>	<i>Tomada de Perto</i>
<i><b>Social</b></i>	<i>Tomada Média</i>
<i><b>Impessoal</b></i>	<i>Tomada Distante</i>
<i><b>Envolvimento</b></i>	<i>Ângulo Frontal</i>
<i><b>Destacamento</b></i>	<i>Ângulo Obliquo</i>
<i><b>Poder do Visualizador</b></i>	<i>Ângulo Acima</i>
<i><b>Igualdade</b></i>	<i>Ângulo ao Nível dos Olhos</i>
<i><b>Poder Representado do Participante</b></i>	<i>Ângulo Abaixo</i>

Quadro 1. Representas os principais tipos de significados interativos propostos por Kress e Van Leeuwen (2006, p. 146).

A dinâmica visual é estabelecida, a partir ponto do vista do visualizador. Kress e Van Leeuwen esclarecem que:

Os participantes interativos são, portanto, pessoas reais que produzem e compreendem imagens no contexto de instituições sociais que, em diferentes graus e formas diferentes, regulam o que pode ser “dito” com as imagens, como deve ser dito e como deve ser interpretado. Em alguns casos, a interação é direta e imediata. (...) Mas em muitos casos não há envolvim ento imediato e direto. O produtor está ausente para o espectador e o espectador está ausente para o produtor. (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 131).

No caso das imagens em movimento representadas por vídeo, tudo significa: a sincronia do falante, a pausa e, no caso dos vídeos que fazem parte do corpus deste estudo, as traduções são apresentadas na parte inferior do vídeo, para que não ocorra quebras na exposição ora da professora. A respeito da multimodalidade, Kress (2015, p.4) explica que:

Temos que pensar como a Multimodalidade muda as formas de expressar

identidade e como isso é observado na atualidade e isso diretamente pode associar a como expressamos e realizamos o ensino. Ou, cada vez mais, as composições semióticas multimodais substituem os primeiros textos amplamente escritos. Isso já se aplica de maneira especialmente evidente às práticas e entidades de comunicação que envolvem as telas das 'novas mídias'. Tudo isso mudará nosso senso atual, ainda tradicional ainda relativamente seguro, do que são fala e escrita: 'para que servem'. Eles vão desestabilizar e depois desfazer o nosso (ainda) presente senso de sua centralidade no mundo social-semiótico.

A partir do vídeo selecionado, podemos elencar os aspectos que comungam a comunidade e YouTuber em seu processo de ensino da LE. A motivação dos autores é que suas ideias possam ser aplicadas aos aspectos espaciais das imagens em movimento ou mais precisamente em um fenômeno onde o espacial e o temporal interagem. A plataforma do YouTube é um espaço contemporâneo aberto ao público onde podemos ver a imbricação de tempo e espaço, por exemplo, a disponibilidade irrestrita dos vídeos que ficam disponíveis e que são sempre revisitados e significados, a partir de sua audiência.

A Gramática do Design Visual permite explicitar como os recursos disponíveis da gramática visual forma um potencial para a representação e comunicação de significado através de configurações espaciais de elementos visuais (KRESS & VAN LEEUWEN, 2006, p. 283).

Todo o contexto do audiovisual que o YouTube dispõe fica a disposição de uma forma muito abrangente e mesmo passível de análise a partir da GDV que tem seu escopo um gradiente de observações que podem ser incorporadas no processo de análise que contempla inclusive “através do uso de cores ou diferentes estruturas de composição” (KRESS E VAN LEEWEN, 2000, P. 2).

### **2.3 As Metafunções da linguagem**

De uma forma ampla a GDV realiza a análise das imagens em suas representações, que trata das relações de interação e da forma que os elementos estão posicionados de uma forma mais geral e em como estão destacadas em toda a composição da imagem. Estas análises dividem em três metafunções a representacional, a interacional e a composicional. São estas metafunções que auxiliarão a entender a composição intrínseca dos vídeos e os elementos que o compõe e que torna essa gramática visual disponível para a compreensão das ações e inserções gráficas.

## 2.4 Metafunção Representacional Narrativa e Conceituais

Kress e van Leeuwen (2000) chamam de representações narrativas, o engajamento que os participantes podem estabelecer em eventos e ações. Os processos descritos por esses autores para análise de imagens dessas representações são os de ação não-transacional, transacional unidirecional e bidirecional, reacional não-transacional e transacional, Mental, Verbal e de Conversão. No caso da análise dos frames selecionados que serão analisados trata-se aqui de verificar a metafunção narrativa presente nos elementos de composição da imagem da sequência do vídeo.

Com os princípios apresentados por Kress e Van Leeuwen (1996[2006]), portanto analisamos e já colocando sobre a perspectiva de imagens em movimento a relação entre ATORES e METAS podem ser representadas em uma única tomada, (KRESS & VAN LEEUWEN,1996, p. 275). Sendo o participante que faz a ação recebe a denominação de 'Ator'. O processo todo material engloba um Ator. "E Meta o participante a quem o vetor está direcionado, a quem a ação é feita e para quem a ação está direcionada" (Kress e van Leeuwen, 2000:62).

Na Metafunção Narrativa há um vetor que realiza uma integração entre objetos presentes na cena exposta para análise. Há um participante que realiza a ação e chamado de Ator. É possível representar, portanto os participantes de uma cena que estão conectadas por um vetor e onde o seu apontamento direciona para quem a ação é dirigida. A direção da ação é feita e para quem a ação está direcionada (Kress e Van Leeuwen, 2000 p.62). O vídeo selecionado para análise trata não somente de um vídeo sobre ensino de idiomas, mas também acontecem inserções no vídeo que permitem uma aplicação das metafunção narrativa para observar e destacar pontos de ação que permitem uma explicitação de mecanismo semióticas que auxiliam no aprofundamento de temas ou para digressões no espaço audiovisual.

Já as estruturas representacionais conceituais categorizam, identificam e dão significações aos participantes, que são apresentados de forma estática, atemporal, visando à formação de um conceito. Assim sendo, é possível identificar um participante representado em imagens conceituais, seja pessoa, seja coisa, seja lugar, por uma ausência de ação. Dito de outra forma: nada acontece na imagem em termos de representação de uma história. Os participantes dessa estrutura são representados por

sua essência de classe, sua estrutura ou seu significado, sendo identificados como processos classificatórios, analíticos e simbólicos.

## 2.5 Metafunção Composicional

Na Metafunção Composicional um dos aspectos analisados pela GSV é o olhar. Este trata da demanda e de oferta dos participantes, na relação imagem/visualizador; o enquadramento explica o distanciamento dos participantes da imagem em relação ao visualizador e, a perspectiva preocupa-se com o ângulo da imagem (horizontal e vertical, por exemplo). Com relação à metafunção composicional, esta “se traduz através de arranjos composicionais que permitem a concretização de diferentes significados textuais.” (BRITO; PIMENTA, 2009, p.23).

Sobre a composição da imagem como um todo, há uma relação sobre o representacional e interativo, no sentido de dar sentido para o interlocutor da imagem. Tais elementos são feitos para atrair a atenção do espectador em diferentes graus, por fatores tais como, o posicionamento em primeiro plano ou plano de fundo, tamanho relativo, contrastes no valor tonal (ou cor), diferenças na nitidez, etc. (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 165).

Observamos as diferentes tomadas que podem ser escolhidas, pois temos o close-up, muito próximo ao rosto e a tomada longa que mostra todo corpo juntamente ao cenário. A relação com a audiência pela imagem se faz pela escolha de imagem feita de tomada média, ou seja, vemos metade de seu corpo na tela. Para Kress e Van Leeuwen (2006, p. 146):

Produzir uma imagem envolve não somente a escolha entre ‘oferta’ e ‘demanda’ e a seleção de certo tamanho de tela, mas também, e ao mesmo tempo, a seleção de um ângulo, um ‘ponto de vista’ e isto implica a possibilidade de expressar atitudes subjetivas em relação aos participantes representados, humanos ou não.

Kress e van Leeuwen (2006, p. 176) explicam que a metafunção composicional trata da forma em que os elementos representacionais e interativos são formulados para relacionarem-se entre si. Está diretamente relacionada à coesão do texto visual que é a forma como o produtor da imagem propõe a organização do significado da imagem.

Dentro da metafunção temos o *valor de informação* que trata de como os elementos (pessoas, textos, etc.) se localizam nas três principais áreas da imagem: esquerda/direita; superior/inferior; centro/imagem. E a *saliência* que trata do recurso de integração visual. Sobre os elementos que são usados para atrair atenção do leitor para diferentes níveis.

