

A experiência pública do Alzheimer no YouTube: competências midiáticas como motores de aprendizagens sociais no canal *O Bom do Alzheimer*

Adriana Helena de Almeida Freitas

Universidade Federal de Juiz de Fora, Programa de Pós Graduação em Comunicação, Juiz de Fora, MG, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5905-7998>

Rennan Lanna Martins Mafra

Universidade Federal de Viçosa, Departamento de Comunicação, Viçosa, MG, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9078-5475>

Resumo

Este artigo investiga de que maneira a experiência midiaticizada no canal *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer* do YouTube contribui para o desenvolvimento de aprendizagens sociais, a partir da mobilização de competências midiáticas. Com base no paradigma indiciário de Braga, tomado como abordagem metodológica, a análise organiza essa experiência em quatro fases, que refletem habilidades associadas às competências midiáticas ao longo do tempo. Foram examinados 1.291 vídeos publicados entre 30 de julho de 2016 e 31 de julho de 2021. A partir das noções de midiatização em Braga e das dimensões da competência midiática de Ferrés e Piscitelli, identifica-se que a youtuber Cláudia não apenas desenvolve habilidades ao cuidar de sua mãe durante esse período, mas também aprimora sua capacidade de compartilhar esses aprendizados nas plataformas digitais. Paralelamente, a midiatização de sua trajetória promove o desenvolvimento de aprendizagens entre os públicos do canal.

Palavras-chave

Alzheimer; midiatização; experiência pública; competências midiáticas; aprendizagem

1 Introdução

O presente artigo tem como intuito problematizar a experiência pública midiaticizada do Alzheimer no contexto do canal do YouTube *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer*, com o objetivo de compreender como tal canal opera enquanto motor público de aprendizagens sociais, nos cenários brasileiros contemporâneos. De modo específico, orientamo-nos a partir da pergunta: como a experiência midiaticizada no canal *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer* (2016) contribui para o desenvolvimento de aprendizagens sociais, a partir da mobilização de competências midiáticas?

O canal surge com a proposta de registro de um cotidiano atravessado pelo Alzheimer, que não encontra espaço nos discursos especializados da área da saúde, partilhando um modo de conviver com tal condição, construído nesse próprio cotidiano: a proprietária do canal, Cláudia, que atua como cuidadora da mãe, Francisquinha, diagnosticada com Alzheimer, vale-se da midiaticização para ensinar aos seguidores suas práticas de cuidado. Contudo, esse é um processo tentativo, uma vez que Cláudia aprende, gradativamente: (a) o que significa estar em uma plataforma como o YouTube; e (b) como se comunicar com públicos que emergem e que se constituem em tais interações.

Acionamos, enquanto metodologia, o paradigma indiciário proposto por Braga (2008), compreendendo que investigar indícios é se atentar a fragmentos de experiências, pequenas pistas que carregam em si potenciais tensionamentos entre teoria e objeto empírico. Tais tensionamentos, quando atrelados a um olhar atento de pesquisa, permitem vislumbrar relações que podem se aplicar a contextos que ultrapassam o recorte da própria realidade investigada. O autor aponta que as complexidades do campo comunicacional, tendo em vista as múltiplas relações, objetivos e contextos que envolvem o fenômeno interacional, dificultam a construção de pesquisas nomotéticas – pautadas pela busca de leis gerais e regularidades. Como resposta, os estudos de caso aparentam responder a essa questão, uma vez que, ao se atentarem às particularidades de certos fenômenos, são capazes de propor uma articulação entre dados empíricos encontrados a partir de indícios levantados, com proposições teóricas mobilizadas, frente ao desafio de investigar e de analisar contextos comunicacionais complexos, que transcendam o próprio caso em questão.

Dessa forma, não partimos de uma perspectiva que almeja esgotar todas as compreensões possíveis sobre uma dada “realidade” – gesto este que, na proposta de Braga (2008), torna-se, inclusive, inglório. Valemo-nos do paradigma indiciário no intuito de

encontrar pistas e indícios de composições do que encontramos e que foram capazes de nos afetar, imaginando-nos ocupar o lugar de públicos quando estão em contato com o canal. O tensionamento dos indícios, no contexto desta pesquisa, ocorre, portanto, a partir da afetação, tendo como princípio o entendimento de que não há como abordar uma experiência como a de Francisquinha – marcada por inúmeras vulnerabilidades, tensionamentos e emoções – por outra via além do sensível:

[...] como método, não se trata de produzir representações mais ricas, mas de encontrar formas para efetuar um mergulho no concreto, no vivido, no parcial, no local, no específico, no experimentado, no relacional (Letiche & Lightfoot, 2014), “permitindo surfar as ondas do afeto na crista das palavras, encharcados até nosso esqueleto conceitual pela delicadeza dessa aspersão” (Massumi, 2015, p. vii), para, em seguida, tentar pensar e escrever sob os efeitos desse banho experiencial (Moriceau; Mendonça, 2016, p. 81).

