

Visibilidade transmasculina no YouTube: análise das dinâmicas informacionais instituídas a partir do canal Lucca Najar

Transmasculine Visibility on YouTube: analysis of informational dynamics established from the Lucca Najar Channel

Anna Luiza Werkema Ferreira Freitas

Mestre em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG, Belo Horizonte, MG, Brasil.

E-mail: alwerkema@gmail.com

Fabrício José Nascimento da Silveira

Doutor em Ciências da Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais; Professor do curso de graduação em Biblioteconomia e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Ciência da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG, Belo Horizonte, MG, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0446-3913>

E-mail: fabrisilveira@gmail.com

Resumo

A presença de homens trans no espaço das redes sociais e mídias digitais foi ampliada nos últimos anos. Muitos deles passaram a recorrer a plataformas como o YouTube para compartilhar suas experiências, discutir questões relacionadas à identidade de gênero e para se conectarem com outras pessoas da comunidade trans. Isso fez com que uma série de demandas informacionais fossem convertidas, para além de interesses individuais, em pautas de um debate público. Atendendo-se a isso, este artigo estabelece como objetivo principal apreender as dinâmicas de produção, mediação e apropriação de informações instituídas pelo canal do youtuber Lucca Najar com vistas a analisar como elas contribuem para a promoção da visibilidade das pessoas trans. Trata-se de uma pesquisa de natureza exploratória e de matriz quali-quantitativa centrada em estudo de caso, cujos resultados são apresentados a partir da análise de três vídeos publicados nesse canal, conferindo destaque às dinâmicas informacionais e às interações ali estabelecidas. Para tanto, foram definidas quatro ações complementares: seleção dos vídeos; identificação dos conteúdos; classificação das temáticas abordadas; e composição da amostra final, com o intuito de se apreender como ocorrem as dinâmicas de produção, mediação e apropriação da informação nesse canal e em que medida elas fomentam a promoção da visibilidade de temáticas importantes para as pessoas trans em geral e para os homens trans em específico. Como resposta a essas indagações, foi possível observar que as dinâmicas de produção, mediação e apropriação da informação agenciadas pelo youtuber contribuem para visibilizar discussões de interesse da comunidade trans, favorecendo a mudança de percepção em relação à transição de gênero e potencializando o reconhecimento da(s) identidade(s) trans pela sociedade.

Palavras-chave: transmaculindades; YouTube; canal Lucca Najar; dinâmicas informacionais; visibilidade.

Abstract

The presence of trans men in social and digital space has grown in recent years. Many of them have turned to platforms such as YouTube to share their experiences, discuss issues related to gender identity, and to connect with others in the trans community. This has led to a series of informational demands being converted, in addition to individual interests, into agendas for public debate. Paying attention to this, the main objective of this study lies in apprehending the dynamics of production, mediation, and appropriation of information instituted by YouTuber Lucca Najar's to analyze how they contribute to promoting the visibility of trans people. This exploratory research with a qualitative-quantitative matrix was centered on a case study, whose results are shown based on the analysis of three videos published on the Lucca Najar's channel, highlighting the informational dynamics and interactions established there. To this end, four complementary actions were defined: selection of videos; identification of content; classification of the addressed themes, and composition of the final sample to apprehend how the dynamics of production, mediation, and appropriation of information occur in this channel and to what extent they promote the visibility of important themes for trans people in general and trans men in particular. A response to these questions found that the dynamics of production, mediation, and appropriation of information mediated by the YouTuber contribute to make visible discussions of interest to the trans community, favoring the change of perception regarding gender transition and enhancing the recognition of trans identity(ies) by society.

Keywords: transmaculinites; YouTube; Lucca Najar channel; informational dynamics; visibility.

1. Introdução

A plataforma de vídeos YouTube, desde que foi criada, em junho de 2005, sofreu grandes mudanças em sua interface, especialmente naquilo que concerne aos processos de interação entre os usuários. Com isso, deixou de ser um simples repositório de vídeos e foi convertida em uma rede social como o Facebook, Instagram e Twitter (Burgess; Green, 2009). De modo geral, as reconfigurações empreendidas em sua interface e nos parâmetros de usabilidade possibilitaram aos “usuários comuns” criar e gerir seus próprios canais de vídeos, facultando-lhes meios para produzir e compartilhar informações sobre o cotidiano ou mesmo refletirem acerca de questões sociais complexas, tais como saúde, política, religião, racismo e sexualidade, só para citarmos algumas. Dito isso, observamos recentemente a proliferação de canais centrados em apresentar e discutir um conjunto de temáticas vinculadas ao universo das pessoas trans¹. Em termos de definição, de acordo com Maranhão Filho (2012, p. 91), a expressão “trans” configura-se como

[...] um termo “guarda-chuva” utilizado por algumas das pessoas que se declaram em situações de trânsito identitário de gênero. As pessoas trans*, em sua maioria, podem ser consideradas sujeitos que vivenciam experiências entre gêneros. Por terem um gênero atribuído na gestação e/ou nascimento que não as contemplam (feminino/masculino) e pelo fato de se identificarem com o gênero distinto deste, vivenciam experiências entre gêneros.

Produzidos quase sempre como relatos de experiências vivenciais, alguns no formato de “diário da transição”, esses canais e os vídeos por eles divulgados problematizam ou compartilham conteúdos frequentemente vinculados ao processo de readequação sexual, uso de hormônios, preconceito social, inserção no mercado de trabalho, relações familiares e afetivas, moda, entre tantas outras temáticas.

Assim observado, mais que um espaço de entretenimento, os canais acima aludidos podem ser tratados como verdadeiros dispositivos² ou meios de produção, mediação e

¹ Abaixo listamos alguns canais criados por youtubers trans que nos últimos anos alcançaram grande popularidade no YouTube:

Canal Mandy Candy – 2,1 milhões de inscritos (<https://www.youtube.com/@mandycandy>);

Canal Transdiário – 183 mil inscritos (<https://www.youtube.com/@TRANSDIARIO>);

Canal Thiessita – 802 mil inscritos (<https://www.youtube.com/@Thiessita>); e

Canal Ariel Modara – 100 mil inscritos (<https://www.youtube.com/@ArielModara>).

² Termo utilizado aqui para fazer remissão tanto à ideia de “dispositivos tecnológicos” quanto ao conceito estabelecido por Michel Foucault para denunciar os jogos e relações de poder agenciados por “um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas” (Foucault, 2008, p. 244). Nessa segunda perspectiva devemos nos atentar, pois, para “a natureza da relação que pode existir entre esses elementos heterogêneos” (Foucault, 2008, p. 244) e para o fato de que, “como um tipo de formação que, em um determinado momento histórico, teve como função

disseminação de informações gerais voltadas para um público normalmente colocado à margem dos sistemas tradicionais de comunicação, razão pela qual certos youtubers³ arregimentam em torno de si e de suas redes sociais uma legião de seguidores que ao curtirem, comentarem e compartilharem suas postagens instituem uma rede de interações e conversações entre múltiplos sujeitos, muitos deles com vínculos estáveis, cujo resultado acena para um processo de politização das redes sociais e dos espaços digitais.

Levando isso em consideração, julgamos ser pertinente e necessário investigar as dinâmicas informacionais moduladas a partir desses contextos – canais do YouTube dedicados a tratar conteúdos relacionados à realidade cotidiana e às demandas das pessoas trans – e dos sujeitos que os mobilizam – youtubers, assinantes dos canais e demais internautas. Tendo isso em vista, este artigo é estruturado como um estudo de caso centrado em analisar em que medida as dinâmicas de produção, mediação e apropriação da informação agenciadas pelo canal do youtuber Lucca Najjar contribuem para ampliação da visibilidade de temáticas e demandas referentes ao público trans.

Para tanto, além de apresentar o canal Lucca Najjar e descrever como se dão as interações entre o youtuber e seus espectadores, destacando como ocorrem as dinâmicas de produção e apropriação da informação nesse canal, propomo-nos a problematizar como ele pode contribuir – ou tem contribuído – para a promoção da visibilidade das pessoas trans em geral e dos homens trans em específico. Caminhando nessa direção, iniciamos as discussões aqui delineadas direcionando nosso olhar para os *youtubers* a fim de avaliar como as práticas informacionais/comunicacionais por eles agenciadas são capazes de potencializar a visibilidade de certas temáticas ou questões sociais.

principal responder a uma urgência” (Foucault, 2008, p. 244), os dispositivos têm, portanto, “uma função estratégica dominante” (Foucault, 2008, p. 244).