## 2.6 Metafunção Interativa

Na Metafunção Interativa conforme Kress e van Leeuwen (2006[1996]), os produtores da imagem e os que a observam são classificados como participantes interativos. No contexto, toda imagem é produzida para fazer a interlocução para quem está assistindo o vídeo diretamente. Está estabelecida aqui a relação entre esses dois participantes interativos (produtor e observador) e aqui se estabelece que os participantes interativos sejam reais. Kress e van Leeuwen (2006[1996]) pontuam que essas interações ocorrem, por exemplo, por meio do olhar, da distância/afinidade social e do ponto de vista/perspectiva.

Sobre as a disposição dos elementos visuais na tela, podemos a partir das considerações da GDV e com observações abrangentes dos elementos que compõem uma imagem que o que é colocado à esquerda e o que é colocado à direita em outros tipos de visões confirma uma generalização: quando imagens ou layouts fazem uso significativo do eixo horizontal, posicionando alguns de seus elementos à esquerda e outros à direita do centro (o que, obviamente, não acontece em todas as composições), os elementos colocados à esquerda são apresentados como “já dados”, os elementos à direita como novos.

As imagens além de possibilitarem a interação entre os participantes da imagem estabelece também interação entre quem está vendo a imagem e que está produzindo. Há uma interação entre o observador e sugere a atitude de que os observadores devem ter em relação ao que é representado nas imagens. Ainda na função interativa, são estabelecidas estratégias que aproximam ou afastam do produtor do conteúdo em relação ao seu observador. A função busca estabelecer uma linha imaginária entre o elaborador o observador. Os recursos de contato, distância social, perspectiva e modalidade são observados nos vídeos e na forma como são apresentados.

O capítulo III traz o referencial metodológico.

## CAPÍTULO III

### REFERENCIAL METODOLÓGICO

Este é um estudo de caso, de caráter exploratório e de natureza qualitativa. De acordo com Gil (2002), o estudo de caso caracteriza-se pelo estudo exaustivo de poucos objetos, para que se possa alcançar um conhecimento detalhado deste. A análise das imagens do vídeo seguiu os pressupostos teóricos da Gramática de Design Visual de Kress e van Leeuwen (2006). Para fins de sistematização, optamos por iniciar a análise das imagens pela metafunção representacional, identificando os processos.

Colocamos na concepção de Burns (2014 p. 15) a diferenciação do sintagma sincrônico que trata do estado do filme se encontra parado e temos então efetivamente uma fotografia. E já sintagma diacrônico a sequência em movimento que incluem, portanto movimento de corpos, objetos e paisagens. A análise e a teoria que embasa tal análise, portanto foca-se nesse aspecto visual com sintagma diacrônico, entretanto como o vídeo trata do ensino notamos aqui a diferença em se analisar esse vídeo específico e as análises de filme propriamente com uma variedade de movimentos em cena e de caráter ficcional roteirizado e das telas que são vistas durante a explanação do vídeo e o seu tema.

A pergunta de pesquisa que nos guiou foi: com base na Gramática do Design Visual, que recursos das metafunções da GDV funcionam na construção de sentidos do canal “English in Brazil by Carina Fragozo”, para o ensino-aprendizado de inglês?

#### **3.1 O Canal Selecionado**

O canal pertence à professora de inglês, Carina Fragozo, ela que é a produtora de conteúdo do canal English in Brazil. Atualmente em 2020, o canal possui mais de 1 (hum) milhão e 200 mil inscritos. É brasileira, graduada em Letras e possui doutorado em linguística pela Universidade de São Paulo. Carina foi escolhida pelo Youtube como uma das embaixadoras desta plataforma no Brasil.

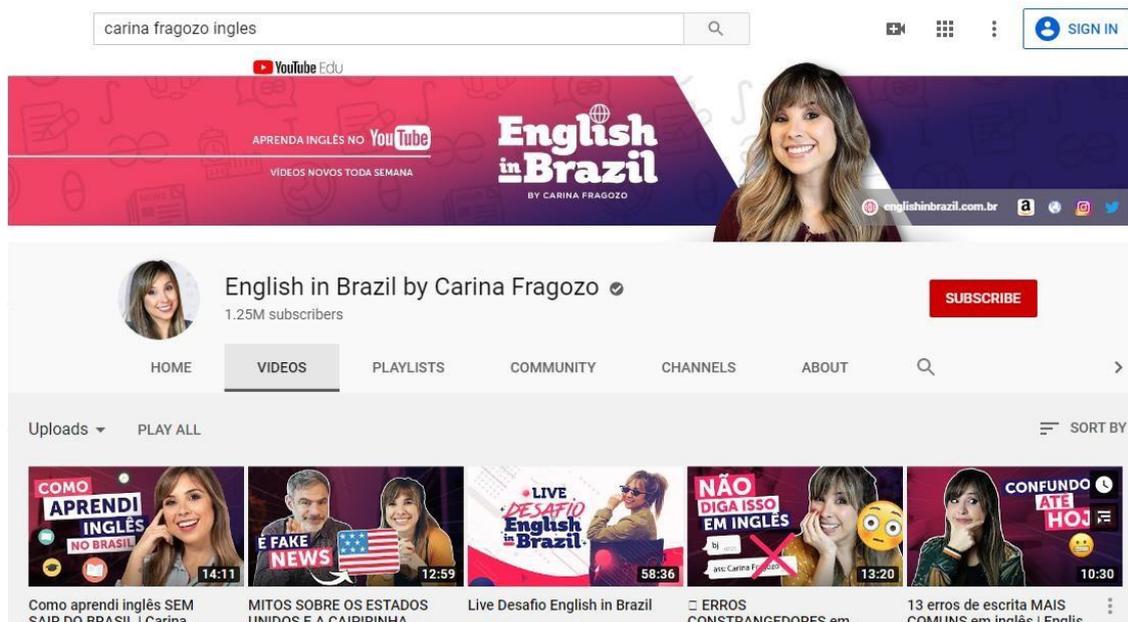


Figura 12 - Página inicial do Canal English in Brazil by Carina Fragozo Youtube, 2019.

Fonte:

A conta do canal *English in Brazil by Carina Fragozo* na plataforma do YouTube foi criada em 2008. Mas, o primeiro vídeo postado no canal tem a data de novembro de 2013. Anteriormente, Carina realizava o ensino e dicas de Inglês pelo blog homônimo. O blog que é atualmente um site ainda oferece diferentes modalidades de curso e tem a cada vídeo um link de referência para busca ou inscrição do curso.

Nos relatos de Carina, ela revela que adquiriu a fluência em língua inglesa antes de qualquer viagem para um país anglófonos. Tal relato e o fato de ser uma brasileira ensinando inglês em grande parte do vídeo em português foram um dos fatores considerados para selecionar o vídeo. Além de ser atualmente na plataforma do Youtube, o canal de uma brasileira com maior número de seguidores no Brasil.

A relevância do canal, portanto possibilita observar seu método de ensino e edição de vídeo já que se tornou um canal extremamente popular. O canal como o maior dos canais possui na plataforma categorias para o público que tratam dos vídeos que são mais assistidos e, dentre esses, o vídeo intitulado “Cuidado com o *I want* no restaurante” é um dos mais assistidos no canal. Observar as características deste vídeo pelo viés da GDV é a proposta dessa análise, bem como os fatores que determinaram a escolha desse vídeo em específico.

### 3.2 O vídeo selecionado

O vídeo selecionado para análise é o vídeo com o título “Cuidado com o ‘I WANT’ NO RESTAURANTE/ Survival English #6”. O vídeo foi publicado no dia 17 de outubro de 2018. Tratando-se de um vídeo, portanto com as imagens em movimento foram analisadas por frames que congelamos em 18 etapas.

A seleção do vídeo foi baseada no período de sua publicação: delimitamos um vídeo de no máximo 1 (um) ano de sua publicação, a fim de analisar postagens mais recentes. Outro critério foi o de escolher vídeos com um grande número de visualizações. Analisamos nesses vídeos, como se dá o ensino de língua inglesa, a partir dos elementos visuais disponíveis, que incluíram as artes visuais, trilha e edição e o roteiro. O vídeo que compreendeu tais critérios foi postado no dia 17 de outubro de 2018 e trata-se do 4º vídeo mais assistido no canal com 943.074 visualizações até o momento<sup>3</sup>.

Apontamos, a seguir, como as metafunções representacional, interativa e composicional compõem este vídeo, por meio de nuances de edição e roteiro. Os frames que destacamos nesta análise são pedidos no restaurante; saber falar em inglês os pontos da carne e como requerer o guardanapo em um restaurante. Os frames do vídeo selecionado foram feitos com indicações de elementos que foram ressaltados para realização na análise. Para melhor visualização e exposição da metafunções certos frames agrupados para ressaltar a diferença visual presente em cada imagem. Setas indicativas que não fazem parte da imagem foram colocadas para orientar os pontos ressaltados na análise.

