

Estratégias de Construção Narrativa no YouTube: Preconceito e Estereótipos Como Atrativos do Canal DRelacionamentos¹

Caroline Stephanie Soares RANGEL²
Gabriel Antonio Ferreira de SOUZA³
Genivan Divino FERNANDES JÚNIOR⁴
Raquel Timponi Pereira RODRIGUES⁵

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO: O artigo realiza um estudo sobre as estratégias de construção da narrativa utilizadas como atrativo do usuário da plataforma YouTube, por conseguinte o objetivo é investigar o processo de construção gradual dos vídeos desde a ascensão da plataforma digital. A partir disso, fazer um recorte na *playlist* “Cansadas de Ouvir” do canal DRelacionamentos, que se utiliza de uma narrativa humorística. A hipótese do artigo é que os elementos humorísticos e de sarcasmo podem atrair um público específico e, através de uma crítica social, fazer com que se crie um pensamento crítico dos usuários dos vídeos na rede digital. Acredita-se que a temática possa contribuir para o campo da narratologia em sua associação com projetos estratégicos do audiovisual para as redes digitais.

PALAVRAS-CHAVE: YouTube; narrativa; estereótipo; preconceito; DRelacionamentos.

INTRODUÇÃO

O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos, com sede em San Bruno, na Califórnia (EUA). Mídia social criada em fevereiro de 2005. Em novembro de 2006 foi adquirida pela Google, por US\$ 1,65 bilhões. Segundo a revista norte-americana *Time*⁶, ele "criou uma nova forma para milhões de pessoas se entreterem, se educarem e se chocarem de uma maneira como nunca foi vista".

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Jornalismo FAGED – UFU. Bolsista de Iniciação Científica CNPq, e-mail: rangel.soares@outlook.com

³ Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo – FAGED, UFU, e-mail: gabersouza@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo – FAGED, UFU. Bolsista no PET Conexões de Saberes: Educomunicação e aluno PIVIC-UFU, e-mail: genivandivino@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora Adjunta do Curso de Jornalismo da UFU, e-mail: raquel.timponi@ufu.br

⁶ Edição de 13 de novembro de 2006. Disponível em: <<https://time.com/>>. Acesso em: 13 mai. 2019.

Diferentemente do cenário anterior em que os modelos de produção das mídias tradicionais audiovisuais ofereciam conteúdos massivos, dificultando a proximidade de diferentes segmentos de público, já em um contexto atual ocorre um processo de potencialização das firmas de produção, distribuição e consumo da informação, agora não mais centralizadas nas mãos dos grandes conglomerados midiáticos.

No contexto das mídias digitais, a intensa circulação de informações, propiciada pela atuação e popularização da internet, levou o surgimento do YouTube como mídia social, enquanto ferramenta de construção da participação do público no suporte digital. Do ponto de vista da audiência, o YouTube “é uma plataforma que fornece acesso à cultura ou uma plataforma que permite aos seus consumidores atuar como produtores” (BURGESS e GREEN, 2009, p. 32).

A emergência das produções de diversos canais no YouTube ocorreu pela potencialização dos processos de produção de conteúdos segmentados, conhecidos como nichos, o que é descrito por Chris Anderson (2006) como a “cauda longa”, em uma lógica que possibilita um espaço para segmentos que conseguem atingir uma venda ou uma conversão em lucro compatível com a indústria de antes, massiva. Nesse aspecto, o YouTube se tornou uma plataforma de produção segmentada de conteúdos voltados ao público especializado.

O artigo tem como tema as estratégias narrativas utilizadas para atrair/ fidelizar o público usuário da mídia social YouTube. Mais especificamente, o objetivo desse estudo é retratar as abordagens de temáticas do preconceito e de estereótipos presentes no canal do YouTube DRelacionamentos. O canal DR Oficial atualmente possui 293 vídeos postados e conta com 938.206 inscritos, segundo dados coletados no dia 24 de junho de 2019. O recorte específico para a realização da análise é a partir da *playlist* “Cansados de ouvir”. Como questão norteadora, estariam os vídeos do YouTube, que

utilizam de narrativas humorísticas estereotipadas, cumprindo com o papel de despertar a consciência dos diferentes públicos?