³ São chamadas de youtubers pessoas que têm canais no site YouTube, que postam produtos audiovisuais e que, a partir disso, podem acabar tendo retorno financeiro e transformando essa atividade em carreira profissional. Ou seja, esse termo foi designado a partir da prática, de um fenômeno que surgiu de forma espontânea e se transformou em uma nova possibilidade no mercado audiovisual e online (Leite, 2016, p. 2).

2. Os youtubers, seus canais e a potencial visibilidade

Devido ao fato de que publicar vídeos no YouTube não exige grandes conhecimentos técnicos e da usabilidade da plataforma ser bem intuitiva, essa rede social tem se firmado, cada vez mais, como espaço de promoção da visibilidade⁴, bem como de produção, mediação e disseminação de informações e saberes que interessam a variados sujeitos e coletividades. Conjunto de elementos que favoreceu, nos últimos anos, a popularização de canais e youtubers engajados em impulsionar a própria visibilidade nas redes e se alçarem à categoria de influenciadores digitais capazes de monetizarem⁵ as pautas que agenciam.

Portanto, é fácil encontrarmos no YouTube milhões de canais e criadores de conteúdos – célebres ou anônimos com os mais diversos perfis – que produzem vídeos tratando de alimentação saudável, culinária e bebidas exóticas, ou mesmo de animais e meio ambiente; de arte, moda, beleza, educação e ciência; de esportes, filmes e séries de televisão; de jogos eletrônicos, relacionamentos, vida fitness e sobre a organização da casa ou da vida financeira etc. Nessa realidade se inscrevem também os youtubers e canais de homens e mulheres trans, os quais, a partir de agendas, enquadramentos e performances muitos diferentes entre si, buscam transpor para a cena pública relatos e experiências de vida relativos à sua transgeneridade. Ao fazerem isso, e em decorrência da vivência trans ser quase sempre marcada por episódios de opressão e exclusão social⁶, esses youtubers e canais passam a ocupar a

⁴ No contexto deste artigo o conceito visibilidade remete diretamente à noção de “regime de visibilidade” formulada por Miskolci (2014, p. 62) para caracterizar “[...] a maneira como uma sociedade confere reconhecimento e torna visível certos arranjos amorosos, enquanto controla outras maneiras de se relacionar por meio de vigilância moral, da coibição de sua expressão pública, em suma, pela manutenção dessas outras formas amorosas e sexuais em relativa discrição ou invisibilidade. Um regime de visibilidade traduz uma relação de poder sofisticada, pois não se baseia em proibições diretas, antes em formas indiretas, mas altamente eficientes, de gestão do que é visível e aceitável na vida cotidiana. Assim, um regime de visibilidade é também um regime de conhecimento, pois o que é visível e reconhecido tende a estabelecer as fronteiras do pensável”.

⁵ De acordo com o YouTube, em sua Política de Monetização de Canais, para gerar receitas um canal “precisa **seguir** as políticas de monetização da plataforma. Elas incluem as diretrizes da comunidade, os termos de serviço, as políticas de direitos autorais do YouTube e as políticas do programa Google AdSense. Essas diretrizes se aplicam a todos que fazem parte ou que gostariam de entrar no Programa de Parcerias do YouTube, e elas também valem para qualquer um que receber os bônus do Fundo de recompensa do YouTube Shorts”. O canal precisa atender, ainda, às diretrizes de conteúdo adequado para publicidade. Essa mesma Política de Monetização informa quais são os principais elementos verificados em cada canal: tema principal; vídeos mais assistidos; vídeos mais recentes; maior proporção de tempo de exibição; e metadados dos vídeos (incluindo títulos, miniaturas e descrições). Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/1311392?hl=pt-BR>. Acesso: 12 fev. 2023.

⁶ É importante que se diga que, apesar de a transfobia ser tipificada como crime no Brasil desde 2019 (por meio da aplicação da Lei nº 7.716/1989, que equipara a homofobia e a transfobia ao crime de racismo), nosso país é o que mais mata pessoas trans e travestis em todo o mundo, dado aferido pelo relatório 2021 (<https://transrespect.org/en/tmm-update-tdor-2021/>) da Transgender Europe (TGEU), que monitora estatísticas globalmente levantadas por instituições trans e LGBTQIAPN+. De acordo com a TGEU, 70% de

posição de sujeitos protagonistas⁷, posto que falam a um público que, por diversos fatores, não têm acesso ao tipo de informações que eles produzem e compartilham.

Sobre esse espaço aberto pelo YouTube, Burgess e Green (2009) concebem a plataforma como um veículo midiático potencialmente capaz de promover a visibilidade de certos temas e seus modos de tratamento pela sociedade, o que contribui em vários aspectos para tornar visível as demandas de sujeitos, grupos e coletividades que não teriam outros meios e instâncias para se expressarem. A essa argumentação devemos somar o fato de o YouTube nos apresentar, também,

[...] uma oportunidade de confrontar alguns dos maiores problemas da cultura participativa: a disparidade de participação e de expressão; as aparentes tensões entre interesses comerciais e o bem comum; e a contestação da ética e das normas sociais que ocorre quando sistemas de crenças, interesses e diferenças culturais entram em conflito. (Burgess; Green, 2009).

Posicionamento semelhante foi explicitado por Araújo (2017) a partir de pesquisa que investigou a representatividade de temas sociais sensíveis no Youtube. Em seu estudo o autor demarca que “indicadores cibernéticos de visibilidade, engajamento e conversão encontrados confirmam o YouTube como dispositivo infocomunicacional na disponibilização e promoção de vídeos com mensagem social e como plataforma de mediação da informação nas interações que mobiliza” (Araújo, 2017, n.p.). No intuito de comprovar sua argumentação, o pesquisador avaliou o quanto a audiência interage com esses conteúdos, indicando como resposta que o grau de engajamento com eles e em torno deles pode ser medido pela filiação e “o número de usuários que se inscreveram no canal do artista a partir do videoclipe” (Araújo, 2017, n.p.) e pelo modo como esses usuários reverberam as discussões ali suscitadas em outras redes sociais.

todos os assassinatos de pessoas trans e travestis registrados em 2021 aconteceram na América do Sul e Central, sendo 33% no Brasil, seguido pelo México, com 65 mortes, e pelos Estados Unidos, com 53. Isso coloca o país no topo do ranking mundial pelo 13º ano consecutivo. Estatísticas e marcadores sociais que segundo Pelúcio (2009), na esteira de Judith Butler (2016), qualificam os corpos trans como “corpos que não importam”. Não importam porque são tidos e tratados como inadequadamente engendrados, mesmo sendo imprescindíveis socialmente, uma vez que as fronteiras da normalidade só podem ser claramente demarcadas a partir da instituição desses corpos abjetos, isto é, daqueles corpos que são alocados pelo discurso hegemônico nas “zonas invisíveis e inabitáveis” na qual, segundo Butler (2002), estão os seres que não se “materializam” de fato, por isso, não importam. Aqueles que, vivendo fora do imperativo heterossexual, servem para balizar as fronteiras da normalidade, sendo fruto, portanto, desse discurso normatizador que institui a heterossexualidade como natural (Pelúcio, 2009, p. 206).

⁷ Quando falamos em protagonistas fazemos remissão direta ao conceito de “protagonismo social”, formulado por Henriette Ferreira Gomes (2017, p. 27-28), o qual expressa “[...] o caminho humanizador do mundo, e, portanto, promissor da construção ética de relações sociais capazes de assegurar o espaço crítico, de dialogia, criatividade e alteridade. Esse espaço crítico potencializa a construção de zonas de consenso, já que nele os sujeitos expõem suas compreensões e argumentos, debatem acerca dos pontos de divergência e convergência de ideia, criando as condições para o estabelecimento e revisão de políticas, normativas, metas sociais e também verdades científicas”.

Foi atentando para essas dinâmicas interacionais e para o peso que elas têm nos processos de produção, mediação e apropriação da informação que visualizamos a necessidade de discutir mais detidamente como certos canais do YouTube podem promover a visibilidade de temas antes não discutidos ou amplamente difundidos nos meios tradicionais de comunicação/informação. Isso porque, contemporaneamente, a internet e suas plataformas são utilizadas de forma recorrente para publicizar e compartilhar informações que transpõem em muitos aspectos o endereçamento e as agências mobilizadas pelas mídias tradicionais.