Os apontamentos das análises seguem, portanto primeiro na exposição do frame apontado e logo após a análise do material. Os frames printados pelo printscreen SysRq foram categorizados de acordo com a necessidade de exibição da metafunção que deveria ser verificada. Optou nos frames salvos para visualização as imagens exibidas pelo computador por disponibilizar uma imagem mais ampla e detalhada. A imagem que é realizada em smartphones é diferente por não disponibilizar todos os elementos que podem ser observados no vídeo com a descrição e o posicionamento de outros dispositivos que ficam aparentes no YouTube.

---

<sup>3</sup> 18/12/2019

## CAPÍTULO IV

### DESCRIÇÃO E ANÁLISE DO VÍDEO ‘INGLÊS NO RESTAURANTE’

A análise do vídeo selecionado seguiu, portanto os pressupostos teóricos de Kress e van Leeuwen (2006) na Gramática de Design Visual. Para sistematização da análise, optamos por iniciar a análise das imagens pela metafunção representacional narrativa e conceitual, identificando os processos contidos nos frames selecionados. Em seguida, partimos para a verificação da metafunção interativa com os frames selecionados e elencados para verificação da metafunção identificada, seguida da análise da metafunção composicional. Em seguida, analisamos o vídeo como um todo, verificando a forma como acontece a relação entre os diferentes modos de representação, conforme a análise de cada metafunção.

Segundo a proposta de Kress (2003) e Kress e van Leeuwen (2006), é importante considerar os aspectos do layout e da composição da página, ou seja, os arranjos composicionais que propiciam a realização de diferentes significados textuais. Segundo esses autores, o lado esquerdo em uma página que apresenta imagens, remete ao que é dado, ou seja, ao que já é conhecido. O lado direito mostra a novidade. No caso do vídeo ‘inglês no restaurante’, ‘I want’ seria o equivalente a um pedido em português, em restaurantes no Brasil. Assim, uma pessoa que sabe falar inglês, que aprendeu fora de um contexto de ensino formal, poderá pensar que o ‘I want’ é o ideal a ser utilizado neste caso.

A tela inicial do vídeo apresenta o nome e número da sequência do tema apresentado ‘Survival English #6’, à esquerda, na parte superior; um balão à esquerda, com a frase ‘I want’, riscada com um X e, à direita, a Youtuber com um copo de vinho na mão esquerda e um a mão direita levantada com um dedo indicador paralelo à frase riscada. Na parte inferior do frame nas cores vermelha e amarela, à esquerda, o tema ‘inglês no restaurante’. Aqui as imagens colocam os detalhes que serão introdutórios do assunto do vídeo. Maximizando o tema tratado com detalhe em fontes e cores diferentes onde se ressalta a palavra “restaurante” em maior destaque no frame e compreende em

quase totalidade a imagem. Tal sugestão visual proposta nos coloca o destaque do vídeo e acima em forma de um balão simbolizando pela fala da Carina o 'I want' representando exatamente o que não deve dizer no restaurante. Detalhes da taça de vinho e o sinal indicador do dedo em forma de pedido.



### Cuidado com o 'I WANT' NO RESTAURANTE | Survival English #6

English in Brazil by Carina Fragozo

há 1 ano · 967 mil visualizações

Figura 13 – Chamada do canal “English in Brazil by Carina Fragozo” com descrição do vídeo. Fonte: Youtube 17/10/2018.

A descrição inicial do vídeo, dada por Carina é a seguinte:

Cuidado com o 'I WANT' NO RESTAURANTE | Survival English #6

986,798 views · Oct 17, 2018

96K 788 SHARE SAVE ...

**English in Brazil by Carina Fragozo**  
1.25M subscribers

**SUBSCRIBE**

Está pensando em viajar para o exterior mas fica inseguro para fazer um pedido no restaurante em inglês? Não sabe falar os pontos da carne, ou como pedir um guardanapo? E como pedir para fechar a conta? Aprenda tudo isso neste vídeo e entenda por que dizer "I want" para fazer um pedido não é nada elegante :) Compartilhe com seus amigos!

#1 - Inglês no supermercado <https://www.youtube.com/watch?v=EZ2iY...>  
 #2 - Inglês no aeroporto e imigração <https://www.youtube.com/watch?v=h0Yz4...>  
 #3 - Inglês ao telefone <https://www.youtube.com/watch?v=8B4vi...>  
 #4 - Inglês no médico <https://www.youtube.com/watch?v=biGHN...>  
 #5 - Inglês em viagens (dar e pedir informações) <https://www.youtube.com/watch?v=qRvFw...>  
 #6 - Inglês no Restaurante <https://www.youtube.com/watch?v=D-I94...>  
 #7 - Inglês nas compras <https://www.youtube.com/watch?v=iFNY3...>

Confira outros vídeos da série Survival English ► <https://goo.gl/X4EW8q>

COMPRE MEU LIVRO ► <https://amzn.to/2N4PGUf>

+ INSTAGRAM ► <http://instagram.com/carinafragozo>  
 + FACEBOOK ► <https://www.facebook.com/blogenglishi...>  
 + TWITTER ► <https://twitter.com/CarinaFragozo>

Figura 14 da descrição do vídeo

Fonte: YouTube, 2019

A descrição do vídeo disponibilizado aparece no canto inferior e abaixo da tela de exibição. Pressupõe que pode ser lido depois da apresentação do vídeo. Tal descrição, no entanto nos suscita em perceber os objetivos propostos pelo vídeo. A partir dessa descrição podemos inferir nos propósitos que se pretendem alcançar com

esse vídeo específico.

Na descrição, além de descrever os objetivos do vídeo, há também hipertextos que estão vinculados para os outros vídeos dessa série do canal e tratam dos temas recorrentes e específicos que é o ‘Survival English’ que trata de um ‘Inglês para sobrevivência’. Este vídeo que é o número 6 da série trata do uso do inglês em restaurante. Muitos vocábulos e expressões e as dicas referem-se ao ambiente de restaurante, portanto este é o tema abrangente do vídeo. Outros temas da série são retomados pelos links e tratam de diferentes usos da língua inglesa em tais ambientes e serviços (supermercado; aeroporto e migração; ao telefone; no médico; em viagens; nas compras). Podemos então inferir que a hipertextualidade permite a diversificação de ideias em conjunto, através de mídias como os textos digitais que proporcionam uma interatividade com o mundo virtual, com a realidade virtual da cibercultura. (RECUERO 2009 p.8).

No YouTube, é possível que o Youtuber realize estratégias de engajamento que pode ser por delimitações de assuntos que são postados nos vídeos propriamente ditos e com suas particularidade de temas e disposição de data de postagem. Esse engajamento permite alcançar novos inscritos e sendo até possível vincular alguma campanha de ensino sobre algum tema da língua e com metas efetivas de lançamento de vídeo para a audiência. Isso acompanha as expectativas semióticas já implícitas da plataforma e compartilhadas pela comunidade que é formada pelos assinantes do canal.

A comunidade que se forma ao redor do canal compartilha uma vivência na perspectiva de que todos acessam os mesmos vídeos, porém interagem em tempos diferentes. A grande maioria dessas interações é realizada em Português e coloca essa visão de comunidade que o canal forma. As razões e níveis são variados. Entretanto, os temas abordados no canal possibilitam que uma plateia virtual acompanhe e interaja, na medida em os vídeos são postados e comentados. A análise aqui se concentra na plataforma YouTube, que por meio de links e convites feitos pela Youtuber, convida os visualizadores a participar de outras redes sociais, tais como, o Facebook, o Twitter, o Instagram e o website “English in Brazil”. A participação em outros canais aumenta a popularidade dos youtubers e, assim, a chance de receberem mais patrocínios.

Este contexto escrito na descrição informa, portanto vídeos relacionados e sugere uma linearidade se acompanhada pela disposição dos links. Se observarmos

esteticamente essa distribuição de vídeos, é muito característica do ciberespaço, comparativamente, pois há na página dos vídeos selecionados, um “portfólio” de outros vídeos disponíveis para assinantes ou outras pessoas que desejam buscar por determinado assunto. A explicação traz, geralmente, exemplos sobre determinado tema da língua inglesa.

Nesse contexto, ressalta-se o modo explícito e sistemático de descrição dos significados das regularidades das imagens. Os objetos de análise foram considerados a partir da representação de um contexto maior dado ao tema que é vinculado a uma ‘série de vídeos’. Neste caso, analisamos o sexto vídeo lançado.

#### **4.1 Análise da Metafunção Representacional Narrativa**

Segundo Kress e van Leeuwen (2006[1996]), identificamos os elementos que carregam o significado da metafunção representacional que é o processo narrativo. Este representa o desdobramento de ações e eventos, que podem ser formados pelos corpos em ação. No caso desta imagem do vídeo, Carina está fazendo alguma coisa em relação ao outro (uma pergunta), de modo personalizado e dramatizado, para alguém que não está no enquadramento do vídeo. No próximo frame do vídeo, descobrimos que ela fala com ela mesma, que faz papel de garçoneiro e de cliente em um restaurante. Com a imagem estática é possível ver as transições das estruturas que compõe a GDV como a presença de vetores.