Para isso, o artigo apresenta uma metodologia composta da análise de conteúdo, segundo Bardin, do canal DRelacionamentos, a qual é composta da categorização dos recursos narrativos utilizados para a atração do usuário na plataforma YouTube.

Como percurso teórico, o artigo se inicia com uma análise da estrutura narrativa (Nogueira, 2007), perpassando a cultura participativa, enfatizando a lógica de produção do YouTube, de Burgess, Green (2009), em um contexto da cultura digital em que vale a segmentação dos conteúdos, como destaca Chris Anderson (2006), como será visto a seguir.

2. ESTRUTURA NARRATIVA PELA REPRESENTAÇÃO

Para utilização de um meio de explicar elementos de nossa cultura contemporânea serão colocadas inicialmente discussões de autores que possuem pesquisas nas áreas da narrativa e da identidade.

A narrativa, de forma geral, é identificada como um sistema de se contar determinada história. Está presente em diferentes tempos e em espaços jamais marcados pela ação humana. Elas assumem uma “variedade prodigiosa de gêneros, distribuídos em substâncias diferentes” (Barthes, 1982, p. 19-20). Suas características são as sequências de fatos que a compõe. Luiz Nogueira (2010), em sua obra “Manual do Cinema”, descreve a narrativa como uma forma fundamental de conhecimento da realidade humana. Segundo o autor, “a narrativa é o conjunto formado essencialmente pela história e pelo enredo, ao qual poderá se juntar a própria narração” (Nogueira, 2010, p. 63).

O Canal DRelacionamentos se utiliza de alguns recursos narrativos. Os autores Mark Turner ou Jerome Bruner (cit. por Ryan, 2004, p. 3) enfatizam a capacidade narrativa como instrumento fundamental da cognição humana: é através dela que

estruturamos o nosso pensamento, conhecemos e fazemos sentido da realidade à nossa volta.

Compreende-se a questão das identidades como indivíduos sujeitos a um discurso que, ao encontrar a informação em suas representações ou fora delas, capacita-se a afirmar ou refletir sobre o espaço do outro na sociedade, desconstruindo as percepções e concepções sociais impostas e reforçadas pelos meios de comunicação.

Neste sentido, tal como Manuel Castells (2001) explicita, a identidade tem importância em um processo de construção de significados, com base em atributos culturais inter-relacionados, que prevalece sobre outras fontes de significado. Do mesmo modo em que as identidades também são fontes de significados para os próprios atores, por eles originadas e construídas (autoconstrução) (CASTELLS, 2001), elas podem ganhar outro significado para quem as recebe, dependendo de um contexto sociocultural específico.

Assim, faz sentido analisar vídeos e um canal do YouTube que pretende trabalhar com aspectos da identidade como elemento primário, através da linguagem corrente do humor, dos estereótipos e do preconceito, como estratégias narrativas de despertar o usuário para a visualização dos vídeos.

3. FORMAS DE CONSTRUÇÃO NARRATIVA NO YOUTUBE

A narrativa é o espaço de representação da realidade, é possível encontrá-la em diversas áreas: nos filmes, livros, séries, etc. Com o avanço da tecnologia e dos meios de comunicação *online*, o YouTube se torna uma plataforma que hospeda vídeos que abrange os mais diversos conteúdos narrativos para um público variado. No livro “YouTube e a Revolução Digital”, Jean Burgess e Joshua Green (2009) explicam que

o YouTube era um entre os vários serviços concorrentes que tentavam eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet. Esse site disponibiliza uma interface bastante simples e integrada, dentro da qual o usuário podia fazer o upload, publicar e assistir vídeos em *streaming* sem necessidade de altos níveis de conhecimento técnico [...] O

YouTube não estabeleceu limites para o número de vídeos que cada usuário poderia colocar on-line via upload, ofereceu funções básicas de comunidade, tais como a possibilidade de se conectar a outros usuários. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 1)

O avanço da plataforma permitiu que pessoas do mundo a fora, com uma câmera, pudessem criar o seu próprio conteúdo e disponibilizá-lo ao mundo. Isso fez com que essa mídia se expandisse, aumentando o interesse para a criação de conteúdos como algo novo a se explorar. Seu crescimento em quase vinte anos foi tão expressivo que, atualmente, o YouTube se tornou fonte de renda para muitos que hospedam seus vídeos na plataforma.