Diante disso, não há razão para estranharmos que, em relação ao nosso objeto de estudo, “jovens que não se identificam como heterossexuais ou com gêneros socialmente impostos tendem a ser mais atraídos por mídias que propõem uma resposta técnico-midiática à carência de reconhecimento social que marca suas experiências” (Miskolci, 2021, p. 46). Observação que lança luzes sobre algumas das razões pelas quais, no âmbito da esfera midiática e dentre as muitas plataformas digitais em evidência, o YouTube tem sido amplamente utilizado como dispositivo modulador da visibilidade. Não é inadvertidamente, pois, que tanto produtores de conteúdo quanto seus seguidores têm utilizado a plataforma para evidenciar, entre outras possibilidades,

[...] suas idéias, seus conhecimentos, suas imagens em movimento, seus textos falados, seus perfis, enfim, com a exposição de suas vidas, acabam alimentando involuntariamente o imaginário coletivo e participando ativamente de relações características da sociedade atual como a necessidade de visibilidade (Pellegrini *et al.*, 2010, p. 8).

Não por acaso o canal do youtuber trans Lucca Najjar foi convertido em objeto deste estudo, escolha que se deu por considerarmos que ele representa, conforme se evidenciará abaixo, um espaço de produção, compartilhamento e troca de informações a partir do qual os internautas – muitos deles autoidentificados como pessoas trans – se sentem integrados, ao menos circunstancialmente, a um grupo no qual podem expressar suas opiniões e externar suas demandas intersubjetivas, sociais e informacionais, processos interativos que têm nas dinâmicas de produção, mediação e apropriação de informação seus vetores de efetivação, haja vista que

O conhecimento compartilhado por meio da sua materialização (informação) permite sua retomada, sua revisão e a reflexão potencializadora da construção de novos conhecimentos ou até mesmo da reconstrução daqueles anteriormente estabelecidos. Nesse sentido, compreende-se aqui a **informação como conhecimento em estado de compartilhamento, que se caracteriza como produto do esforço de colocar em comum, o que move a ação comunicativa, guardando em si a própria potência promotora de novas ações de comunicação, a partir das quais podem emergir revisões e até a geração de novos conhecimentos** (Gomes, 2017, p. 31, grifo nosso).

Ao avançar em sua argumentação, nossa interlocutora ressalta que a informação tem em si uma potência que se expressa no cerne das relações comunicativas pressupondo a dimensão do compartilhamento. Por meio dessa concepção, Gomes (2017, p. 31) evidencia que a informação se constitui em um elemento mobilizador do “esforço de colocar em comum” aquilo que move as ações de comunicação, fazendo-se presente e agenciando os distintos fluxos e dinâmicas que envolvem desde sua produção, circulação e disseminação até as práticas de mediação e apropriação (da informação e do conhecimento). Embora dispostos em um ordenamento linear, esses fluxos informacionais apresentam diversas nuances entre si, muitos deles dependentes dos contextos e dispositivos onde são estruturados, condição que, em decorrência de sua matriz relacional, impacta no modo como os agentes que os mobilizam interagem entre si ou são deles excluídos.

Não sem razão, Almeida Júnior e Santos (2019) ressaltam que a trajetória da informação não possui uma única trilha, um único caminho, posto dar-se a ver a partir de inúmeras bifurcações. Por conseguinte, para eles, após a produção da informação,

[...] ela vai se desdobrando. Cada sujeito que dela se apropria, a recebe a partir de um único caminho, mas diferente de todos os outros caminhos pelos quais a informação circula. Talvez o termo circular não seja apropriado, como também não o é o termo linear. Quando estudamos informação, a entendemos, a partir de sua produção, como sendo apenas uma. De fato, ela nunca foi apenas uma, nem mesmo quando oriunda do conhecimento de alguém. Assim, após disseminada, ela vai seguindo por uma quase infinidade de caminhos, embora, quando apropriada, será sempre exclusiva. Todos os significados recebidos e incorporados – diferentes em cada trajeto, em cada “vida” – darão a ela a propriedade de ser única. De igual modo, não há uma trilha correta, natural. (Almeida Junior; Santos, 2019, p. 99).

Concordando com Gomes (2017) e Almeida Júnior e Santos (2019), indicamos que o estudo da informação – de seus fluxos e dinâmicas – pressupõe, inclusive no âmbito desta pesquisa, atentarmos para as múltiplas dinâmicas que incidem sobre sua produção, mediação e apropriação por um grupo de sujeitos específicos (pessoas trans), em um contexto também demarcado: o ambiente digital.

Sobre a produção de informações nesse ambiente, consideremos relevante indicar que os usuários de plataformas como o YouTube não devem ser tratados tão somente como receptores ou consumidores passivos de informação, posto que frequentemente assumem a posição de geradores de conteúdo. Ação prática que pode ocorrer inclusive em tempo real, com *lives* e publicações instantâneas que são acessadas, visualizadas e compartilhadas em questão de segundos para milhares de outros usuários, os quais, por sua vez, podem gerar novas interações e compartilhamentos.

Esse crescente estoque de informações disponibilizado e compartilhado virtualmente demanda, ainda, novas práticas para mediação entre o(s) usuário(s), os produtores e os dispositivos em que é gerido e posto em circulação. Não por acaso, para Fachin (2013, p. 27), a mediação da informação tem “a finalidade de auxiliar na recuperação e de minimizar o tempo para a obtenção da informação”, almejando, conseqüentemente, maximizar o potencial de recuperação de informações relevantes para o efetivo uso pelo usuário, bem como formar estoques informacionais capazes de atender e agenciar interesses e demandas específicas. Sendo assim, a dinâmica de mediação pode ser aqui definida como

[...] um processo realizado por mediadores que podem ser humanos ou agentes inteligentes (softwares), realizado em sistemas da web ou presencial. A mediação da informação passou a ser a conexão entre o coletivo e os indivíduos, realizada para potencializar acesso ao acervo informacional (Fachin, 2013, p. 34).

Por estar inscrita na esfera da(s) conexão(ões), Almeida Junior (2009) entende que a mediação da informação pressupõe uma “ação de interferência” na realidade dos múltiplos agentes que mobilizam – implícita ou explicitamente – o processo comunicacional: usuários, profissionais da informação, suportes informacionais, produtores da informação, mídias utilizadas, meios em que são disponibilizadas e o conjunto da infraestrutura e dos equipamentos adotados em seus múltiplos processos de concretização.

Por sua vez, naquilo que tange à apropriação da informação, Martínez-Ávila considera que por meio da internet “temas às vezes restritos à esfera privada ganharam destaque na esfera pública, concedendo espaço e dando voz a inúmeros sujeitos ou grupos sociais” (Martínez-Ávila *et al.*, 2020, p. 2). Para o autor, na medida em que a informação é disseminada, sua apropriação depende, portanto,

[...] da situação e do contexto em que ambos (receptores e emissores) estão inseridos. Desse modo, a efetiva apropriação da informação depende de como e onde ela é disseminada, além da história de vida das pessoas envolvidas nesse processo, dos seus conhecimentos prévios, bem como das suas possibilidades de acesso às tecnologias (Martínez-Ávila *et al.*, 2020, p. 4).

Considerando o YouTube como uma dessas tecnologias, que dispõe de um espaço interativo e comunicativo capaz de promover diálogos, discussões e outras dinâmicas de mediação entre pessoas interessadas em diversos assuntos ou em um assunto específico, como a questão trans, entendemos que essa plataforma tem a possibilidade de viabilizar aos sujeitos trans – corpos muitas vezes tratados como fora da normalidade – a oportunidade de publicizarem seus conhecimentos, demandas informacionais, histórias de vida e lutas por direitos e reconhecimento.

Tendo em vista essa argumentação, avaliamos que as dinâmicas de produção, mediação e apropriação da informação empreendidas por certos sujeitos ou grupos de sujeitos em canais “informais” como os mantidos na plataforma de vídeos YouTube são cruciais para uma melhor compreensão acerca das especificidades e demandas de públicos marginalizados, bem como para a promoção de sua visibilidade social. Isso porque, por meio de interações como comentar um vídeo, replicá-lo em outras redes sociais, responder a um comentário, produzir ou demandar a produção de outro vídeo sobre conteúdo específico, as pessoas trans podem tornar visíveis certos assuntos, medos e demandas informacionais que, transpondo a esfera individual, acabam se convertendo em pautas de um debate público.