Durante a pesquisa de mestrado da qual esse artigo é fruto, mergulhamos no universo do canal de Francisquinha por cinco anos (desde o primeiro vídeo publicado em 30/07/2016 até o dia 31/07/2021, totalizando 1.291 vídeos/lives) – movimento este que nos permitiu rir, chorar, sentir indignações e aprender. Esse contato nos possibilitou observar nuances e tensionamentos que nos levaram a organizar a experiência de Cláudia e Francisquinha no YouTube em quatro grandes fases, discutidas no presente artigo. Tais nuances e tensionamentos são atravessados por um marcador chave: os processos de midiaticização. Portanto, é a partir deles que as fases se orientam.

Para a análise, foram elencados 63 vídeos enquanto indícios prévios que, durante a “maratona” de assistir ao canal, despertaram-nos inquietações e que potencialmente seriam discutidos nos procedimentos analíticos. As análises foram tecidas, processualmente, entre vídeos reassistidos (dentre aqueles na lista dos 63) e leituras recuperadas: se, inicialmente, os vídeos foram maratonados e selecionados a partir dos incômodos e das afetações que provocaram, nesse segundo momento, eles também foram assistidos atentamente em constante processo de “tensionamento triangular entre a situação empírica, as bases teóricas e o problema de pesquisa”, conforme proposto metodologicamente por Braga (2008, p. 81).

De tal sorte, o presente artigo se organiza em dois tópicos de cunho teórico que constroem nossa base argumentativa: inicialmente, valemo-nos dos estudos de Braga (2012; 2017a; 2017b) acerca dos processos de midiaticização contemporâneos, bem como de seus dispositivos e de seus circuitos para compreendermos a proliferação de emergências, como a experiência pública midiaticizada do Alzheimer. Posteriormente, acionamos a perspectiva de

Braga e Calazans (2001) e de Braga (2020), no que se refere aos processos de aprendizagem em contextos midiáticos, e de Ferrés e Piscitelli (2015) sobre competência midiática, para compreendermos habilidades que também são mobilizadas como fatores-chave no canal.

Por fim, apresentamos nossas discussões sobre as quatro fases experienciadas pelo canal *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer* (2016), compreendendo as particularidades e características de cada uma delas, sob a ótica da midiática, das aprendizagens e da competência midiática. Observamos que, durante os cinco anos do canal, são promovidas múltiplas aprendizagens: o cuidado e o afeto com a pessoa idosa diagnosticada com Alzheimer, sinais e fatores importantes para o diagnóstico, direitos da pessoa idosa, riscos, dicas, entre outros. Contudo, tais aprendizagens só aconteceram a partir do desenvolvimento de habilidades de competência midiática pelo próprio público que, em meio a uma infinidade de conteúdos disponíveis no contemporâneo, conseguiu selecionar, questionar, interpretar e interagir com os vídeos. Além disso, observamos também o desenvolvimento de habilidades de competência midiática pela própria Cláudia, que – ao longo do tempo – compreende o que é estar no YouTube, quem são os seus públicos e o que/como o seu conteúdo deverá ser produzido e publicado.

Dito por outras palavras: “O Bom do Alzheimer”, “Cláudia”, “Francisquinha” e todo o universo do canal só se tornaram o que são e promoveram aprendizados a partir da midiática. Assim, buscamos evidenciar tais movimentos, bem como as habilidades de competência midiática que perpassam essa experiência, de tal forma que o nosso interesse é observar os processos de midiática que permeiam os cotidianos atravessados pelo Alzheimer, os aprendizados que advêm desse processo e as competências midiáticas que são demandadas.