Atualmente, para se conseguir um espaço de relevância e o reconhecimento, muitos canais começaram a aderir de grandes edições e assim trazendo o elemento da contemporaneidade ao vídeo, a realizar *thumbs* chamativas e o uso de narrativas alternativas ao vlog - estilo pioneiro dos vídeos na plataforma YouTube. Hoje, ao acessar a página inicial, é visível a diferença se comparada com dez anos atrás. Cada “youtuber” constrói narrativas individuais que marquem a sua imagem, fazendo com que o espectador, automaticamente, o reconheça.

4. SEGMENTAÇÃO DAS MÍDIAS DIGITAIS NA PLATAFORMA

Antes do surgimento dos serviços de *streaming* e da cultura digital na internet, o acesso era caracterizado como massivo. Havia uma fórmula aplicada no cinema, até mesmo na indústria musical, que fazia com que alguns produtos se tornassem sucesso para um público consumidor genérico. Porém não havia o fácil acesso ao conteúdo, que era produzido por uma indústria do audiovisual, a partir de conglomerados midiáticos.

Já no contexto da cultura digital, abre-se espaço para a cultura de nichos de entretenimento, próprios para um público segmentado. O teórico Chris Anderson, em seu livro “A Cauda Longa” (2006), explica como o surgimento dos serviços de

streaming e a lógica de sugestão de conteúdos relacionados, trouxeram uma possibilidade de exploração de produtos diferentes, dando maior liberdade e poder de participação para o usuário da rede na exploração dos conteúdos disponíveis.

Os consumidores estão mergulhando de cabeça nos catálogos, para vasculhar a longa lista de títulos disponíveis, muito além do que é oferecido na Blockbuster Vídeo e na Tower Records. E quanto mais descobrem, mais gostam da novidade. A medida que se afastam dos caminhos conhecidos, concluem aos poucos que suas preferências não são tão convencionais quanto supunham (ANDERSON, 2006, p. 15).

Aplicando isso ao YouTube, cada canal possui um número de inscritos que acompanham aquele criador de conteúdo e os produtos complementares, que aparecem para os usuários como assuntos relacionados ao tipo de conteúdo que costumam buscar na rede, que têm o intuito de atingir, o maior número possível de usuários da plataforma. Isso acontece porque o YouTube abrange milhares de canais de diversos conteúdos, cada um com a sua individualidade, e com a utilização dos algoritmos que colabora para a aba de recomendações vídeos de autores diferentes, relacionados com o conteúdo que é mais acessado, abrindo a possibilidade para o usuário explorar outros canais.

5. APRESENTAÇÃO DO CANAL DRELACIONAMENTOS

O canal DRelacionamentos tem como foco o entretenimento e o humor. Como estratégia principal de construção dos conteúdos, o canal apresenta assuntos do cotidiano como temáticas centrais, organizadas em *playlists* para atrair diferentes segmentos de usuários na rede digital. Como forma de um recorte mais específico, foi escolhida para análise a *playlist* “Cansadas de Ouvir”, a qual aborda diversos preconceitos e/ou estereótipos presentes que simbolizam situações vivenciadas por pessoas no cotidiano.

O objetivo dessa escolha da temática da playlist deve-se ao fato de dar luz a um assunto normalmente desvalorizado nas mídias hegemônicas, e que ganham espaço de expressão nas plataformas de nicho.

Sobre a questão do estereótipo, Stuart Hall explica que o hábito de

estereotipar faz parte da manutenção da ordem social e simbólica, estabelecendo uma fronteira entre o “normal” e o “desviante”, o “normal” e o “patológico”, o “aceitável” e o “inaceitável”, o que “pertence” e o que “não pertence”, o “nós” e o “eles”. Estereotipar reduz, essencializar, naturaliza e conserta as ‘diferenças’, excluindo ou expelindo tudo aquilo que não se enquadra, tudo aquilo que é diferente (1997, p. 78).