Dito de outra maneira, como essa relação “se constrói frequentemente de forma mútua: aqueles que publicam e aqueles que acessam influenciam-se reciprocamente” (Ziller, 2011, p. 105), entendemos que as interações no espaço do YouTube ajudam a conformar certos regimes de visibilidade assentados em fluxos informacionais interativos que se caracterizam, nos dizeres de Henriette Ferreira Gomes (2017, p. 31), “como produto do esforço de colocar em comum, o que move a ação comunicativa, guardando em si a própria potência promotora de novas ações de comunicação”.

Não por acaso, Braz (2018) considera a internet – e os canais de youtubers trans estão inseridos nesse contexto – uma fonte de informação que torna visível e acessível tanto à comunidade trans quanto a um público mais amplo conhecimentos e experiências vivenciadas por outras pessoas trans que passaram ou que estão em situação similar a esses indivíduos. Soma-se a isso o fato de a internet permitir certo anonimato dos usuários, fomentando nesses sujeitos maior sensação de segurança e liberdade para discutir e buscarem informações que lhes auxiliem a compreender de forma mais ampla, por exemplo, como utilizar hormônios, como se dá o processo transexualizador e seus respectivos efeitos físicos e psíquicos, como requerer o reconhecimento do nome social, entre tantas outras questões concernentes à inserção de homens e mulheres trans na vida social sem que nenhum direito lhes seja negado.

Consequentemente, a internet passa a ser vista como um espaço onde as pessoas trans podem buscar, produzir, mediar, disseminar e se apropriarem de informações, bem como fortalecerem laços e redes de solidariedade tecidos entre sujeitos que compartilham histórias semelhantes e que enfrentam lutas coletivas. A partir dessa constatação, na próxima seção apresentaremos o canal Lucca Najar e descreveremos como sua estrutura, conteúdos publicados

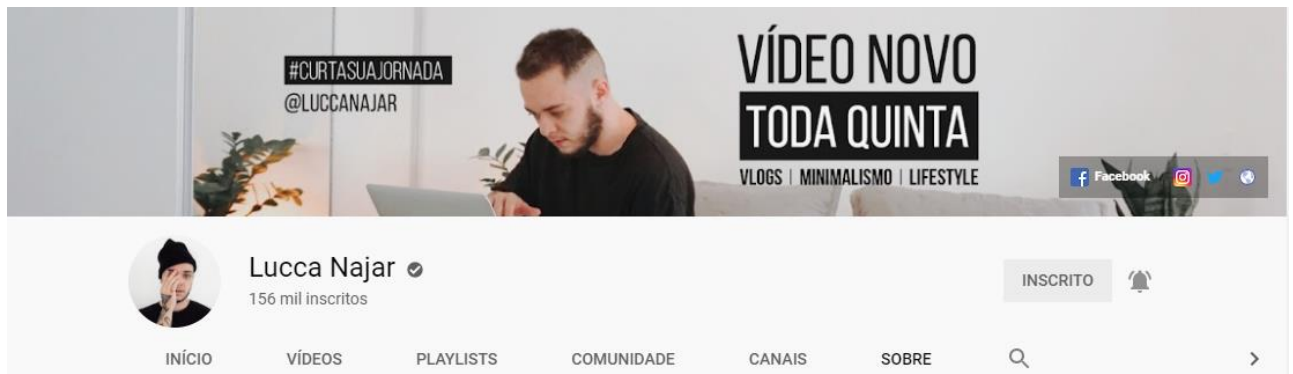
e as interações suscitadas a partir deles acenam para uma ampliação da visibilidade trans, em especial da visibilidade transmasculina.

3. O canal Lucca Najar

O canal Lucca Najar, no YouTube, foi criado em 10 de abril de 2016, e até o início da coleta dos dados para a realização da pesquisa sintetizada neste artigo, em 1 de junho de 2020, contava com 156 mil inscritos e mais de 7.809.718 visualizações⁸. Naquele momento o produtor assim se apresentava:

Este é o nosso canal! Aqui não seguimos um roteiro, eu falo sobre mim, sobre eu ser um homem trans e tento ao máximo lutar contra todo esse tabu que cerca as pessoas trans. Não tem muito uma fórmula para explicar a transexualidade, mas sei que com amor, a gente dá um jeito de se respeitar. E aqui, o que não falta é amor e afago. **Vamos tentar ao máximo ir juntos, porque só assim a gente conquista o mundo!** (Lucca Najar, 2016, grifo nosso).

Figura 1 – Print da página canal Lucca Najar



Fonte: Canal Lucca Najar- YouTube (2020)

No começo do canal os vídeos eram publicados semanalmente, quase sempre às quintas-feiras. Não obstante, com o passar do tempo essa periodicidade foi descontinuada. Em contrapartida, o produtor também passou a publicar alguns shorts⁹ e a interagir com os internautas inscritos em sua comunidade¹⁰. Conforme descrito acima, apesar de não ter um roteiro definido, os vídeos abarcavam majoritariamente questões vinculadas à transexualidade,

⁸ O número de visualização total do canal é a soma o total de vídeos assistidos por mais de 30 segundos. Ao deletar um vídeo o produtor subtrai o número de visualizações da soma total exibida na seção “Sobre” do canal. (Youtube, 2023).

⁹ Seção disponível nos canais do YouTube que permite aos produtores publicarem vídeos curtos (duração máxima de 60 segundos) em formato vertical ou proporção quadrada.

¹⁰ Seção que faz analogia a uma rede social onde os produtores podem publicar nos formatos de imagem, textos, links, enquetes e mensagens para divulgar seus vídeos e shorts. As informações são exibidas nas configurações de *feed* e em ordem cronológica.

tanto a partir de experiências particulares do youtuber – eram quase sempre narrados em primeira pessoa e estruturados a partir de acontecimentos reais vividos pelo próprio produtor, especialmente aquelas relacionados à transição, os efeitos e os resultados do uso da testosterona, os problemas enfrentados em relação à família, a mudança para o nome social, as dificuldades de relacionamento, entre outros – quanto discutindo temas mobilizados por comentários dos seguidores.

Após agregar mais inscritos, o número de vídeos publicados foi amplificado e a abordagem acerca da transexualidade e da realidade cotidiana das pessoas trans reorientada. Isso se deve ao fato de Lucca Najjar ter passado a privilegiar a interação com seus seguidores, o que pode ser facilmente visualizado por meio do lançamento de vídeos intitulados como #LUCCARESPONDE, #HELPDOLUCCA e #LuccaCast, estratégia interacional e de mediação por meio da qual o youtuber passou a fazer, por exemplo, entrevistas com outras pessoas para tratar de forma mais abrangente certas temáticas centrais à comunidade trans ou para responder de forma mais qualificada dúvidas enviadas por seus seguidores em comentários feitos em vídeos anteriores, por e-mail e/ou mensagens no Facebook, Instagram e/ou Twitter.

Esses vídeos foram publicados em forma de “série” sem uma periodicidade definida, sendo possível identificar a sequência pelo número indicado no título. Com isso, o produtor utilizou as playlists¹¹ para indexar seus vídeos de acordo com o conteúdo. A playlist #LUCCARESPONDE, por exemplo, agregava dez vídeos produzidos a partir de conteúdos selecionados nos comentários de vídeos anteriores, cobrindo o período de novembro de 2016 a dezembro de 2019 e contemplando questões diretamente ligadas ao universo de pessoas trans.

¹¹ Seção disponível nos canais do YouTube que possibilita ao produtor categorizar seus vídeos em temáticas para que os internautas possam assisti-los em sequência de acordo com seu interesse.

Figura 2 – Print de vídeo da playlist #LUCCARESPONDE



Fonte: Canal Lucca Najar – YouTube (2021)

Já na playlist organizada a partir da tag #LuccaCast constavam 14¹² vídeos no formato de entrevistas. Neles Lucca Najar convidava especialistas e/ou pessoas que vivenciaram alguma situação específica para debaterem e reforçarem a importância de seu tratamento de forma direcionada às pessoas trans e à comunidade LGBTQIAPN+¹³, sendo publicados de abril de 2019 a maio de 2020.

Figura 3 – Print de vídeo da playlist #LuccaCast



Fonte: Canal Lucca Najar – YouTube (2021)

¹² Em meados de dezembro de 2021 Lucca Najar começou a deletar e a renomear os vídeos, consequentemente os números totais apresentados no artigo podem não mais ser os mesmos.