2 Midiática como tópicos comunicacionais de experiências públicas contemporâneas

Na tentativa de circunscrever o que compreendemos como midiática, tomaremos como principal base conceitual as contribuições de Braga (2012; 2017a; 2017b). O autor (2012) recupera algumas discussões de Antônio Fausto Neto, a fim de explicitar que, em uma sociedade em midiática, experienciamos um movimento de conversão da cultura midiática enquanto referencial estruturante sócio-técnico-discursivo, acelerando e diversificando as formas de interação da própria sociedade com ela mesma. São processos que envolvem os meios, os receptores e as suas mediações de formas múltiplas e

diversificadas. O termo não se reduz, contudo, ao viés tecnológico crescente e marcante de tais processos, ainda que se apresente como um elemento notável: não são processos comunicacionais exclusivamente derivados das invenções tecnológicas, mas tratam-se de um acionamento de tais inventividades a partir de uma demanda social e interacional.

A percepção de um sistema de circulação interacional implica no reconhecimento de um fluxo de sentidos e estímulos inicialmente disparados pela mídia. Isso significa compreender os “receptores” enquanto agentes ativos, em meio aos quais a circulação se comporta como um resultante das diferenças entre o que é produzido e o que é recebido, ampliando o campo de possibilidades interacionais. As novas lógicas de circulação presentes em uma sociedade midiaticizada afetam, portanto, os padrões de produção e de recepção, que passam a se inserir em um fluxo contínuo, em meio ao que anteriormente se observava como um modelo conversacional:

Esse “fluxo adiante” acontece em variadíssimas formas – desde a reposição do próprio produto para outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários – que podem resultar em textos publicados ou em simples “conversa de bar” sobre um filme recém visto; a uma retomada de ideias para gerar outros produtos (em sintonia ou contraposição); a uma estimulação de debates, análises, polêmicas – em processo agonístico; a esforços de sistematização analítica ou estudos sobre o tipo de questão inicialmente exposta; passando ainda por outras e outras possibilidades, incluindo aí, naturalmente, a circulação que se manifesta nas redes sociais (Braga, 2012, p. 39-40).

Esses processos se manifestam socialmente, para Braga (2012), em circuitos culturalmente praticáveis e inseridos em campos sociais específicos. A partir da definição de Adriano Rodrigues de campos sociais enquanto esferas de legitimidade que coexistem em pluralidade e que compõem formas de visibilidade, Braga (2012) reconhece que, para além de uma monopolização dos meios enquanto responsáveis pela midiaticização, vem a ser necessário entender que a própria sociedade, o seu funcionamento e a sua constituição são interpostos pela “cultura da mídia”. Assim, todos os setores da sociedade passam a se inserir e a se articular por outros circuitos diversos, em contraposição às suas lógicas específicas até então estabelecidas. Dito em outras palavras, “[...] a ‘esfera de legitimidade’ estabelecida pelos diferentes campos sociais se encontra agora constantemente em risco, devendo ser continuamente reconsiderada e reelaborada” (Braga, 2012, p. 46).

Tais movimentos explicitam as alterações advindas das interações em midiaticização que transformam a atuação e o desenvolvimento dos campos sociais, considerando o

contexto contemporâneo de intensificação das necessidades, das estratégias e dos movimentos de interação social. As “esferas de legitimidade” dos campos sociais são, portanto, atravessadas e transformadas pelos circuitos complexos provenientes do fluxo contínuo de circulação. As inovações advindas desses movimentos estão relacionadas, para Braga (2012), às invenções sociais que conferem sentido aos aparatos tecnológicos que se inserem no processo. O conceito de “dispositivos interacionais” é acionado pelo autor não para se referir a esse aparato, mas às “matrizes sociais” que, nos processos interacionais, são elaboradas e acionadas, tentativamente, a fim de possibilitá-los. Consequentemente, o ambiente da midiaticização é configurado, também, como tentativo e experimental.

Assim, esse contexto de proliferação de processos interacionais, assinalados por uma qualidade tentativa, é organizado por meio de dispositivos interacionais (Braga, 2017a), produzidos socialmente e caracterizados pelos códigos compartilhados entre os indivíduos e a elaboração de inferências. O desenvolvimento destas últimas representa a série de hipóteses produzidas pelos participantes da interação a fim de compor e reconhecer sentido, relacionando as intenções do enunciador com o contexto em que se encontram. O acionamento de inferências se faz necessário uma vez que os códigos linguísticos, em si, não são suficientes para garantir uma situação de comunicação. Para Braga (2017a), o processo comunicacional está centrado, exatamente, na construção das inferências, que não se limitam à interpretação mais provável, mas também estão ligadas ao ajuste do que é comunicado em relação aos arcações do receptor e da possibilidade de prosseguimento da interação.