Assim, acredita-se que a análise dessa temática no canal tenha o intuito de atrair o público, fazendo com que esse reflita sobre as colocações, uma vez que, no momento em que se atribuem estereótipos às pessoas duas alternativas passam a ser possíveis: conformar-se ou não se conformar à maioria. Ainda como ferramenta, é utilizada uma narrativa que se assemelha com a realidade, trazendo uma proximidade pelos contextos reconfigurados.

6. METODOLOGIA

Como elemento metodológico, o artigo utiliza a junção de duas ferramentas: a análise de conteúdo, tal como será apresentado a seguir.

6.1. Apresentação da análise do conteúdo

Como forma de aplicação do estudo, a escolha do recorte do objeto deste artigo é o canal disponível na plataforma YouTube “DRelacionamentos”. Com início em 2013, o canal utiliza estereótipos e assuntos comuns do cotidiano, como falas irônicas na construção da narrativa e também o humor é estratégia para fazer com que seus espectadores reflitam sobre assuntos que são considerados tabus dentro da sociedade.

O enfoque da análise será na *playlist* “Cansadas de ouvir”, que utiliza de elementos de representação teatral, por meio de atores que apresentam características de estereótipos, de forma a representar o assunto a ser pautado no vídeo. A *playlist* também

faz uso de respostas irônicas, que respondem a perguntas consideradas tolas. Como forma de aplicação de situações comuns da realidade, os vídeos da *playlist* seguem o que Ligia Campos de Cerqueira Lana aborda, ao retomar a citação da autora Lia Abu-Lughod, apresenta teoricamente, ao se referir à construção dos personagens, no caso da televisão, que se adequa à caracterização da realidade.

Mesmo em adaptações de narrativas folclóricas clássicas, os personagens tornam-se afligidos por problemas íntimos e comezinhos. Ao representar gente comum às voltas com seu cotidiano, [...] constrói personagens dotados de grande intensidade emocional, subjetividade e desejos, o que estimula indivíduos comuns a refletirem sobre seus projetos.” (*apud* Abu-Lughod, 2003, p. 85).

Dessa forma, analogamente, a construção dos personagens nos vídeos parte de características comuns da sociedade, demonstrando que o objetivo da mensagem é fazer com que, através do humor, seus espectadores se identifiquem com a narrativa proposta ou aqueles que não se inserem no tema reflitam sobre o meio social inserido, despertando uma consciência e um olhar crítico sobre os assuntos pautados. Assim, a **hipótese** do artigo é que o objetivo do canal é fazer com que o usuário reflita sobre os principais preconceitos e estereótipos imersos na cultura.

Após um breve mapeamento do canal, constatou-se que cada vídeo contém em média de 3 a 5 minutos, e dentro de cada um há em média 10 a 12 esquetes. A abordagem de cada um desses vídeos dentro da *playlist* é tratar por meio de diálogos entre personagens sobre assuntos que sejam alvo de preconceito na sociedade ou considerado tabu para alguns. Assim, após apresentação do recorte do canal, é preciso explicitar como foi realizada a segunda etapa de aplicação metodológica.

6.2. Análise de conteúdo pela categorização

Já como segundo elemento de aplicação da metodologia, escolheu-se realizar a Análise de Conteúdo, proposta por L. Bardin (2004), que gira em torno da organização

da análise: 1) Pré-análise e exploração do material; 2) codificação, a enumeração e classificação - consiste em dividir os elementos e impor organização às mensagens, com o objetivo de proporcionar, por condensação, uma representação simplificada dos dados ainda não organizados; 3) categorização, seguida da análise, visando o tratamento dos resultados, inferências e a interpretação dos resultados.

Após uma breve pesquisa, como forma de abordar as estratégias de construção narrativa no *YouTube*, foi escolhido como elemento de análise o canal do YouTube DRelacionamentos, mais especificamente com o vídeos da *playlist* “Cansadas de ouvir”, pelo fato dela ter como elemento central a representação de estereótipos presentes em situações do cotidiano. Em seguida, como critério de seleção dos vídeos, foram escolhidos os dois mais curtidos, e com número de *views* expressivo. Vale destacar que o terceiro vídeo escolhido não seguiu os mesmos critérios de sucesso junto ao público. Todavia, a escolha do terceiro vídeo foi baseada em uma temática da minoria, para extrair elementos que fossem capazes de auxiliar na compreensão da hipótese da função do canal segmentado no YouTube.