¹³ Sigla reconhecida pelo movimento político-social que luta pela representação da diversidade de orientação sexual e dos direitos de pessoas Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais/Transgêneros/Travestis, Queers, Intersexuais, Assexuais, Pansexuais, Não-binárias, entre outras.

Lucca Najar é formado em cinema, e esse conhecimento fica evidente na produção de seus vídeos, sobretudo em termos de edição das imagens e técnicas de gravação. O ambiente de produção é quase sempre caracterizado por uma atmosfera intimista – muitas vezes é o próprio quarto ou a sala da casa do youtuber – sendo o cenário previamente “montado”. Além disso, e atendendo aos pedidos dos internautas, Lucca Najar costuma exibir seus materiais de gravação e dar dicas de como criar conteúdos. Em um dos vídeos ele comentou:

EI, VOCÊ QUE TÁ CRIANDO ou QUERENDO CRIAR CONTEÚDO... não deixe a falta de equipamentos te paralisar! Eu sempre digo que equipamentos são um investimento e eles devem ser progressivos, não precisa ter tudo de uma vez, o maior erro é deixar de fazer porque sente que algo está faltando (falo isso por experiência própria), os improvisos são parte importante do processo criativo. Quando eu estava no início do canal e na universidade não tinha uma câmera, com o tempo fui adquirindo coisa por coisa, o importante é não deixar de fazer e parar! (Lucca Najar, 2020).

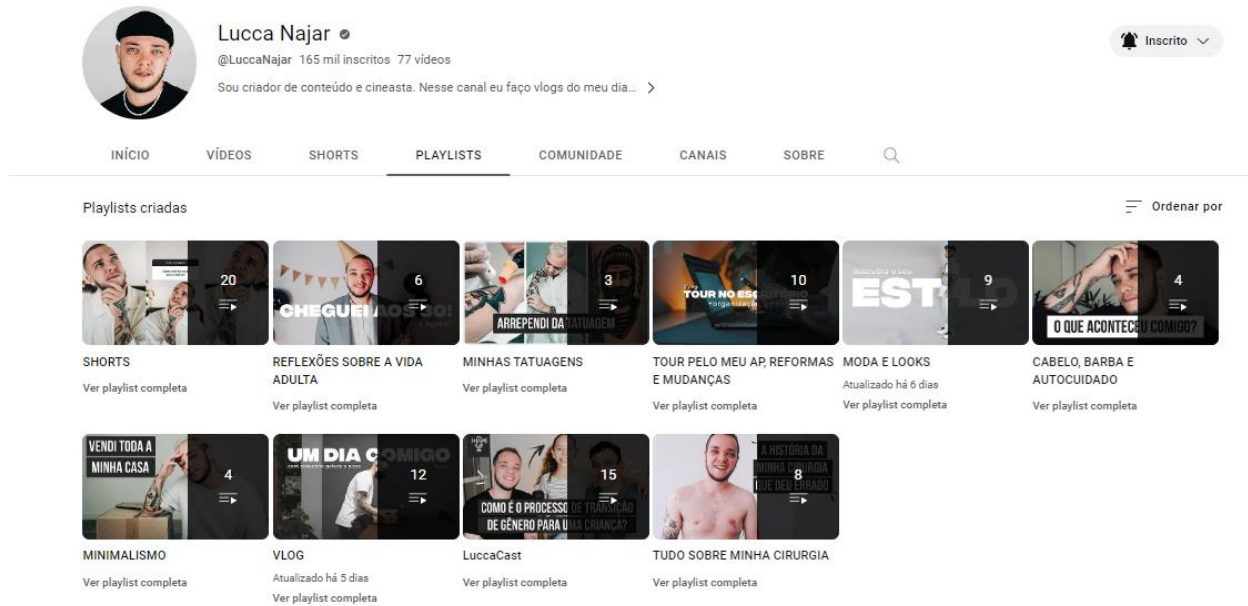
Por ter facilidade em lidar com os equipamentos e com as etapas de produção de roteiros, a evolução do canal foi considerável durante a pandemia de covid-19¹⁴, tanto em relação à qualidade dos vídeos quanto em termos da variedade das temáticas agenciadas. A partir desse momento o produtor começou a publicar vídeos sobre sua rotina pessoal, que diziam respeito à decoração da casa, ao estilo de vida minimalista e ao seu modo de se vestir (dicas de moda). Ao amplificar o leque de assuntos, Lucca Najar atraiu mais inscritos para seu canal, optando por reestruturá-lo significativamente. No decorrer da pesquisa foi possível perceber uma “experimentação” desses “novos” conteúdos e um distanciamento cada vez maior das temáticas LGBTQIAPN+, antes a referência central do canal.

Ao fazer isso, já nos primeiros meses de 2021 seus vídeos alcançaram 10 milhões de visualizações. Na atualidade, o canal tem 165 mil inscritos e 1.241.402¹⁵ visualizações. Para o novo formato, Lucca Najar modificou a estrutura de todas as seções do canal. Das playlists indicadas acima, apenas #LuccaCast foi mantida, e conta agora tão somente com um vídeo disponível. Dessa forma, novas playlists foram criadas a fim de evidenciar os novos conteúdos enfocados no canal, conforme mostra a Figura 4.

¹⁴ De acordo com especificações do Ministério da Saúde do Brasil, a covid-19 é uma doença infecciosa causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e tem como principais sintomas febre, cansaço e tosse seca.

¹⁵ Consoante com a nota 11, esse decréscimo no número de visualizações totais é consequência direta de alguns vídeos não estarem mais disponíveis no canal ou terem sido ocultados por seu produtor.

Figura 4 – Print da seção de playlists do canal Lucca Najar



Fonte: Canal Lucca Najar – YouTube (2023)

Essas ações suscitaram uma reescrita da apresentação de seu perfil, referendando a mudança de seu enfoque, tanto em termos das temáticas que gostaria de tratar quanto da audiência que agora busca alcançar:

Sou criador de conteúdo e cineasta. Nesse canal eu faço vlogs do meu dia a dia, falo sobre moda e reflexões. Me dedico a produzir um conteúdo criativo, seja para contar uma história, para inspirar ou ensinar. A parte fundamental é conseguir me conectar com as pessoas e o que mais gosto é me divertir fazendo o meu trabalho. Sinta-se à vontade para entrar em contato comigo, eu amo fazer novos amigos e publis criativas ♥. (Canal Lucca Najar, 2023).

Foi atentando, pois, para o potencial mobilizador e a diversidade de interações suscitadas pelo canal Lucca Najar, bem como para a escassez de estudos que buscam analisar as contribuições desses canais para a promoção da visibilidade trans e das dinâmicas informacionais por ele conformadas, que concebemos a dissertação que deu origem a este artigo, pesquisa que encontrou na Ciência da Informação um campo propício para seu desenvolvimento por viabilizar teórica e metodologicamente a construção de um quadro referencial atinente aos estudos de usuários e à análise das dinâmicas de produção do conhecimento em redes sociais como o YouTube.

4. Metodologia

Para alcançar o objetivo aqui estabelecido, as diretrizes metodológicas referentes à seleção, identificação, coleta e análise dos dados foram estruturadas em quatro etapas, são elas: (I) seleção primária dos vídeos; (II) identificação do conteúdo dos vídeos; (III) classificação das temáticas abordadas nos vídeos; e, (IV) definição da amostra final a ser analisada a partir de métricas – medidas quantificáveis – apresentadas pela própria plataforma. Para melhor visualização, essas diretrizes foram sintetizadas no Quadro 1:

Quadro 1 – Percurso metodológico

Nº da Etapa	Etapa	Descrição da etapa	Resultado
1	Seleção primária dos vídeos	Análise prévia do canal, a fim de delimitar o período de publicação dos vídeos. O período considerado foi a data de publicação do primeiro vídeo no canal até o momento em que a fase de análise foi iniciada (31/08/2016 a 28/05/2020).	Foram selecionados 153 vídeos.
2	Identificação do conteúdo dos vídeos	Análise do conteúdo dos 153 vídeos tendo-se em vista selecionar aqueles que abordavam mais diretamente temas e/ou questões vinculadas ao universo dos homens trans.	Foram selecionados 64 vídeos.
3	Classificação das temáticas abordadas nos vídeos	Agrupamento dos vídeos em sete categorias, sendo seis delas (Identificação; Transformação do corpo e comportamento; Sexualidade/Relacionamentos/Masculinidades; Preconceito/Violência; Formação/Trabalho e Renda; e, Articulações e reivindicação de direitos) estabelecidas a partir da dissertação de mestrado intitulada <i>Homens com T Maiúsculo: processos de identificação e construção do corpo nas transmasculinidades e a transversalidade da internet</i> , de autoria de Rafaela Vasconcelos Freitas (2014) e uma (<i>Vivências interpessoais de pessoas trans</i>) foi acrescentada, a fim de representar os conteúdos mais recentes do canal, nos quais o produtor esclarece dúvidas relacionadas às vivências trans diárias.	Todos os vídeos puderam ser classificados em uma ou em mais de uma categoria. Essa etapa ajudou a identificar as temáticas de maior interação/repercussão no canal.
4	Definição da amostra final a ser analisada a partir de métricas –	Análise dos 64 vídeos a partir de métricas – medidas quantificáveis – apresentadas pela própria plataforma: número de visualização (mais visualizados e menos visualizados), gostei (<i>like</i>), não gostei (<i>dislike</i>), comentários (mais	Foram selecionados 16 vídeos para compor a amostra final da pesquisa, tendo em vista que

	medidas quantificáveis – apresentadas pela própria plataforma	comentados e menos comentados). Considerando a impossibilidade de se efetuar uma interpretação aprofundada dessa totalidade de 64 vídeos, estabeleceu-se, no contexto da dissertação, que a amostra final a ser investigada seria composta pelos cinco vídeos mais bem ranqueados em cada uma das seis categorias abaixo dispostas: a) Os cinco vídeos com mais visualizações; b) Os cinco vídeos com menos visualizações; c) Os cinco vídeos com mais gostei (like); d) Os cinco vídeos com mais “não gostei” (<i>dislike</i>); e) Os cinco vídeos com mais comentários; f) Os cinco vídeos com menos comentários	alguns deles contemplavam mais de uma categoria.
--	---	--	--

Fonte: Elaborado pelos autores

Conforme já indicado, neste artigo nosso objetivo gira em torno de apresentar como se dão as dinâmicas informacionais no canal Lucca Najar com o intuito de discutir como elas colaboram para potencializar a visibilidade transmasculina. Assim, trabalhamos com os cinco vídeos mais comentados (vide quadro abaixo), por entendermos que é a partir dos comentários que podemos melhor verificar as interações estabelecidas entre o youtuber e seus espectadores, bem como evidenciar a ocorrência das respectivas dinâmicas de produção, mediação e apropriação da informação.

Quadro 2 – Os cinco vídeos mais comentados

ID	Título	Descrição	Nº de comentários
V004 ¹⁶	Como contei que SOU TRANS PARA MINHA FAMÍLIA	Vídeo não disponível no canal	988
V009 ¹⁷	HOMEM TRANS MENSTRUA? - Lucca Responde #1	Vídeo não disponível no canal	1317
V078 ¹⁸	FOTOS ANTES DA TRANSIÇÃO Lucca Najar	“E ai meus amores! Não é desde sempre que me entendo homem trans né e no vídeo eu mostro algumas fotos minhas antes da minha transição de gênero, de quando eu era criança e adolescente. Estou ‘bem menininha’. Tem foto de quando eu era uma mulher cis hetero, tem foto de quando eu era uma mulher lésbica e algumas histórias divertidas. Comenta aí, o	1319

¹⁶ Vídeo não disponível no canal. Acesso em: 15 de mar. 2022.

¹⁷ Vídeo não disponível no canal. Acesso em: 15 de mar. 2022.

¹⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EfPKwrw0Xx8>. Acesso em 13 nov. 2022.

		que acharam de mim antes da transição? Hahahah Um beijo do Lucca”	
V120 ¹⁹	HOMEM TRANS pai de duas FILHAS BIOLÓGICAS Lucca Najar e William Oliveira #LuccaCast06	“#LuccaCast 06. Quando estamos falando sobre pessoas, temos que nos lembrar que tudo é possível e precisamos expandir um pouco mais nosso olhar. E por que eu já comecei falando isso? Porque vamos falar sobre paternidade e com um recorte bem específico, pais que podem dar a luz, podem gerar um filho e sim, é super possível! Mas infelizmente, não tão lembrado quanto deveria. E meu convidado de hoje é o William que é homem trans e pai de duas filhas maravilhosas. O William teve as filhas antes da transição e só foi transicionar com 30 anos de idade. conheça a história dele.”	1629
V142 ²⁰	HOMEM TRANS QUE É GAY Lucca Najar e Paulo Vaz (popo vaz) #LuccaCast11	“#LuccaCast 11. Atualização: no dia 14/03/2022 o meu amigo Paulo Vaz nos deixou e esse vídeo permanecerá aqui em sua memória, Paulo foi e sempre será lembrado com carinho. Sentiremos sempre sua perda precoce.”	1496

Fonte: Elaborado pelos autores

No período em que as análises foram processadas observamos que os vídeos V004 e V009 não estavam mais disponíveis no canal, no entanto eles permaneceram na amostra porque na etapa de levantamento da pesquisa foi feito o download de todos os vídeos, sendo possível acessar e interpretar seus conteúdos. Assim, a amostra final deste artigo é composta pelos três vídeos apresentados na tabela acima cuja descrição permanece no canal, são eles: V078, V120 e V142. Caracterizadas as diretrizes de seleção, identificação e coleta do material, apresentamos na próxima seção os principais resultados alcançados.

5. Resultados

A produção de conteúdo no canal Lucca Najar, apesar de caseira, é feita de forma bem qualificada, já que o youtuber é formado em cinema e tem bons equipamentos de vídeo, elementos que o diferenciam da maioria dos usuários e criadores de conteúdo da plataforma. Afirmativa corroborada por Oliveira (2015), para quem os youtubers, quase sempre, trabalham sua própria imagem fazendo seu canal a partir das ferramentas disponibilizadas pela plataforma,

¹⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vzIPEAKpho>. Acesso em 13 nov. 2022.

²⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Y7q8cPoVDjA&t=2s>. Acesso em 13 nov. 2022.

sem um conhecimento prévio sobre edição, equipamentos a serem utilizados e tratamento dessa informação dentro do YouTube.

Isso deixa evidente que Lucca Najar tem uma intencionalidade no modo como produz e edita os conteúdos postados em seu canal. Não sem razão ele faz uso de outras redes sociais para “aprender” as demandas dos seus seguidores e publicar vídeos mais assertivos para sua audiência, o que pode ser percebido, por exemplo, pela maneira como os títulos dos vídeos são colocados, recorrendo a chamadas polêmicas por meio do uso de hashtags²¹. Isso nos permite observar que a produção da informação no canal não é pautada exclusivamente pelo agenciamento de certas temáticas correlacionadas ao universo trans, mas também pelas interações geradas com seus expectadores, por isso o produtor pede ao final de cada vídeo que, além de “deixar seu *like*” que deixem “[...] seu comentário aí, porque me ajuda muito a produzir esses conteúdos aqui pra vocês, obrigado por assistir [...]” Lucca Najar (2021).

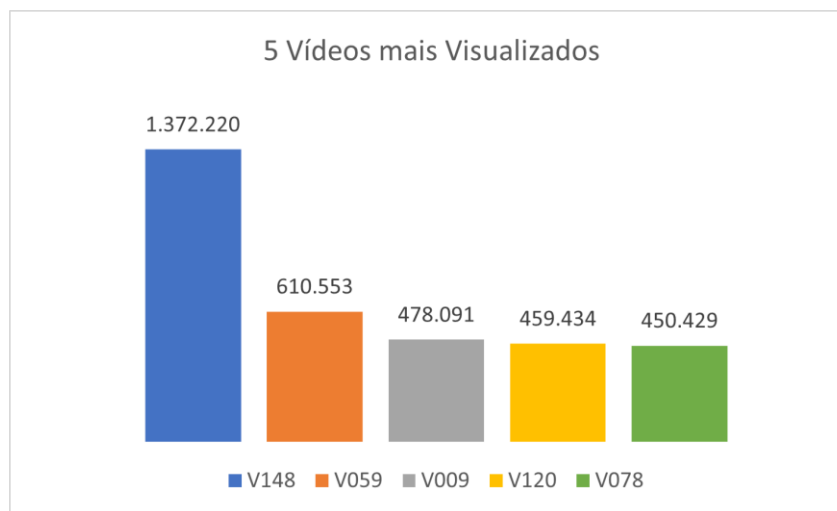
Dito isso, percebemos que essas interações acontecem em via de mão dupla: do produtor do canal para o público e dos espectadores para o produtor. Por conseguinte, e em razão do objetivo aqui explicitado, torna-se imprescindível considerarmos os comentários como a principal forma de comunicação entre as duas pontas que interagem no e a partir do canal. Não sem razão, tratamos os comentários como fontes de informação e instâncias de identificação da apropriação dos conteúdos abordados em cada vídeo. Indicamos isso por perceber que, a depender daquilo que é abordado pelo youtuber, é nos comentários que aparecem novas discussões potencializadas a partir da conversação entre os espectadores e deles com o produtor.