Prosseguimos com a análise das de duas telas selecionadas (Figura 13 e Figura 14) e aqui o foco é perceber se há funcionamento da metafunção representacional narrativa e de que forma podem ser observados na Figura em questão tais elementos definidores. Na Figura 13 e a sequência que segue, visualizamos a imagem de Carina que preenche a tela de forma centralizada de forma que não contempla todo o seu perfil: a imagem está cortada na parte da cabeça. Essa sequência de imagens trata de uma representação encenada pela própria Carina. Ela interpreta dois personagens. As roupas são diferenciadas com parte do avental que sugere que ela seja então uma garçoneiro atendendo uma cliente. A câmera está posicionada em uma posição inferior e com o direcionamento do olhar para baixo. Isso demonstra para a audiência a encenação compartilhada com a posição do olhar direcionado para a direita e sugerindo o direcionamento do olhar do observador. Ela não está encarando a câmera e sim

orientada para a representação do diálogo que segue com ela interpretando outra personagem.

O cenário é majoritariamente claro ao fundo, apenas com uma luminária. O destaque é para Carina ao centro que usa roupas escuras que contrastam com o cenário ao fundo. Relevante observar neste plano de imagem é que a posição da Carina em primeiro plano de modo naturalista e com o vetor visual que sugere à oferta pois ela preenche grande parte da tela portanto é para onde o olhar do observador é convidado a olhar. Com um ângulo vertical que dá a posição de igualdade para quem se dirige no interior da cena representada.



Figura 15. A youtuber Carina Fragozo ao centro e as legendas inglês/português. Fonte: Youtube 17/10/2018

Para que possam ser realçadas, as legendas que compõem a cena são na cor branca, em contraste com a cor escura da roupa que ela veste. Aparecem em inglês e em português respectivamente: “*Hi, would you like something to drink?*” “ *Oi, você gostaria de algo para beber?*”

“Na segunda imagem respectivamente no segundo 02” do vídeo, o posicionamento muda com a edição Carina estando mais à direita da tela interpretando o cliente, com roupas diferentes com cabelos mais soltos e vestuários escuros com detalhes de plumas em cinza, óculos e brincos, segurando um menu, com um prato e um copo na sua frente.



Figura 16. Youtuber Carina Fragozo localizada com enfoque abaixo e sentada. Fonte: Youtube 17/10/2018.

O cenário configura um restaurante como sugerido no texto com prato, copo em uma mesa aparecendo parcialmente e ela segurando um cardápio. Há variações de cores na tela com fundo cinza que cobre a maior parte e em direção a esquerda da tela uma parte de cor branca. O posicionamento é de modo inferior e sentada e aqui ela direciona o olhar diretamente para a câmera ao ressaltar a frase “*I want water*” “*Eu quero água*”. O vetor visual é de demanda, ou seja, exige uma atitude ativa do interlocutor, introduzindo, então a inadequação que é o tema do vídeo. Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) pontuam que as estruturas narrativas têm como vetor a linha do olho que parte de um dos participantes, o reator (a cliente do restaurante), neste caso, que dirige-se a um fenômeno, que, na Figura 3 são os espectadores.

A próxima imagem (“segundo 14”) é a da garçonete, interpretada por Carina, que também lança um vetor visual de demanda para os que assistem ao vídeo, com uma crítica na legenda que acompanha a imagem- “*So rude!*” *Que grossa!*”- ao enunciado da cliente. Nesta cena (Figura 15, um zoom destaca a expressão facial de Carina):



Figura 17 Youtuber Carina Fragozo encara diretamente para câmera.  
17/10/2018

Fonte: Youtube

Pontualmente, a imagem imprime uma reação unidirecional, segundo Leeuwen ([1996] 2006), seguindo um padrão classificatório utilizado no processo de ação.

Ao realizarmos a análise da sequência de imagens na perspectiva da metafunção representacional, verificamos que os participantes visuais apresentados, são “atores” que estão em posição de destaque e evidência na imagem por estarem posicionados em posição de maior projeção do que o resto do cenário. A cliente, na Figura 12, é a “meta” por ser a participante alvo da ação, portanto, aquela em que o vetor (ação) está se dirigindo. Nas Figuras 13 e 14, as pessoas que estão assistindo ao vídeo tornam-se a meta, de acordo com os vetores do olhar, nas duas imagens.

Diante dessa exposição inicial do vídeo, podemos considerar esses minutos iniciais de projeção como uma estrutura narrativa de ação transacional, pois ocorre ação dos personagens apresentados, em que o ator (garçonete) está conectado à meta (cliente) por meio de vetor (ação de olhar), e que garçonete e cliente também interagem com os espectadores, embora os corpos e falas desses não estejam aparecendo no vídeo.

#### **4.2 Análise da Metafunção Representacional Conceitual**

A partir da metafunção representacional conceitual Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) a análise das imagens a seguir busca verificar os elementos que permitem o funcionamento dessas metafunção na composição da imagem. Observando já que tais imagens como sugere a sequência do vídeo não são representados pela apresentadora do

canal, mas elementos visuais dispostos no vídeo e que trazem significações e retomam a temática do canal e especial a série de vídeos que este está relacionado.

Os frames selecionados aqui e representados na Figura 18 trazem a vinheta do canal com as seguintes imagens que se intercalam de forma rápida e interrupta, seguindo com símbolos e cores diferentes em cada frame: Figura (1) - “Route 66”, em amarelo; Figura (2) - uma bola de basquete com fundo verde com todos os outros símbolos ao fundo que são vistos na vinheta; figura (3) - estátua da liberdade com fundo azul; figura (4) - ônibus com a escrita “London”; figura (5) - “I ‘love’ NY” com fundo azul escuro; figura (6) - uma mala de viagens com fundo roxo; figura (7) - um guarda real britânico com fundo rosa; figura (8) - um livro com marcado com cor vermelha mais clara; figura (9) - um globo com fundo verde; figura (10) - o logotipo do canal “SURVIVAL ENGLISH by Carina Fragozo”.



Imagem 18. Representação da sequência de vinheta do Canal “English in Brazil by Carina Fragozo”. Fonte: Youtube 17/10/2018.

Essas figuras são relevantes por uma informação implícita que o Inglês utilizado nesse vídeo considera o inglês britânico e o inglês americano. Eis o que os símbolos intercalados nos informam depois dessa introdução inicial encenada pela Carina.

Para Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) as estruturas representacionais conceituais que são apresentadas categorizam o canal justamente por toda a sequência de imagens que nos apresentam, identificam e dão significações mesmo que de forma estática, atemporal, entretanto nos apresentando um conceito já que as imagens dos

símbolos remetem a representações internacionais e convencionais de países anglófonos. Remete também à ideia de viagens bem de acordo com os links com outros temas tratados no canal.

Se na descrição do vídeo estavam os elementos textuais que tratavam o vídeo aqui nos símbolos dispostos pela edição no início do vídeo trata do ‘Survival English’ símbolos convencionados e que são mundialmente famosos. E que trazem uma sugestão visual simbólica que são todas as figuras demonstram cada tópico do que representam retomando a ideia de o inglês ensinando no canal é voltado para o inglês estadunidense e o inglês britânico a partir de sua representação visual e figurativa. Assim sendo, é possível identificar o ensino de língua inglesa representado em imagens conceituais mesmo não havendo uma ação requerida na sequência apresentada.

Em termos de representação de uma história como no diálogo apresentado anteriormente, mas os símbolos presentes finalizam a narrativa anterior e passam para a mudança de apresentação para a próxima imagem.

#### **4.3 Análise da Metafunção Interativa**

Na Metafunção Interativa com destaque na Figura 17, temos toda a perspectiva frontal e a fala diretamente para a câmera e mesmo a iluminação colocada e proximidade coloca sob uma perspectiva interativa o olhar do participante com a centralidade da imagem para que sua atenção esteja voltada exatamente para o centro da tela. A análise por meio da GDV ressalta que as cores de fundo escolhidas para os vídeos são cores de tom suave, o que pode transmitir uma tranquilidade para os visualizadores. A youtuber está sempre em realce nos vídeos, com objetos temáticos no pano de fundo. Em termos representacionais, os objetos escolhidos para compor a imagem referem-se a estudo (livros, luminárias, mapas) e estão sempre apresentados de forma organizada.



Figura 19. Youtuber Carina Fragozo em posição frontal a câmera e símbolos de redes sociais abaixo representadas  
 Fonte: Youtube  
 17/10/2018.

A Figura 19 apresenta um cenário diferente com uma estante de livros mostradas parcialmente a fundo do lado direito com miniatura de um ônibus londrino como decoração e um iluminador também mostrado parcialmente e Carina agora com metade do corpo aparecendo aqui a posição demonstra uma atitude de igualdade para o observador diferente da imagem que inicia o vídeo em que ela interpreta dois personagens. Há abordagem naturalista sem elementos com marcação profissional como foi com o avental que demonstra a profissão na sequência demonstrada para ser uma encenação.