De forma aplicada ao recorte do artigo, após uma pesquisa exploratória sobre o conteúdo do canal, foram destacados em categorias alguns elementos utilizados como estratégias de produção de conteúdo e de formação de público para o acompanhamento das narrativas, assim divididas, no quesito dos elementos de conteúdo:

1) Dramatização como metáfora; 2) uso do humor (sarcasmo); 3) esquetes de um tema, 4) uso dos preconceitos do cotidiano como temática central e 5) lugar de fala (deficiência, racismo, machismo, feminismo, padrões de corpos).

De maneira análoga e complementar ao conteúdo, foram elencados elementos nessas categorias quanto à construção da forma: vídeos curtos, recursos de edição e imagem e som: (recursos de sonoplastia e trilha sonora, lettering, edição dinâmica)

7. ANÁLISE DE VÍDEOS

7.1 Temática LGBTQI+

A escolha pelo vídeo “Bissexuais estão cansados e cansadas de ouvir/ Coisas que os BI não aguentam mais ouvir” ocorre pelo motivo de, além de ser o vídeo do canal com o maior número de curtidas, é também o que agrega maiores visualizações. Publicado no dia 26 de julho de 2018, no dia 29 de junho de 2019 este vídeo contava com 830.270 visualizações e 64.000 curtidas.

Primeiramente, em uma análise geral, em termos de **conteúdo**, fica exposta uma problematização no que tange à bissexualidade como afirmação de uma identidade presente e recorrente. Com este conteúdo audiovisual foi possível ater-se a uma prática polêmica, tratada com preconceito e discriminação, que logo é inserido nas falas de personagens, visto “apenas como uma fase” ou algo que se limita à adolescência, observando-se as diversas vertentes que a sexualidade tem como expressão.

Ao analisar o vídeo, foi possível perceber 18 **esquetes**, com aproximadamente, 15 segundos cada. Essas cenas variam de dois a três personagens que representam situações cotidianas dos indivíduos que vivenciam as falas preconceituosas de outras pessoas, logo trazendo o humor para a fala dos atores. Os ambientes retratados no vídeo variam desde o doméstico até baladas, porém todos em um contexto de socialização.

Outro ponto que é viabilizada na narrativa é a forma de **dramatização como metáfora** para remeter a temática. Com isso, para estabelecer uma proximidade com o público, são dadas diversas situações, narrativamente, que os próprios inscritos já vivenciaram e não tiveram a oportunidade de dar uma resposta tão bem como no vídeo. Observa-se, também o uso de recursos sonoros que auxiliam na ambientação da situação que é retratada, como as músicas na balada e ênfase na resposta humorística.

Ao identificar a unidade de significação, é exposto o **uso do humor**, onde diversas pessoas e estilos que representam o indivíduo sexual na prática e os comentários preconceituosos, sendo feitos/respondidos de forma satírica. Ou seja, a representação de uma pessoa que já teve um relacionamento heterossexual sendo comparada com uma relação homoafetiva. Desta forma, algo sério é tratado com teor humorístico, uma vez que as pessoas que identificam-se com as situações possam rir de vivências desagradáveis.

Em questão de **lugar de fala**, observa-se um princípio que coloca as pessoas que sofrem com o preconceito em patamar de visibilidade, sendo, deste modo, uma oportunidade de responderem de forma irônica os questionamentos que são feitos por essa vivência. Assim, fica exposta a identificação de pessoas que passam por essas situações e que consigam ter a sensação de responder pelo vídeo ou ainda representar o posicionamento do vídeo como uma forma de compartilhar entre as pessoas e erradicar com a problemática.

7.2. Temática Vegetariana

O segundo vídeo analisado, “Vegetarianos Cansados de Ouvir - Alimentação saudável, vegetarianismo e comentários esquisitos”, segue os critérios de maiores números de curtidas da playlist do canal, sendo o segundo. Publicado no dia 30 de agosto de 2018, possuía, até o dia 27 de junho de 2019, 809.487 visualizações e 46.528 curtidas, onde assuntos, como os diversos motivos de se tornar vegetariano, são a temática central do vídeo.