Braga (2017a, p. 33) observa, portanto, a manifestação de inúmeras “táticas-padrão, de modelos reconhecíveis”, mobilizados de múltiplas formas pelos participantes de uma situação comunicacional na tentativa de constituir a interação: os dispositivos interacionais. Em suma, o conceito é definido como “[...] um modelo desenvolvido pela prática experimental (tentativas) que conta com uma articulação mais ou menos definida de processos ‘de código’ e de espaços não codificados solicitadores da inferência dos participantes” (Braga, 2017a, p. 33-34). É necessário pontuar, contudo, que tais dispositivos não se configuram apenas como os meios de comunicação, mas também se conformam em meio à pluralidade de materiais e de processos que potencialmente indicam uma direção e um uso dos aparatos tecnológicos. O conceito engloba, portanto, as mediações, as expectativas e as promessas do usuário, bem como os contextos de produção e de resposta envolvidos na interação. Por consequência, o episódio interacional para Braga (2017a), refere-se ao momento em que se efetua o dispositivo em um certo quadro interacional, composto por suas próprias singularidades.

As interações que tomam parte em meio a um episódio interacional, conforme aponta Braga (2017b), não necessariamente se extinguem com a finalização do acontecimento em si, uma vez que, atingidos os resultados de uma interação, surgem potencialidades para o início de outras interações, a partir da circulação de “[...] decisões, encaminhamentos, ideias, sentimentos expressos, objetivos” (Braga, 2017b, p. 43) de um episódio em meio a outros contextos relacionais.

Essa circulação não implica em um vínculo entre tais episódios, uma vez que a própria sociedade, nos processos tentativos já explicitados, tensiona e conecta-os, compondo articulações entre os dispositivos interacionais. Para Braga (2017b), esses movimentos explicitam um circuito de comunicação, direcionando os fluxos comunicacionais conforme os contextos em que se inserem. A partir da instituição desses circuitos, os dispositivos interacionais passam a ser modificados, contrapostos e mantidos em um fluxo contínuo de comunicação.

Tais circuitos se proliferam em diversos setores sociais, atravessando as lógicas específicas de interação, em vigência antes da cultura da mediatização aqui explicitada. É assim que os campos sociais atuam, tentativamente, na reinvenção, no redirecionamento ou na estabilização dos processos de mediatização.

3 Aprendizagens e interação na mediatização de experiências públicas: a emergência de competências midiáticas

A fim de compreender as possíveis aproximações entre os campos da educação e da comunicação, Braga e Calazans (2001) e Braga (2020) nos fornece, a partir do tensionamento entre os conceitos de aprendizagem e de educação, alguns possíveis caminhos. Para os autores (2001, 2020), a aprendizagem escapa à educação na medida em que se classifica como uma habilidade inata do ser humano. Aprendemos enquanto experimentamos, agimos e interagimos no mundo – e não necessariamente apenas no espaço escolar.

Braga e Calazans (2001) observam o surgimento de um espaço de aprendizagem em meio aos contextos contemporâneos, marcados pelos processos de mediatização. As aprendizagens advindas nesse campo escapam do controle da família e das experimentações práticas e culturais do cotidiano social, sendo controladas pelo próprio indivíduo, que, muitas vezes, aprende sem perceber que está aprendendo – em contraposição ao aprendizado escolar, orientado a esse fim. Contudo, em meio à proliferação de dispositivos interacionais em uma sociedade mediatizada, não basta o contato com as informações disponíveis para a

construção da aprendizagem. São necessários movimentos de seleção, solução de problemas, interações, reações e interpretações, para que a aprendizagem ocorra.

Portanto, para que possamos compreender o que delimitamos, no escopo desta pesquisa enquanto aprendizagem, precisamos observá-la para além desse resultante de um direcionamento objetivo prévio, em que se almeja a conquista de uma formação. Conforme apontam Braga e Calazans (2001, p. 98), a “[...] aprendizagem aparece então como uma consequência não almejável, mas inevitável, como uma decantação de outras atividades, como um complemento não percebido pelo usuário”.

A possibilidade de reflexão a partir da aprendizagem em dispositivos interacionais está diretamente relacionada, para o Braga e Calazans (2001), com as aprendizagens adquiridas em outros espaços. As circunstâncias contextuais de cada indivíduo permitem que ele interaja com os dispositivos e, então, desenvolva competências de aprendizagem específicas. Nesse contexto, Braga (2020) aponta que, para além do aprendizado “já pronto” nos espaços formais e informais, o processo de aprender demanda um gesto de inventividade que, em contextos acelerados de midiaticização do contemporâneo, as aprendizagens adquirem forte caráter contextual. Somos o tempo todo compelidos a ajustar nossas compreensões em relação a campos, a situações e a contextos, até então estabelecidos, e a perceber insuficiências no que nos está disponível, de tal forma que um gesto de tentativa e de erro torna-se cada vez mais característico (e necessário) para a construção de aprendizagens.