O cenário também tem intenções de reprodução ficcional de local. Carina aparece com uma roupa cinza e com a imagem centralizada e olhar direcionado para a câmera. A câmera centraliza sua imagem que preenche a maior parte da tela, portanto buscando com que o olhar do observador seja majoritariamente orientado para ela e para o tema que será tratado. Aparecem, então, na parte inferior da tela, símbolos das redes sociais na tela respectivamente os perfis no instagram, twitter e facebook.

O ângulo frontal da imagem sugere o envolvimento do participante representado com seu observador, ou seja, a imagem direcionada no nível do olhar do observador. Trata-se de uma relação estabelecida de forma igualitária e não de forma hierárquica. A relação que Carina estabelece com as pessoas que assistem ao canal é a de demanda, pois os seus olhos, que funcionam como vetores vão em direção a quem a assiste. O foco então é para si e para a explicação que segue. O posicionamento

centralizado orienta para essa atenção. Mudou o formato do início do vídeo para abordagem explanatória que correspondendo à descrição tratará de elementos de ‘inglês no restaurante’.

A composição da Figura 18 Carina ainda retoma uma apresentação do canal sobre a série de vídeos que este selecionado é número 6 e retoma então outros temas abordados no ‘Survival English’ Então as referências dos vídeos anteriores e os temas tratados são dispostos na tela e preenche de modo a ainda deixar Carina ao centro mas os temas ‘Inglês no supermercado; ‘aeroporto e avião’; ‘telefone’; ‘médico’; ‘viagens’. Todos os temas são com a imagem de Carina e com as representações dos temas. Colocados na tela de modo ser visualizadas nas áreas direita e esquerda da tela e abaixo da posição central da Carina. Essas imagens possibilitam lembrar além da série a sequência em que eles devem ser sugeridos a serem assistidos.



Figura 20. Youtuber Carina Fragoso em posição frontal a câmera e vídeos anteriores aparecem na tela .  
Fonte: Youtube 17/10/2018.

Como GDV realiza a análise visual a partir da perspectiva ocidental. A sequência lógica de leitura orienta, portanto da esquerda para a direita e assim essa disposição é colocada e colocada, portanto de ‘inglês no supermercado’ para ‘inglês para viagens’ a sequência das cinco imagens tratadas na tela e ao centro a imagem da Carina e justamente o tema 6 que é o vídeo selecionado e que tratará do tema ‘inglês no restaurante’. A edição, neste caso, coloca em perspectiva menor as figuras e inserções de fotografias de excertos de temas tratados anteriormente. Entretanto, continua a centralidade da Youtuber com rosto maquiado com reforço do batom em vermelho que

mostra o destaque e em tamanho proporcionalmente maior que todas as imagens ao redor, e no centro da tela.

A composição da imagem traz no processo de edição as referências dos vídeos anteriores e os temas tratados, todos relacionados ao tema central *viagem*. A edição, neste caso, coloca em perspectiva menor as figuras dos outros vídeos e destaca no centro da tela, a Youtuber com rosto maquiado e destaque para o seu batom vermelho – um recurso de imagem classificado como diferenciação de cor. Quanto à contextualização, classificamos a imagem na modalidade naturalística, e que se refere à imagens naturais e que não constituídas portanto de desenhos ou mesmo fundos abstratos pois a imagem central de Carina está em um plano mais articulado do que o fundo atrás dela (estante, luminária), além do destaque de seu rosto, maior que todas as imagens ao redor.

Sobre a metafunção interativa, Kress e van Leeuwen (2006[1996]) explicam a estrutura imagética estabelece relações com o leitor/observador por meio da linguagem visual. Kress e Van Leeuwen (2000, p. 119) propõem que a relação que se estabelece entre o produtor da imagem e o observador é feito de forma sutil e que nem sempre é possível que se estabeleça uma interação face-a-face entre esses representantes interativos.

Na Figura 20, o círculo formado pelas microimagens ao redor do rosto de Carina, em destaque, tem como objetivo produzir uma linearidade entre eles e vinculá-los ao grande tema ‘viagem’. Assim, a composição da imagem, ao mesmo tempo em que destaca o conteúdo ‘inglês no restaurante’ descrito pela youtuber na imagem central, sugere outros conteúdos relacionados, que podem interessar ao interlocutor. Como que no conteúdo de um livro didático, os temas seguem ordenadamente, neste exemplo, o conteúdo, mas que é sugerida em uma ordem não cronológica, uma característica do meio virtual.

Os vídeos do canal como um todo não seguem uma linha cronológica e linear no sentido de iniciar com conteúdo de Inglês básico para vídeos com materiais de conversação ou uma explanação mais complexa da gramática da língua inglesa. Mas aqui essa retomada demonstra uma forma peculiar de organização para quem acompanha o canal.

A seguir, apresentamos a sequência de temas que vão das imagens que tratam

do tempo 1 minuto e 5' até 11 minutos e 58' que são tratados nos vídeos e sua significativa mudança estética e o que podemos deprender dessa alteração na forma de apresentação.

No vídeo em 1 minuto e 7' a tela muda para uma cor roxa transparente, mas com a imagem visível da Carina e os caracteres “*Basic Vocabulary*” em caixa alta e em primeiro plano. A sequência das palavras e frases aparecem no centro, na parte inferior e com cores de branco e com cobertura de roxo. Trata-se do vocabulário básico e são tratadas todas as palavras que são escritas todas em inglês e tratam do vocabulário básico restaurante. Os vídeos do canal não seguem uma linha cronológica e linear no sentido de iniciar com conteúdo de Inglês básico para vídeos com materiais de conversação ou uma explanação mais complexa da gramática da língua inglesa.

Se observarmos esteticamente essa distribuição de vídeos, é muito característica do ciberespaço, comparativamente, pois há na página dos vídeos selecionados, um “portfólio” de outros vídeos disponíveis para assinantes ou outras pessoas que desejam buscar por determinado assunto. A explicação traz, geralmente, exemplos sobre determinado tema da língua inglesa que no caso são todos direcionados ao tema restaurante.

Em 4 minutos e 36', novamente a tela muda de cor, desta vez, a cor laranja transparente que preenche a tela, com a função *Ordering*, em caixa alta, na cor branca:

A transição, em 10 minutos e 52' apresenta a tela verde transparente e informando a função “*Paying*”, com as letras em caixa alta, em branco, com fundo verde:





Figura 21 e as diferenciações da cores no vídeo Fonte: YouTube, 2018

Conforme salientam Kress e van Leeuwen (2002), as cores podem ser utilizadas na diferenciação das partes de uma composição, além de sugerir aspectos de seu significado, de acordo com o interesse do produtor de sentido e as necessidades do contexto de comunicação. Para que algo seja apresentado como centro significa que é apresentado como núcleo da informação e que todos os outros elementos são, em certo sentido, subservientes. As margens são essas auxiliares, elementos dependentes.

Sobre o aspecto interacional, o olhar da YouTuber é sempre de demanda, apresentado em forma de *close up*, demandando envolvimento com o visualizador, pois o ângulo é sempre frontal. Este ângulo também denota igualdade entre os participantes da interação. Quanto ao elemento composicional, os temas dos vídeos é representado na forma de escrita sucinta na parte inferior da tela ou do lado direito de quem vê a imagem. O lado direito na GDV representa o novo Kress e van Leuween (2004) explicam que os valores do texto têm relação com a sua posição na tela. Assim, na sociedade ocidental, na qual a leitura acontece da esquerda para a direita, o que está do lado direito representa a informação nova ou a que se deve prestar atenção ou o lado ao qual o visualizador deve prestar atenção. No vídeo analisado, foi sempre a parte gramatical da explicação.

Na sequência de cores dos frames apresentados, as cores que cobrem a tela são roxo, laranja e verde. Essa diferenciação possibilita uma didática visual para diferenciar os temas e mesmo classificá-los, por associação de funções, durante o processo explanatório.

O fundo de cada conteúdo apresenta uma cor correspondente ao seu tema. Conforme apontam Kress e van Leeuwen (2002), o acréscimo de cor a um texto pode aumentar em até 80% a atenção do leitor. Isso garante uma rima visual ao ambiente online com características em comum. No caso da composição do vídeo, a troca visual de elementos que separam os temas tratados é realizada pela troca de cores, com

destaque, em branco, para o conteúdo de cada etapa.

#### 4.4 O contato

O contato determinado aqui pela forma que o participante interage com o interlocutor e é observado pela forma como o produtor olha diretamente para que o vê. Em relação à atitude, na Figura 22 Carina está orientada para a ação, neste caso, para os diferentes pontos de cozimento da carne, chamando assim a atenção de seu interlocutor para as carnes, por meio do vetor visual em uma posição de oferta. A tradução dos termos não aparece na tela, mas são explicados todos na fala da Carina que elabora exemplos contextuais para explicar os temas. Carina realiza todas as explicações em português e no momento da exemplificação utiliza frases elaboradas em inglês.