O vídeo analisado, como toda a *playlist*, faz o uso de **esquetes**, 12 no total, de aproximadamente 15 segundos cada um, todas contendo apenas duas personagens. As esquetes se passam em cenários comum de socialização, entre amigos ou casais. Devido ao fato de que nas mais diversas culturas a sociabilidade ocorre por meio da alimentação, dentre elas a carne, o indivíduo que adota o vegetarianismo como estilo de

vida pode alterar suas relações sociais. Em alguns casos, o indivíduo pode até se afastar do grupo, caso não consiga encontrar alternativas à sua alimentação, de modo a sentir-se integrado.

O vídeo faz uso da **dramatização como metáfora para representar determinada temática**. Utiliza ilustrações do cotidiano para demonstrar narrativamente como há preconceito em diferentes situações, o que reflete parte do preconceito naturalizado na cultura.

Além disso, observa-se o uso de elementos sonoros no vídeo, como buzinas, dentre outros efeitos, que possuem a função de destaque para o tom sarcástico e humorístico nas respostas das personagens que estão sendo representadas, neste caso do vídeo, os vegetarianos.

Em uma das esquetes, uma das personagens diz: “Mas dá onde que você tira suas proteínas?”, ao passo que a outra responde: “Essa é uma informação ultra secreta dos vegetarianos. Se eu te contar, eu vou ter que te matar!!!”, **fazendo o uso proposital da ironia como humor**, elemento recorrente utilizado como forma de tratar uma questão séria de forma leve, que, porém é repetida diariamente nas falas.

As construções narrativas simples são o modo a fazer com que os usuários despertem a sua consciência **quanto aos comentários preconceituosos que são feitos em relação aos vegetarianos** no dia a dia.

Em uma das esquetes, que compreende duas mulheres, aparente amigas, uma delas fala: “Você sabe que não é saudável esse negócio de ser vegetariana, né!? Isso vai fazer mal pro seu corpo, você vai acabar doente”. Em resposta, a vegetariana diz: “Ah, é!? E de onde você tirou essa informação!?”, levando a outra a dizer: “Sei lá, falam por aí o tempo todo”, elemento que reforça os argumentos do senso comum.

Por fim, podemos perceber, através dos comentários, que o vídeo tenta retratar de forma fiel a existência da vida dos vegetarianos. Na análise, o vídeo transmite a intenção de representação pelo do lugar de fala, tal como os comentários expressam:

me sinto representada”, “Tudo bem assim!!! O pior é o povo falando de um estudo (que ouviu dizer) que os vegetais ‘sentem tristeza’ quando vão ser arrancados do pé. [...] É a desculpa mais esfarrapada da face da terra para justificarem as escolhas deles!!! [...] Tem sempre alguém que torce o nariz quando apresentam o prato como vegetariano, mas se não falar que é a pessoa come de boa. (Trechos extraído de comentários do vídeo)

7.3. Temática preconceito racial

O terceiro vídeo a ser analisado leva o título de “Negras cansadas de ouvir sobre cabelo”. Apesar de não se encaixar nos critérios escolhidos, é importante utilizar esse vídeo, pois o objetivo do canal é utilizar a ferramenta para exibir o local de fala de alguns atores da sociedade.

A narrativa é separada em esquetes, que têm, em média, 10 a 45 segundos e em todas as cenas conta com dois personagens, o que expressa algum conteúdo de teor **preconceituoso**. No vídeo, a mulher negra se apresenta para responder de forma **irônica** as perguntas ou afirmações feitas pelos personagens que são brancos.

A construção narrativa é simples, se passa aparentemente em uma festa. A intenção é fazer com que o espectador perceba que os comentários podem surgir em situações comuns do cotidiano.

Para ambientar essas falas são utilizados recursos sonoros, fazendo com que dê ênfase aos comentários que são naturalmente considerados racistas. Além disso, nas respostas dadas pelas mulheres negras também há a utilização dos recursos sonoros, dando **credibilidade à fala**, além de implementar a **característica humorística** na ironia expressada.