As potencialidades dos contextos midiaticizados não são, contudo, completamente autônomas, uma vez que aquilo que é produzido midiaticamente também é controlado socialmente, bem como as disponibilidades de cada contexto cultural, familiar e educacional. Isso significa que as decisões acerca do que deve ou não ser produzido midiaticamente (e, por consequência, potencial motor de aprendizagem) são atravessadas pelas estruturas sociais, bem como as suas vulnerabilidades, as suas tensões e as suas diferenças.

Ainda que a produção de conteúdo midiático opere em meio aos atravessamentos estruturais da sociedade, com tendências à opressão e ao ocultamento de diferenças, emergem tentativas de rompimento com essa lógica. Com a expansão da disponibilidade de acesso a dispositivos midiáticos, expande-se também a possibilidade da aparência de histórias, narrativas, personagens e experiências, estas que, até então, tenderiam a se manter resguardadas a um âmbito privado. Tal aparecimento requer, contudo, uma série de competências mínimas - modos de se operar e de fazer - para que o uso dos dispositivos seja possível.

A discussão acerca das competências, cuja origem remonta a um universo mercadológico, almejando uma eficácia profissional, ganha outros contornos na academia, a partir de uma aproximação da temática frente ao debate educacional (Ferrés; Piscitelli, 2015). Nesse movimento, eis que emerge a demanda compreensiva sobre competências midiáticas, estas que passam a figurar como possibilidades ao desenvolvimento de uma autonomia cidadã, social e cultural, sendo tais competências definidas, para Ferrés e Piscitelli (2015, p. 3), como “[...] uma combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes consideradas necessárias para um contexto determinado”.

Dessa forma, Ferrés e Piscitelli (2015) propõem, com intuito didático e metodológico, uma série de indicadores e de dimensões que englobam o conceito de competência midiática, a partir de dois grandes âmbitos: análise e expressão. Enquanto o âmbito da análise se volta para as competências relacionadas à recepção e à interação de mensagens, o âmbito da expressão envolve o ponto de vista da produção. Dessa forma, a competência midiática se estabelece em meio ao desenvolvimento da capacidade de interagir criticamente com aquilo que se recebe em meio aos dispositivos midiáticos, além da perícia própria para a produção de mensagens.

Apesar de tais distinções, valemo-nos da discussão de competência midiática enquanto um horizonte de pistas: não como marcadores estáticos, mas como frutos que emergem no fluir da experiência. Ainda que organizadas em uma série de dimensões, todas elas operam de maneira interligada; e nossa proposta é que, a partir da observação das habilidades de competência midiática desenvolvidas por Cláudia e pelos públicos, possamos observar como a midiatização opera enquanto motor de aprendizagens sociais no seu cotidiano, atravessado pelo Alzheimer.

4 Aprendizagens e competências midiáticas no canal *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer*

A experiência pública do canal *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer* (2016) nos permite tecer reflexões acerca dos processos de midiatização de contextos marcados pela diferença, bem como das habilidades da competência midiática acionadas nesses movimentos, além dos possíveis aprendizados que emergem com a experiência, conforme buscaremos elucidar no presente tópico. Como apontado na seção introdutória, a análise é construída a partir das afetações que emergiram em nós, pesquisadores, ao entrarmos em contato com esse cotidiano midiatizado (Moriceau; Mendonça, 2016). De antemão,

pontuamos que uma multiplicidade de outras significações poderia também emergir ao olhar para a experiência de Francisquinha e de Cláudia, quando observada através de outras lentes teóricas/outras afetações. A partir dos referenciais propostos e dos indícios que se destacaram durante a pesquisa, buscamos articular os campos empíricos e teóricos, construindo inferências (Braga, 2008) pautadas no próprio fluir da vida e das diferenças, em meio ao contemporâneo mediatizado.