Na Figura 22 que é feita no vídeo no minuto 9 e 43' Aqui há uma intervenção de uma imagem no canto direito da tela com imagens com diferentes tipos de carne.



Figura 22. Youtuber Carina Fragoso em posição frontal e imagem de tipos de pontos da carne. Fonte: Youtube 17/10/2018.

O método de análise realizado pela GDV nos permite, portanto verificar as interações semióticas presentes nas imagens e quando são diretamente explicitadas nos frames selecionados. Os aspectos linguísticos observados nos permitem contextualizar também os termos que compõe as imagens como todo. Portanto ressalta-se que a fala acompanha todo o vídeo majoritariamente falado em português e pontuando os vídeos e as fontes que aparecem em vídeo em inglês, porém com tradução realizada pela fala da Carina e não aparece a fonte da letra em português em nenhum momento verificado no vídeo.

Na sequência da Figura 23 mostra a sequência de imagens quando todas as

palavras estão elencadas nos tipos de carne o olhar retorna sua posição centralizada e olhar diretamente para a câmera realizando o propósito de aproximação sobre o tema tratado com o interlocutor e apenas parte do corpo sendo indicando, assim, uma relação de proximidade, com o interlocutor, segundo a GDV.



Figura 23- Sequência de retomada de olha Fonte: YouTube,2018

Nessa sequência de imagens o vetor muda para o interlocutor. Retoma a mesma interação de olhar para a câmera. A interação com uma imagem gerada no processo de edição então retomada para o olhar frontal já é anteriormente prevista em roteiro e possibilita a apresentadora do canal dispor de elementos visuais que possibilitam a contextualização de sua explanação durante a sequência do vídeo e posto à direita e não preenchendo todo o espaço da tela.

O olhar da youtuber direciona para a imagem e não há uma digressão para exemplificar o vocabulário que está sendo ensinado. É recurso que impulsiona a fluidez do vídeo e coloca apenas os elementos de edição em evidência e como foi dito proporciona também uma sequência com a influência direta do roteiro. Tal colocação visual é planejada antes para que dê uma marcação específica para a youtuber direcionar o olhar quando tratado do tema desse vocabulário exposto aqui.

#### 4.5 Análise da Metafunção Composicional: Valor de informação e saliência

A importância da composição da imagem é vista através, por exemplo, do uso de cores mais fortes ou suaves, de um tamanho maior ou menor de um elemento em relação a outros na composição visual e, ainda, ao uso de contraste entre cores além de nitidez, brilho, perspectiva, e elementos que possam estar em sobreposição, salientando os que se sobrepõem sobre os que são sobrepostos. Aqui nos interessa verificar o *valor de informação* que trata de como os elementos (pessoas, textos, etc.) que estão localizadas nas três principais áreas da imagem: esquerda/direita; superior/inferior; centro/imagem. E a *saliência* que trata diretamente do recurso de integração visual. São elementos presentes que servem como mecanismos de atração do olhar e atenção do observador para diferentes camadas.

Na Figura 24 a seguir temos Carina com elementos visuais dispostos na imagem que indicam o nome do canal abaixo da imagem da Carina e do lado esquerdo. Do lado direito a chamada de *'inscrever-se'*, e acima à direita os créditos de *"Roteiro @meninaviajei e Carina Fragozo"*. Já está na parte de finalização do vídeo em 12 minutos e 48'.



Figura 24. Youtuber Carina Fragozo em posição frontal e ícone de identificação e inscrição. Fonte: YouTube, 2018

O valor de informação fica estabelecido tanto pela linha horizontal quanto pela vertical após a explanação dos tópicos foi finalizada, é sugerida a rede social de uma colaboradora do canal, na parte superior da tela, à direita (novo). Do lado esquerdo, acima, à direita, há um pequeno círculo com a imagem da Carina (dado). Os vetores na diagonal da esquerda/inferior e para direita/superior, indicam a ação do participante.

Abaixo, na parte central, o nome do canal “*English in Brazil by Carina Fragozo*”, seguido do convite “Inscrever-se”, em um fundo vermelho com letras brancas, em caixa alta. Segundo a GVD, os elementos que estão posicionados no lado direito demonstram uma informação nova, um elemento novo.

Na Figura 25 há a imagem de dois vídeos sugeridos por Carina, que convida os espectadores a inscreverem-se no seu canal (lado esquerdo, parte superior, em destaque). Na parte inferior, à esquerda do vídeo, as outras redes sociais de Carina são sugeridas aos que se interessarem/se interessam pelos temas das imagens dos vídeos mostrados na parte esquerda. Este *frame* (Figura 25) aparece no final do vídeo, cujo tema foi inglês no restaurante, ou seja, um tema relacionado ao vídeo produzido para determinado público.



Figura 25 – Tela final do canal “English in Brazil by Carina Fragozo. 2018.

Fonte: Youtube,

Os elementos visuais são conjuntos para significar o todo: posição dos elementos (esquerdo-direita, alto/baixo, centro/margem), os elementos que estão mais salientes, que chegam aos olhos através das cores, foco, ângulo e a presença ou não por intermédio de linhas verticais ou horizontais, realizam as fronteiras entre elementos da composição da imagem. Os elementos da Figura 25 representam à saliência, nos termos de Kress van Leeuwen, quando se referem à relevância hierárquica que um ou mais elementos adquirem numa imagem, que faz com que chamem mais a atenção do observador, Tal relevância é adquirida através, por exemplo, do uso de cores que sejam mais intensas ou mais suaves, com relação ao tamanho que podem ser maior ou menor de um elemento em relação a outros na questão visual.

Neste exemplo, a maior saliência na tela está no pedido de inscrição no canal

com o tamanho da fonte maior do que outras fontes usadas na imagem e o uso de contraste entre cores (branco e azul), que é nitidamente maior e salientando em relação aos que são sobrepostos. O ícone de “*Inscreve-se*” está mais é saliente devido ao seu tamanho em relação aos demais elementos da composição. Tal saliência reforça o pedido de inscrição no canal como mensagem final.

#### **4.6 Aspectos da GDV considerados**

O canal analisado neste estudo realiza o processo de tradução diretamente da imagem em inglês para a fala da youtuber em português envolvendo o contexto da aplicabilidade da palavra ou expressão exposta. Embora possa haver críticas contra essa forma de abordar o ensino da língua, a tradução ainda pode ser vista com um método que facilita desde que vinculado ao contexto além, mas eficaz no aprendizado de novos vocábulos e despertar de interesse da utilidade que está diretamente relacionado ao tema geral do vídeo no aprendizado sobre homônimos, expressões idiomáticas. Em uma perspectiva sociointeracional, de acordo com as metodologias sintonizadas com o contemporâneo, o ensino-aprendizado de línguas deve contar com momentos coletivos de aprendizado que aqui no vídeo analisado são direcionados e simulados para uma plateia.

É necessário colocar aqui que o aprendizado no YouTube pressupõe esse aprendizado que se baseia no interesse do usuário da internet e do conteúdo portanto de sua aplicação em seu processo próprio interno para conseguir ser um falante de outro idioma. É preciso ressaltar os propósitos distintos e mesmo as semelhanças e imbricações que a aprendizagem de uma Língua Estrangeira (LE) pode ter no percurso de estudantes e professores na atividade de comunicação que se pressupõe essa interação no idioma estrangeira nesse processo. Essas reflexões são válidas para percebermos a proposta desse ensino audiovisual e seus mecanismos que pretendem chamar a atenção e nos coloca em reflexão sobre novas proposições de ensino que a tecnologia fornece como recurso e mesmo nova estratégias de ensino de LE. Já que percebe-se que na tela aparece as palavras em inglês e traduzidas durante a fala da youtuber na explanação do conteúdo. O processo de traduzir e completar, portanto o que é mostrado em tela como um processo de tradução simultânea executado pela própria apresentadora do canal e que conduz o vídeo.

A escolha da youtuber é por tomadas médias com possibilidade de enxergar todo o cenário ao fundo. Kress e Van Leeuwen (2006, p.13) discorrem que a articulação e compreensão dos significados sociais na imagem derivam da articulação visual de significados visuais face a face. O ensino de LE demanda por essa subjetividade e uma necessidade de atenção por questões que se completam ou não na perspectiva da audiência e o posicionamento visual do vídeo remete diretamente ao observador do vídeo.