Importante também ressaltar o lugar de fala dos personagens. As atrizes que participam das esquetes apresentadas responsáveis por dar as **respostas irônicas** são

mulheres negras, o que, além de trazer melhor ambientação para o espectador, faz com que este seja direcionado para um grupo específico.. Neste sentido, a utilização da **ironia** e o **sarcasmo** são o que traz o tom humorístico para o vídeo.

Um exemplo disso é entre o tempo 00'55-1'15, quando a personagem responde com extrema ironia, ao perguntarem se ela não estaria tentando ser branca com o cabelo liso: “O meu cabelo liso me protege do racismo, clareia a minha pele e é até melhor do que monange. Incrível, né?” Essa fala representa a **dramatização como uma forma de metáfora**.

Acredita-se que o vídeo não seja específico para um público, pois, além de trazer reconhecimento e identificação com as situações, pode, através da crítica, criar uma consciência em quem não se encaixa no tema abordado, buscando que o usuário da plataforma reflita sobre o assunto.

8. RESULTADOS E CONCLUSÃO

O canal da plataforma YouTube DRelacionamentos utiliza de estratégias narrativas como o humor, sarcasmo e a ironia para retratar comentários preconceituosos do dia a dia. Através dessa plataforma, é possível encontrar estilos variados de vídeos, atraindo os mais diversos públicos alvo com narrativas diferentes.

Como abordado, foram utilizados recursos sonoros que levam a quem está assistindo a se ambientar com o momento que está sendo representado, além de dar ênfase nas respostas aos comentários preconceituosos. O humor é estratégia para tornar a temática mais leve para o espectador assistir; o sarcasmo e a ironia fazem com que o vídeo tenha esse tom humorístico, além da utilização de atores que se encaixam no meio social citado nos vídeos analisados.

Outro elemento que é importante ressaltar foi que apesar de o critério utilizado para a escolha dos vídeos mais curtidos, nesse recorte ficou perceptível que vídeos que

retratam sobre as minorias sociais não se encaixavam. Ou seja, apesar de o artigo seguir hipótese inicial de que o canal tem o recorte em temáticas do preconceito para deixar a questão mais debatida nas redes digitais, quando vemos um vídeo sobre a temática do racismo ou de preconceitos de minorias, não possuem muitas curtidas por parte do público, tampouco muitos *views*.

Assim, depreende-se que o humor, sarcasmo, ironia, e o lugar de fala são recursos apenas utilizados como estratégia de atração narrativa da curiosidade do público, fazendo com que o público se interesse pelo conteúdo do canal. Porém não necessariamente a temática das minorias atraia um maior número de usuários/espectadores e sim os recursos do humor e da ironia possam ser um indicativo da audiência. Neste sentido, para um estudo futuro, essas questões das minorias e a identificação com o público merecem um estudo mais aprofundado no futuro, em relação às produções e as reações do público na plataforma do YouTube.

9. REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Cris. **A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Trad. Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- ABU-LUGHOD, Lila. **Melodrama egípcio: uma tecnologia do sujeito moderno?** Cadernos Pagu, n.21, p. 75-102, 2003.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2004, 229p.
- BURGESS, Jean e GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.
- CASTELLS, M. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. V. 2: O Poder da Identidade. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- HALL, Stuart. A questão multicultural. In. HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- _____. **A identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 10a. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- NOGUEIRA, C.; SAAVEDRA, L. Estereótipos de Género: conhecer para os transformar. In: **A Dimensão de Género nos Produtos Educativos Multimédia**. Lisboa: Ministério da Educação - Direcção Geral de Inovação e Desenvolvimento Curricular, 2007, p. 11-30.
- CLEMENTE, Sérgio dos Santos Jr. **Estudo de Caso x Casos para Estudo: Esclarecimentos a cerca de suas características e utilização**. Caxias do Sul: UCS, 2012.

NOGUEIRA, Luís. **Manuais de Cinema I Laboratório de Guionismo**. Corvilhã: Livros Labcom, 2010. 142 p.

URQUIZA, M. A.; MARQUES, D. B. **Análise de conteúdo em termos de Bardin aplicada à comunicação corporativa sob o signo de uma abordagem teórico-empírica**. Entretextos, Londrina, v. 16, n. 1, p. 115-144. 2016.