A despeito de serem os mais comentados, o Gráfico 1 nos mostra que os vídeos V120, V078 e V009 foram recuperados também por estarem entre os cinco vídeos mais visualizados do canal²²:

²¹ Palavras-chave para busca do conteúdo.

²² V148 - ELE É PAI DE UMA CRIANÇA TRANS DE 11 ANOS | Lucca Najar #Luccacast13 (<https://www.youtube.com/watch?v=vAeQHSPWJAw>) V059 - VLOG: MINHA CIRURGIA (<https://www.youtube.com/watch?v=5xsHGGd2KFM>);

Gráfico 1 – Cinco vídeos mais visualizados



Fonte: Elaborado pelos autores

Sobre os cinco vídeos mais comentados, a soma perfaz um total de 6.749 comentários²³. No V120, dos 1.629 comentários apenas 393 não tiveram nenhum tipo de interação, ou seja, nenhuma réplica ou *like*, e o produtor interagiu 12 vezes; no V142 dos 1.496 apenas 490 não tiveram nenhum tipo de interação e não foi identificado nenhum comentário do produtor; já no V078, dos 1.319 apenas 435 não tiveram nenhum tipo de interação e o produtor comentou 42 vezes. Sobre os outros dois, V009 e V004, não foi possível recuperar os comentários porque eles estavam indisponíveis no período da coleta. Acerca das interações do produtor nos comentários, identificou-se que a maioria delas consiste em *likes* e agradecimentos aos elogios sobre sua aparência e conteúdos apresentados nos vídeos.

Embora essa observação possa, em uma primeira interpretação, enfraquecer nossa defesa de que o canal Lucca Najár se configura como propulsor de discussões concernentes a processos de visibilização das pessoas trans, a leitura total dos comentários traz consigo elementos que comprovam nossa tese. Isso porque, de forma majoritária, esses elogios e agradecimentos dizem respeito à clareza, à franqueza e à importância do tratamento de certas temáticas pelo *youtuber*, bem como à sua coragem em compartilhar publicamente experiências tão pessoais. É o caso dos comentários citados abaixo:

Comentário feito por Akires Vieira ao V078: luccaaaaaa, veja meu canal, me inspiro muito em você, beijos menino, tu é um show e grandioso.

Comentário feito por Aligner Sampaio ao V078: Saudades lucca sinto sua falta de ver seus vídeos parabéns, você me ajudou muito na minha transição.

²³ Para a analisar os comentários utilizamos a ferramenta de extração de dados “YouTube Data Tools” (versão 1.23) [Software]. Disponível em: <https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/>. Acesso em: 07 jun. 2022.

Comentário feito por Nyanne Londres ao V120: Vídeo muito massa pra abrir a cabeça de mta gente por aí. Parece tão fanfic KKKKKKK! Brincadeiras à parte, eu adorei. Parabéns, mesmo, vcs arrasaram.

Comentário feito por Marcel S M ao V120: Vídião Poxa, William. Que maravilha te ouvir. Que riqueza de experiências. Obrigado por compartilhar tudo isso.

Comentário feito por Marcielly Tavares ao V142: Adorei o papo! Acho muito importante buscar informações sobre vivências que não são as minhas. Eu acho que o quadro deveria se chamar Luccast rsrs.

Comentário feito por Barbara Arcanjo ao V142: Tmj companheiro. A essência antecede as palavras.. descobri essa palavra com essa idade tbm, quando iniciei minha transição. Mas já sabia quem eu era desde a infância... sucesso!!!

Dito isso, para exemplificar como se dão as dinâmicas de produção e apropriação da informação que ocorrem no canal Lucca Najar, as quais, de acordo com Martinez-Ávila *et al.* (2020), podem ser constatadas quando há interações entre os produtores de conteúdo e os usuários via comentários e quando ambos discutem o assunto do vídeo inserindo complementos ou discutindo potenciais temas, recuperamos comentários observados no V142, *Homem trans que é gay*, em que um espectador expõe sua dúvida sobre o que foi falado no vídeo e outros dois se preocupam em esclarecer:

Cesar Santos - E o que é packer????

Trans Presente - Packer é uma coisa já vista como padrão trans, e só aumenta disforia.

Francis - Packer é uma coisa muito estimada na comunidade trans, às vezes você compra sem pensar e não se adapta muito bem e só piora a disforia

Trans Presente - @Francis infelizmente, e são muito caro tbm. Quer dizer tudo para nós trans que são feitos por outros trans, são caro. Não se coloquem no lugar do outro.

Trans Presente - @Cesar Santos uma prótese masculina que conta com algumas funções. Para urinar, sexo, volume na cueca. No meu canal falo sobre se quiser olhar.

Ainda nesse mesmo vídeo são feitos diversos comentários relacionados ao entendimento do que é gênero e orientação sexual, como o diálogo abaixo demonstra:

Juliana Felício Ferreira – Não entendi nada...era mulher virou homem? Mas gosta de homem?

Nat Nat - Identidade de gênero é como você se vê = Homem/Mulher. No caso ele sempre se viu homem. Orientação sexual é como a pessoa quer se relacionar = Hetero/Gay/Lésbica. Então ele pode ser homem, é como ele gosta de ser, e orientação sexual o que ele gosta de se relacionar.

Juliana Felício Ferreira - @Nat Nat ainda não entendi?

Nat Nat - Vamos lá: você se identifica como mulher certo? é isso sua identidade de gênero, nasceu mulher e se identifica como tal. No caso ele nasceu mulher, mas não se identifica como mulher, ele sempre se viu homem. A orientação sexual no caso que ele gosta é de homem, não necessariamente ele ter se tornado um homem para gostar de mulher. Ele gosta dele COMO HOMEM e o que ele se sente atraído por homem, isso é a orientação sexual dele. Identidade de gênero e orientação sexual são coisas distintas, compreende?

Juliana Felício Ferreira - @Nat Nat ahhh sim ele nasceu mulher.... mas fez a transformaação virou homem.... e namora homem. Entendi... obrigada por explicar !

Nat Nat - Exato, por nada. Sempre bom ajudar nas dúvidas.

No vídeo V078, *HOMEM TRANS: Fotos ANTES DA TRANSIÇÃO de gênero*, identificamos mais interações do produtor. Acreditamos que isso se deve ao fato de ser um vídeo mais descontraído em relação às outras temáticas tratadas.

Gael Figueiredo - Que vídeo foi esse cara!! Você é MUITO CORAJOSO em compartilhar essas fotos com o público. Eu ainda não cheguei nesse momento. Sinto muita vergonha de fotos antigas. No Facebook eu ocultei todas que pude.

Lucca Najar - Tudo tem seu momento e sua hora e não se preocupe se você não quiser mostrar suas fotos também. O importante é a gente ser feliz man. Sucesso na sua transição!

No vídeo V120, *HOMEM TRANS pai de duas FILHAS BIOLÓGICAS*, o produtor interagiu a fim de esclarecer um comentário de “ódio” (*haters*).

Lilian Reis - Desculpe Lucca, mas, acho essa história uma aberração. Fico aqui pensando como fica a cabeça dessas crianças/adolescentes....

Lucca Najar - Lilian, no vídeo mesmo ele mostra que as filhas apoiaram e o incentivou inclusive, elas o respeitam. Eu recebi um áudio dele, a filha dele toda orgulhosa pelo vídeo e eu acredito que ela ficaria bem mais triste lendo uma suposição dessas que ver a felicidade do pai que ela ama! Repense suas palavras, elas podem magoar as pessoas.

Ao analisarmos os comentários e as dinâmicas de interação que ocorrem no canal foi possível perceber que a produção da informação ocorre não apenas pela mobilização do produtor a partir de seus relatos pessoais ou em colaboração com outros convidados – momento no qual Lucca Najar ocupa a posição de mediador –, mas também por meio das interações e comentários gerados pelos espectadores. É, pois, nessa prática relacional que a ocorrência da apropriação da informação pode, conforme salientado por Martinez-Ávila *et al.* (2020), ser evidenciada.