As considerações de elementos que ressaltam os aspectos de som e música são elementos importantes e necessários para vinculação do contexto. Mas a escolha deste enfoque nas transições de tela e o que ocorre em cada frame nos permite verificar como as metafunções ocorrem pelo gestual profundamente conectado ao todo visual que emerge em cada tela captada a partir de uma pessoa em tela e de caráter de ensino de idiomas onde a busca não é mesma subjetividade dos filmes.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises dos frames comprovaram a existência da relação de complementaridade na realização das imagens e das intenções decorrentes da interação audiovisual. Os recursos semióticos utilizados na produção do vídeo e observados sob o viés da GDV, ao abarcarem códigos distintos em suas respectivas formas de representar o mundo, demonstraram estabelecer relações comunicativas complexas no processo de atribuição e de ampliação dos sentidos que colaboram para o entendimento profundo da linguagem e das relações sociais ao serem conjugados.

As reflexões, com base nos pressupostos da GSF, tiveram o intuito de discutir como perceber esses funcionamentos que ocorrem na exibição de um vídeo de ensino de idiomas de um vídeo no Youtube permite discutir estratégias de ensino presentes mesmo no audiovisual. Perceber que a produção de um vídeo envolve estratégias visuais é possibilitar para a audiência perceber que o vídeo estar como informações que não apenas do ensino em si mas que também pretendem chamar sua atenção e assim o expectador observa a materialidade do vídeo não apenas com o intuito de aprendizado de uma língua estrangeira, mas também como uma experiência completa de ensino pelo audiovisual que engloba elementos destrinchados pela GDV e expostos na presente análise.

A estrutura pedagógica dos vídeos postados no canal segue uma estrutura própria tanto na abordagem de conteúdo como também na centralidade na youtuber em ensinar e estimular o aprendizado de LE. A partir dessas inter-relações comunicativas verificou-se também a dinamicidade em editar o vídeo com elementos diversos que propiciam uma interação com a audiência do canal muito baseada no direcionamento do olhar e do tema tratado com as possibilidades que o posicionamento de câmera e inserção de elementos gráficos como cores e diferentes marcações na narrativa que permitem a audiência perceber as nuances de mudanças de tema que vão se seguindo no decorrer do vídeo. Tais nuances do ensino para delimitar os temas tratados no vídeo permitem uma narrativa fluída e com as metafunções definidas na maneira em que as inserções no vídeo são possibilitadas pela edição.

No YouTube, o usuário adentra para um ambiente altamente visual e que

remete ao sensorial, os compartilhamentos, os comandos sugeridos na plataforma que vão desde clique a compartilhamentos, pausar os vídeos, minimizá-los, maximizá-los, ler as descrições dos vídeos. São processos imersivos do ciberespaço que colocam o usuário em ambientação de experiência tal qual experiências visuais como ir ao cinema ou assistir um filme sugerem para a completude da imersão porém como uma ressalva exclusivamente específica dessa experiência audiovisual que é o fato de poder pausar, adiantar o vídeo, retomá-lo, comentar sobre ele, avaliá-lo (curtir) que inclui atos multimodais que podem se expandir até mesmo em outro dispositivos com comandos de sincronização que tornam a plataforma um ambiente peculiar e porque não dizer muito propícia à uma autonomia de aprendizado e entretenimento imbricados no mesmo ambiente virtual.

Por outro lado, é preciso estar atentos à mistura de discursos – o educativo e o comercial, para que a educação não fique vinculada a aspectos comerciais e que visam somente o lucro. Este é um tema de pesquisa que sugerimos para futuros estudos.

## REFERÊNCIAS

ALBAHLAL, Fahad Saud. **The Impact of YouTube on Improving Secondary School Student's Speaking Skills: English Language Teacher's Perspective.** Journal of Applied Linguistics and Language Research Volume 6, Issue 2, pp. 1-17 Ministry of Education, Zulfi, Saudi Arabia 2019, disponível em [www.jallr.com](http://www.jallr.com) ISSN: 2376-760X.

ALHAMAMI, Munassir. **Observation of YouTube Language Learning Videos (YouTube LLVS).** Teaching English with Technology Journal, 13 (3), 3-17. King Khalid University, Saudi Arabia; University of Hawaii, USA. 2013.

ALMURASHI, Wael Abdulrahman. **The Effective Use of YouTube Videos for Teaching English Language in Classrooms as Supplementary Material at Taibah University in Alula.** International Journal of English Language and Linguistics Research Vol.4, No.3, pp.32-47, Published by European Centre for Research Training and Development UK April 2016.

ARRUDA JÚNIOR, Gerson Francisco. **O Fracasso do Behaviorismo Linguístico.** *Ágora Filosófica*, v. 1, p. 113-133, 2015.

AYU, Lidia Puspa. **YouTube Videos in Teaching Listening: The Benefits in Expert's Views.** *Research in English and Education (READ)* 1 (2), 152-160, December 2016.

BANDINI, Carmem Silva Motta; DE ROSE, Júlio César Coelho. **Práticas educacionais no Behaviorismo Radical: uma análise da proposta skinneriana de uma educação voltada para a liberdade e a criatividade.** In: SILVA, W. C. M. P. (Org.). *Sobre comportamento e cognição: reflexões teórico-conceituais e implicações para a pesquisa.* Santo André: ESETEC, 2007, v. 20, p. 18-28.

BARTON, David. LEE, Carmen. **Linguagem online: textos e práticas digitais/;** Tradução Milton Camargo Mota. 1 ed. –São Paulo: Parábola Editorial, 2015.  
BARBARA, Leila & Celia M. MACEDO. **Linguística Sistêmica- Funcional para a Análise de Discurso: um Panorama Introdutório.** *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, v. 10, p. 89-107. 2009.

BOYD, D.M. ELLISON, N, B. **Social Network Sites: Definition, History and Scholarship.** *Journal of Computer Mediated Communication*, Malden, v. 13, n. 1,

p.210-230.

BRITO, R. C. L.; PIMENTA, S. M. D. O. **A gramática do design visual**. In: PIMENTA, S.; AZEVEDO, A.; LIMA, C. *Incursões semióticas: teoria e prática de GSF, multimodalidade, semiótica social e ACD*. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2009.

BURGESS Jean Green Joshua **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade /**; com textos de Henry Jenkins e John Hartley; tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009.

BUZATO, M. E. K. **Letramento digital: um lugar para pensar em internet, educação e oportunidades**. In: CONGRESSO IBERO-AMERICANO EDUCAREDE, 3., São Paulo, 2006. Anais... São Paulo: CENPEC, 2006. s/p.

BONK, Curtis J. **YouTube Anchors and Enders: The Use Of Shared Online Video Content as Macrocontext for Learning**. Indiana University Paper presented at American Educational. Research Association (AERA) 2008 Annual Meeting, New York, NY, USA.

BRAGA, C.A. **YouTube for Learning English as a Foreign Language: Critical Thinking, Communicative Skills**. Proceedings of EDULEARN 09 Conference. 6<sup>th</sup>-8<sup>th</sup>, Barcelona, Spain July 2009.

BURN, Andrew. "**The Kineikonic Mode: Towards a Multimodal Approach to Moving Image Media**". *NCRM Working Paper*. NCRM, London, UK. Retrieved 13 November 2014.

BUZATO, M. E. K. **Letramento e Inclusão do Estado-Nação à Era das TIC\* (Literacy and inclusion: from the nation-state to the age of ICT)** (UFGD/Unicamp) D.E.L.T.A., 25:1, 2009 (1-38).

DUBOC, Ana Paula. **A avaliação da aprendizagem de língua inglesa segundo as novas teorias de letramento** in Fragmentos, número 33, p. 263/277 Florianópolis/ jul - dez/ 2007.

DUFFY, P. **Engaging the YouTube Google-Eyed Generation: Strategies for Using Web 2.0 in Teaching and Learning**. Pp. 173-182. 2008. Disponível em: [file:///C:/Users/Cliente/Downloads/ejel-volume6-issue2-article64%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Cliente/Downloads/ejel-volume6-issue2-article64%20(3).pdf)

EDUCAUSE. **Educause Learning Initiative: 7 Things You Should Know About YouTube** CambridgeUniversityPress. 2006disponível em:  
<http://www.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7018.pdf>.

FREITAG, R. M., FONSECA E SILVA, M. **Uma análise sociolinguística da língua utilizada na internet: implicações para o ensino de língua portuguesa**. Revista Intercâmbio, volume XV. São Paulo: LAEL/PUC-SP, ISSN 1806-275X, 2006.

FURTADO DA CUNHA, M. A; COSTA, M. A.; CEZÁRIO, M. M. Pressupostos teóricos fundamentais. In: FURTADO DA CUNHA, M. A.; RIOS DE OLIVEIRA, M.; MARTELOTTA, M. E. (Orgs.). **Linguística funcional: teoria e prática**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003, p. 29-55.

GALLARDO, B. C. **Comunicação Transnacional no Facebook: Uma Análise Discursiva das Identidades Digitais de Professores de Língua Estrangeira em Formação**. Tese de Doutorado (Doutorado em Letras). Instituto de Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP, Campinas, SP, 2013.