Nossa decisão metodológica de sinalizar quatro fases do conteúdo do canal é guiada não apenas por um marcador cronológico, mas midiático. Ao longo do tempo, Cláudia modifica a forma como se relaciona com o Alzheimer da mãe, com os vídeos, com a plataforma e com os seus públicos. Observar as lógicas dessas relações mediatizadas nos permite compreender como os dispositivos atuam – construindo, modificando, estruturando e questionando campos sociais até então estabelecidos.

A primeira fase compreende o período de 30/07/2016 até 13/10/2018 e é caracterizada, principalmente, pela informalidade e pelo amadorismo de Cláudia em relação à produção de conteúdo pela internet. Ao todo, a fase é composta por 96 vídeos que raramente ultrapassam cinco minutos de duração, nos quais Cláudia acompanha a mãe em alguma atividade do cotidiano e, raramente, dirige-se ao público do canal.

O endereçamento de Cláudia para um público é o marcador para o estabelecimento da segunda fase, que compreende o período entre 16/10/2018 e 24/07/2019 e que se caracteriza, principalmente, pelos primeiros esforços de Cláudia em produzir vídeos voltados ao público do YouTube, além do início da monetização do canal. Foram publicados, nessa fase, 328 vídeos, estes que passaram a ter entre oito e dez minutos de duração. Cláudia passa, nessa fase, a protagonizar vídeos com dicas, com reflexões e com conscientizações, além de interagir com o público enquanto acompanha a mãe.

A terceira fase do canal, entre 25/07/2019 e 09/09/2020, é demarcada a partir da edição de vídeos, competência esta que Cláudia aprende com a própria filha, Carol. De maneira geral, nota-se um amadurecimento dos esforços iniciados na segunda fase, de tal sorte que, nos 414 vídeos da fase, a principal diferença passa a ser a inserção dos comentários de Cláudia a respeito do que foi gravado durante o dia, refletindo ou reiterando algo. Além disso, a filha de Francisquinha começa a promover *lives* que passam a ocupar boa parte da “programação” do canal na última fase.

A quarta e última fase é marcada pela profissionalização do canal a partir da instituição do Método *LoveCare*, curso vendido por Cláudia e por sua equipe para cuidadores

de pacientes com Alzheimer. São 454 vídeos e *lives* publicados entre 10/09/2020 e 31/07/2021: nesse momento, o discurso publicitário passa a fazer parte tanto dos vídeos do cotidiano das duas, quanto de vídeos antigos aproveitados e das *lives*.

Tabela 1 - Fases do canal *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer*

	Data de Início	Data de Conclusão	Número de Vídeos	Palavras-chave
1ª fase	30/07/2016	13/10/2018	96	amadorismo, espontaneidade
2ª fase	16/10/2018	24/07/2019	328	produção de conteúdo, monetização
3ª fase	25/07/2019	09/09/2020	414	edição, aprimoramento
4ª fase	10/09/2020	31/07/2021	454	profissionalização, mercantilização

Fonte: Elaborado pelos autores.

A seguir, tentaremos demonstrar como a própria dinâmica do canal emerge em função de uma lógica de midiatização, a partir do desenvolvimento de habilidades de competência midiática, que afetam Cláudia e a sua relação com a doença, com as pessoas e, em última análise, com a projeção de uma experiência pública possível ao Alzheimer.

5 Fase 1: amadorismo e espontaneidade

Chamamos a atenção, inicialmente, para a produção de vídeos em si, o que é mostrado e o que é ocultado e de que forma isso se dá, ao longo dos cinco anos de canal. Durante a primeira fase, Cláudia se dedicava, majoritariamente, a compartilhar trechos curtos do cotidiano com a mãe, interagindo mais com Francisquinha do que com seu público. Apesar da pretensa “informalidade” de um conteúdo “amador”, no primeiro vídeo (Convivendo [...], 2016) publicado, Cláudia explicita o tom e a proposta do canal: ensinar sua forma de cuidar da mãe. O vídeo, publicado em 30 de julho de 2016, foi gravado inicialmente para ser publicado no Facebook, cuja aparente ausência de entrega dos vídeos motivou a criação de um perfil no YouTube. Cláudia demonstra, desde o início, em algum nível, competências relacionadas à dimensão de Tecnologia, conforme apontam Ferrés e Piscitelli (2015), a partir do momento que compreende e se vale das potencialidades e das limitações de múltiplas plataformas midiáticas (Facebook e YouTube), bem como a possível construção de aprendizados a partir destas.