Dessa forma, se nosso objetivo principal é apreender as dinâmicas de produção e apropriação das informações no canal do youtuber Lucca Najar com vistas a analisar como elas contribuem para a visibilidade das pessoas trans, notamos que o youtuber aborda em seu canal uma variedade de assuntos, compartilhando experiências e informações que claramente ressoam com seus seguidores. Paralelamente, quando esses seguidores replicam seus vídeos, discutem suas postagens, respondem a comentários e agenciam novas demandas para o debate coletivo, tanto o canal quanto esses agentes contribuem para a promoção da visibilidade das pessoas trans e de suas demandas, inclusive as informacionais.

É certo que na configuração atual do canal isso não se efetiva como no momento de realização da pesquisa, uma vez que ao longo da pandemia o youtuber decidiu redirecionar o foco de seus vídeos, inclusive apagando e redefinindo o conteúdo anteriormente produzido. Mesmo diante disso é correto afirmarmos que de 2016 a 2021 Lucca Najar emergiu como uma

voz que reclamava espaço, visibilidade e respeito para as pessoas trans e que, ao fazer isso, produziu, disseminou e promoveu a mediação de informações “qualificadas” e direcionadas a esse segmento populacional. Tecemos algumas considerações adicionais acerca disso na seção que se segue.

6. Considerações finais

Este trabalho, tal qual a pesquisa mais ampla que lhe deu origem, aponta que, ao deslocar para a esfera pública o debate sobre distintas questões que circunscrevem a transexualidade e que marcam a vida das pessoas trans, Lucca Najjar mobiliza um conjunto de dinâmicas relacionadas à produção, mediação e apropriação da informação, além de colocar em interação sujeitos que compartilham dos mesmos medos, desejos e experiências de vida, criando, assim, vínculos de afeto, respeito e solidariedade. É claro que essa realidade não se institui sempre de forma positiva, uma vez que o preconceito e o conservadorismo em relação a esse debate ainda se faz muito evidente. No entanto, ao assinalar que seu canal foi feito para *tod@s* e que *tod@s* podem caminhar *junt@s*, Lucca Najjar abriu espaço para tornar visíveis muitas pessoas que não tinham voz e que “não apareciam” para o mundo, afinal, como o próprio youtuber dizia: “quando a gente empodera pessoas como nós, já estamos fazendo o mundo um pouco mais habitável” (NAJAR, 2018), razão pela qual, nos termos de Henriette Ferreira Gomes (2017), Lucca Najjar é tratado aqui como um protagonista social.

Dito isso, e retomando nosso objetivo – analisar em que medida as dinâmicas de produção, mediação e apropriação da informação agenciadas pelo canal do youtuber Lucca Najjar contribuem para ampliação da visibilidade das temáticas e demandas referentes ao público trans –, consideramos ser possível indicar que o canal Lucca Najjar, até sua reconfiguração em 2021, foi sim um espaço que colaborou para agenciar e potencializar a visibilidade das pessoas trans em geral e dos homens trans em específico, dado que, ao compartilhar sua trajetória como homem em transição de gênero, o youtuber ampliou as possibilidades de muitos outros homens e mulheres trans se reconhecerem e serem reconhecidos. A isso devemos somar seu trabalho de produtor e mediador de informações, fazendo chegar até essa parcela da população relatos, notícias e saberes qualificados a fim de suprir, em alguma medida, as demandas de homens e mulheres que ainda hoje são negligenciados pelos meios mais tradicionais de comunicação e informação.

Referências

- ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Mediação da informação e múltiplas linguagens. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, [s.l.], v. 2, n. 1, 2009. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/119300>. Acesso em: 25 out. 2023.
- ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de; SANTOS, Camila Araújo dos. Mediação, Informação, competência em informação e criticidade. In: FARIAS, Gabriela Belmont de; FARIAS, Maria Giovanna Guedes (org.). **Competência de mediação da informação: percepções dialógicas entre ambientes abertos e científicos**. São Paulo: Abecin, 2019. p. 96 - 112.
- ARAÚJO, Ronaldo Ferreira de. A mediação da informação e os vídeos com mensagem social no youtube: visibilidade, engajamento e conversão. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 28., 2017, Marília. [Anais...]. Marília: ANCIB, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/105414>. Acesso em: 25 out. 2023.
- BRAZ, Camilo; SOUZA, Érica. “Transmasculinidades, transformações corporais e saúde: algumas reflexões antropológicas”. In: CAETANO; MELGAÇO (Org.). **De Guri a cabra macho: masculinidades no Brasil**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2018. p. 28-42.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **Youtube e a revolução digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2016.
- FACHIN, Juliana. Mediação da informação na sociedade do conhecimento. **BIBLOS: revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, Rio Grande, v. 27, n. 1, p. 25-42, 2013. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/23629>. Acesso em: 25 out. 2023.
- FOUCAULT, Michel. Sobre a história da sexualidade. In: FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 25. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2008. p. 243-276.
- FREITAS, Rafaela Vasconcelos. **Homens com T maiúsculo: processos de identificação e construção do corpo nas transmasculinidades**. 2014. 123 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/BUOS-AUGHLX>. Acesso em: 25 out. 2023.
- GOMES, Henriette Ferreira. Mediação da informação e protagonismo social: relações com vida ativa e ação comunicativa à luz de Hannah Arendt e Jürgen Habermas. In: GOMES, Henriette Ferreira; NOVO, Hildenise Ferreira (org.). **Informação e protagonismo social**. Salvador: EDUFBA, 2017. p. 27 - 43.
- LEITE, Rafaela Bernadazzi Torrens. Youtubers e as relações com a produção audiovisual. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39.; ENCONTRO DOS GRUPOS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO, 16., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: USP, 2016. p. 1-14. Disponível em:

<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1857-1.pdf>. Acesso em: 25 out. 2023.

MARANHÃO FILHO, Eduardo Meinberg de Albuquerque. Inclusão de travestis e transexuais através do nome social e mudança de prenome: diálogos iniciais com Karen Schwach e outras fontes. **Revista Oralidades**, São Paulo, n. 11, p. 89-116, 2012. Disponível em: <http://diversitas.fflch.usp.br/node/3397>. Acesso em: 25 out. 2023.

MARTÍNEZ-ÁVILA, Daniel *et al.* Disseminação, compartilhamento e apropriação da informação no Youtube: uma análise do canal LGBTQ “PÕE NA RODA”. **Encontros Bibli**, Florianópolis, v. 25, p. 1-18, jan./dez. 2020. DOI: <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2020.e67718>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2020.e67718>. Acesso em: 25 out. 2023.

MISKOLCI, Richard. **Batalhas morais**: política identitária na esfera pública técnico-midiática. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

MISKOLCI, Richard. Negociando visibilidades: segredo e desejo em relações homoeróticas masculinas criadas por mídias digitais. **Bagoas**: estudos gays, gêneros e sexualidades, Natal, v. 8, n. 11, p. 51-78, 2014. Disponível em: <http://www.periodicos.ufrn.br/bagoas/article/view/6543>. Acesso em: 25 out. 2023.

NAJAR, Lucca. **Canal Lucca Najar**. YouTube, 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/luccanajar>. Acesso em: 25 out. 2023.

OLIVEIRA, Jéssica Karla Arruda de. **Um estudo sobre youtubers na publicidade**. 2015. 70 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda) – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília. Brasília, 2015. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/187131825.pdf>. Acesso em: 25 out. 2023.

PELLEGRINI, Dayse Pereira *et al.* Youtube: uma nova fonte de discursos. **Recensio**, 2010. Disponível em: <http://www.recensio.ubi.pt/modelos/documentos/documento.php3?coddoc=2895>. Acesso em: 25 out. 2023.

PELÚCIO, Larissa. **Abjeção e desejo**: uma etnografia travesti sobre o modelo preventivo de aids. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2009.

YOUTUBE. Sobre. **YouTube**, 2023. Disponível em: <https://about.youtube/>. Acesso em: 25 out. 2023.

ZILLER, Joana. **Qualidade da informação e produsage**: semiótica, informação e o usuário antropofágico. 2011. 309 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011. Disponível em http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/ECIC-8J3Q4S/tese_joana_ziller.pdf?sequence=1. Acesso em: 25 out. 2023.

Artigo submetido em: 04 jun. 2023
Artigo aceito em: 19 dez. 2023