GOMES, Luiz Fernando. Nogueira, Eliete Jussara, Soares, Maria Lúcia de Amorim **Redes Sociais e Escola: O que temos a Aprender**. v. 7 n. 15 (2012): Cadernos de Pesquisa: Pensamento Educacional

GUALBERTO, Clarice Lage. **Multiletramentos a Partir da Gramática do Design Visual: Possibilidades e Reflexões**. In Anais do SILEL. Volume 3, Número 1. Uberlândia: EDUFU, 2013.

**Google lança plataforma de Educação YouTube Edu** in Época Negócios disponível em:<<https://epocanegocios.globo.com/Informacao/Acao/noticia/2013/11/google-lanca-canal-de-educacao-YouTube-edu.html>> Acessado em 03/06/2019

**Google lança YouTube EDU no Brasil, em parceria com a Fundação Lemann** in ItMídia de 21/11/2013 Disponível em <<https://itmídia.com/google-lanca-YouTube-edu-no-brasil-em-parceria-com-a-fundacao-lemann/>> Acessado em 03/06/2019

HALLIDAY, M. A. K. **An introduction to Functional Grammar**. 2<sup>nd</sup> ed. London: Edward Arnold, 1994.

\_\_\_\_\_. **Language as a Social Semiotic**. London: Edward Arnold, 1978.

HALLIDAY, M. A. K.; MATTHIESSEN, C.M.I.M. **An introduction to Functional Grammar**. 3<sup>rd</sup> ed. London: Edward Arnold, 1994.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

KABOOHAL, Tariq Elias. **The Impacts of Using YouTube Videos on Learning Vocabulary in Saudi EFL Classrooms**. English Language Institute, King Abdul-Aziz University, Jeddah (Saudi Arabia) Faculty of Arts & Humanities, King Abdul-Aziz University. Proceedings of ICERIC. Conference 16<sup>th</sup>-18<sup>th</sup> November 2015, Seville, SPAIN.

KRASHEN, S. (1985). **The Input Hypothesis: issues and implications**. 4.ed. New York, Longman.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading images: the grammar of visual design**. 2<sup>a</sup> ed. London/New York: Routledge, 2006.

LANKSHEAR, C.; KNOBEL, M. Aprendizagem social e novas tecnologias: entrevista a Richard Romancini. **Comunicação & Educação**, 20(1), p. 93-103. 2015. Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/277249992\\_Colin\\_Lankshear\\_e\\_Michele\\_Knobel\\_Aprendizagem\\_social\\_e\\_novas\\_tecnologias\\_entrevista](https://www.researchgate.net/publication/277249992_Colin_Lankshear_e_Michele_Knobel_Aprendizagem_social_e_novas_tecnologias_entrevista). Acesso em 20 ago 2019.

LARSEN-FREEMAN, Diane; LONG, Michael. **An Introduction to Second Language Acquisition Research**. London: Longman, 1991.

LAVE, Jean in Lauren Resnick, Levine B., M. John, Stephanie Teasley & D. (eds.), **Perspectives on Socially Shared Cognition**. American Psychological Association pp. 2-63 (1991). Disponível em <<https://pdfs.semanticscholar.org/11c7/75f8a059d6100ad7f5e499ab1300e4c1747f.df>> acessado em 05/06/2019.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LEUPHANA, INES Brünner. **Using Language Learning Resources on YouTube**. International Conference for Language Learning 6<sup>th</sup> edition 2013. Disponível em:

[https://conference.pixelonline.net/conferences/ICT4LL2013/common/download/Paper\\_pdf/215-ELE13-FP-Bruenner-ICT2013.pdf](https://conference.pixelonline.net/conferences/ICT4LL2013/common/download/Paper_pdf/215-ELE13-FP-Bruenner-ICT2013.pdf)

LEMKE JAY L **Letramento Metamidiático: Transformando Significados e Mídias\*** Metamídia Literacy: Transforming Meanings and Media. 1998. Disponível em < [http://w3.ufsm.br/desireemroth/images/stories/fruit/pdf/LETRAMENTO\\_METAMIDITICO\\_Lemke\\_Ftima\\_Tamamnini.pdf](http://w3.ufsm.br/desireemroth/images/stories/fruit/pdf/LETRAMENTO_METAMIDITICO_Lemke_Ftima_Tamamnini.pdf)> acessado em 01/06/2019

MARTÍN SÁNCHEZ, Miguel A. Apuntes a la historia de la enseñanza de lenguas extranjeras. Tejuelo, No 8, 2010. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3219208.pdf>. Acesso em: 07/09/2019

MENEZES, Vera, BRAGA, Junia. **Reconfigurando a Sala de Aula em Ambientes Virtuais de Aprendizagem in Linguística Aplicada**: Reflexões sobre ensino e aprendizagem de língua materna e língua estrangeira. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

MEURER, J. L. **Ampliando a noção de contexto na lingüística sistêmico- funcional e na análise crítica do discurso**. Linguagem em (Dis)curso - LemD, Tubarão, v. 4, n. esp, p. 133- 157, 2004.

MORAN, J. M. **Ensino e Aprendizagem Inovadores com Tecnologias Audiovisuais e Telemáticas**. In: Novas Tecnologias e Mediação Pedagógica. Campinas, SP: Papyrus, 2000.

NETO, Manoel Rocha BARRETO, L. K. S. Souza, L.A. **As Mídias Sociais Digitais Como Ferramentas de Comunicação e Marketing na Contemporaneidade**. Revista Científica das Escolas de Comunicação e Artes e Educação. Universidade Potiguar. Ano 4, n° 2, jun/nov.2015.

NÓBREGA, Lívia de Pádua **A Construção de Identidades nas Redes Sociais in Fragmentos de Cultura**,2010. Disponível em < [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1315-4179-1-PB%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1315-4179-1-PB%20(4).pdf)> acessado em 04/04/2019

PRENSKY, M. **Make Those You Tubes!**. IN: Educational Technology.pp. 1-4 disponível em: [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-Make\\_Those\\_You\\_Tubes--EdTech-2009.pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-Make_Those_You_Tubes--EdTech-2009.pdf)

PRENSKY, M. **Nativos Digitais, Imigrantes Digitais**. De On the Horizon (NCB University Press, Vol. 9 No. 5, Outubro 2001).

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Salinas, 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão** In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando.. (Org.). *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009, p. 1-269.

ROMANELLI, S. **O ensino/aprendizagem de pronomes do italiano: interferência na interlíngua do falante do português brasileiro**. Revista Desempenho, UnB, 2003, p. 41–50.)

PIROZZI, Giani Peres. **Tecnologia ou Metodologia? O grande desafio para o século XX** Revista Pitágoras – ISSN 2178-8243, v.4, n.4. FINAN - Nova Andradina/MS, dez/mar 2013.

SANTAELLA, Lucia. **Os espaços líquidos da cibermídia** Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. PUC-SP abril de 2005.

SANTOS, V.L. C. SANTOS, J. E. **As Redes Sociais Digitais e Sua Influência na Sociedade e Educação Contemporânea**. Universidade Federal do Rio Grande do Norte 2014.

SANTOS, Záira Bomfante dos. **A Linguística Sistêmico-Funcional: algumas considerações** in Revista do Departamento de Letras da FFP/UERJ Número 28 (jul.-dez 2014).

SOUZA, Alice Regina Pacó et al. **Cibercultura: um estudo contextualizador e introdutório**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais: cases conceitos, dicas e ferramentas**. São Paulo: M. Books, 2010.

TERANTINO, J. **Emerging Technologies YouTube for Foreign Languages: You**

**Have to See This Video.** In: Language Learning & Technology, 15 (1), pp. 10-16. Volume 15 Number 1. February, 2011.

**TORRES, C.** A bíblia do marketing digital. São Paulo: Editora Novatec, 2009.

**UNSWORTH, L.** 2000. **Teaching Multiliteracies Across the Curriculum: changing contexts of text and image in classroom practice.** New York: Open University Press.

**VASCONCELLOS, Miguel Murat Josué Laguardia Margareth Crisóstomo Portela** **Avaliação em ambientes virtuais de aprendizagem.** Educação e Pesquisa, São Paulo, v.33, n.3, p. 513-530, set./dez. 2007.

**YOUTUBE. YouTube lança plataforma de educação com 8.000 vídeos de ensino médio.** in Uol Notícias de 21/11/2013 Disponível em <  
<https://educacao.uol.com.br/noticias/2013/11/21/YouTube-lanca-canal-de-educacao-com-8000-videos-de-ensino-medio.htm>> Acessado em 03/06/2019.

**YOUTUBE EDU, YouTube Edu/Conheça a história do Projeto.** 2013. ( 4m 58s)  
Disponível em : <<https://www.YouTube.com/watch?v=YdpWbofz8T0>> Acessado em 03/06/2019.<<http://www.institutodeidiomas.com.br/teste-de-nivelamento>