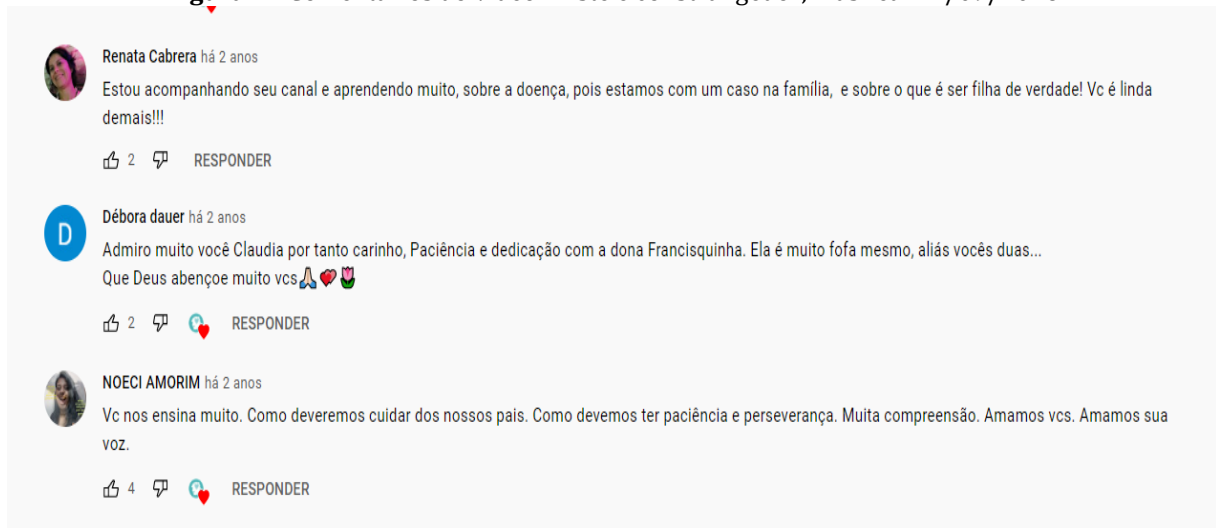
Podemos pontuar, ainda, a presença do entendimento de que aquilo que era compartilhado poderia colaborar para uma formação cidadã, conforme a dimensão de “Processos de interação” de Ferrés e Piscitelli (2015), na medida em que, por exemplo, em 21 de setembro de 2016, Cláudia publica um vídeo (21 de setembro [...], 2016) de conscientização, cujo público alvo, segundo ela mesma, seriam “amigos, familiares e membros do grupo”. Nele, Cláudia chama a atenção para a forma como olhamos para os idosos, visando estimular um diagnóstico ainda nas fases iniciais do Alzheimer, buscando possibilitar uma maior qualidade de vida para essas pessoas. A filha de Francisquinha chama a atenção, no mesmo vídeo, para a saúde mental dos cuidadores e para a ampliação do número crescente de idosos no país.

Tais movimentos evidenciam também a presença de habilidades relacionadas à dimensão de “Ideologia e Valores” (Ferrés; Piscitelli, 2015), uma vez que ela se vale das potencialidades da plataforma para tentar compartilhar concepções que contribuem para a promoção de formas melhores de convivência com a pessoa idosa, com responsabilidade e com busca por rompimento de estereótipos. Ainda que vídeos como esses sejam raríssimos na primeira fase, e que Cláudia ainda não observava uma audiência para seus vídeos que ultrapassasse aqueles que tinham contato direto com ela, a gestora do canal demonstra compreender que, por meio dos dispositivos midiáticos, ela poderia transmitir aprendizados para além de uma perspectiva técnica/operacional de como lidar com o Alzheimer, a partir da publicização de um entendimento e de uma conscientização acerca das nuances e das fragilidades que permeiam esse diagnóstico.

Apesar da intencionalidade de compartilhamento de aprendizagens estar presente desde o início do canal, essa sua primeira fase é marcada, principalmente, pela experimentação e pela espontaneidade. Cláudia aparenta querer ensinar a partir de suas experiências, mas isso não implica em uma pretensão de “produção de conteúdo” planejada e organizada, tendo em vista que os vídeos são majoritariamente espontâneos: Francisquinha está fazendo algo que Cláudia julga ser divertido ou interessante, liga a câmera do celular e a grava. O vídeo “Triste e constrangedor mas real 24/09/2016” (Triste [...], 2016) ilustra a espontaneidade e a informalidade características da fase. Nele, Cláudia insiste que Francisquinha troque de roupa, uma vez que ela havia urinado na bermuda que usava, mas não obteve sucesso em seu pedido. Em um minuto e quarenta segundos, Cláudia abre uma pequena janela, tornando sua convivência com o Alzheimer uma experiência pública. Enquanto essa janela está aberta, durante a primeira fase, vemos os diálogos entre mãe e

filha, as tristezas, os constrangimentos, as alegrias e os aprendizados compartilhados com uma pequena comunidade, esta última ainda não se compreendendo como público. Assim, em meio a essa fração de cotidiano compartilhado, aprendemos.

Figura 1 - Comentários do vídeo Triste e constrangedor, mas real 24/09/2016



Fonte: Triste [...] (2016).

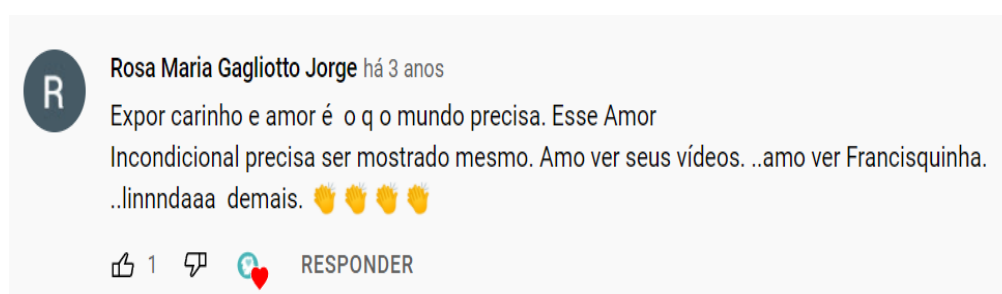
6 Fase 2: produção de conteúdo e monetização

Com o passar dos anos, a dinâmica do canal se altera e Cláudia se propõe, gradualmente, a aparecer de maneira mais consistente, compreendendo que o canal possui um público específico e crescente, ultrapassando as barreiras de seus conhecidos. Em 16 de outubro de 2018, ela publica um vídeo chamado “Alzheimer/avançado moderado 16/10/2018” (Alzheimer [...], 2018b), que marca a transição de uma fase inicial, experimental e espontânea, para uma segunda fase, marcada pela tentativa de compartilhamento de dicas e de informações de maneira mais direcionada (além de reflexões acerca da própria produção de conteúdo) e pelo início da monetização dos vídeos. Nesse vídeo específico, Cláudia agradece às mensagens de carinho dos seguidores, reconhecendo que o propósito do canal – ensinar – tem sido atingido. Pontua ainda que já recebeu críticas e ataques, mas que avalia que aqueles que a criticam não compreendem a importância do compartilhamento de informações, de dicas e de experiências sobre o Alzheimer.

O canal recebe, especialmente nos vídeos com maior número de visualizações, considerável número de críticas em relação à exposição da imagem de Francisquinha, às quais Cláudia responde questionando se o ato de demonstrar carinho, cuidado e amor

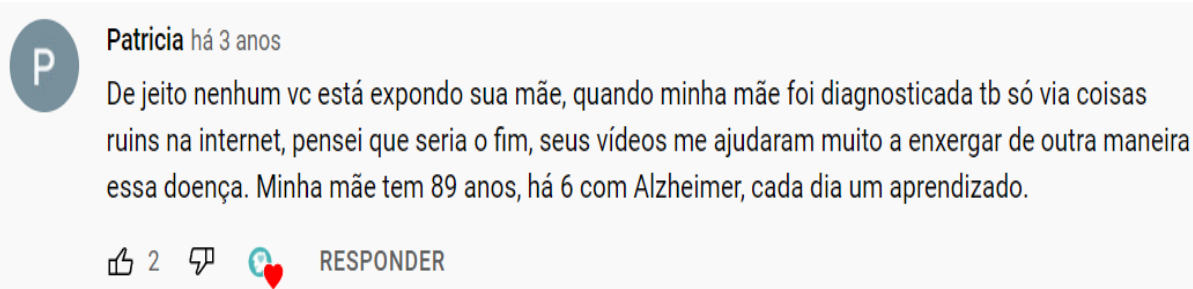
significaria exposição. Além disso, argumenta que exhibe no canal aquilo que não encontrou na época em que procurava (referindo-se ao início da convivência com o Alzheimer). Finaliza o vídeo pontuando que, até então, não pedia *likes* e inscrições, mas que agora pretende organizar-se e planejar-se para gravar para o canal, apresentando dicas e informações. A exposição da imagem de Francisquinha não parece gerar incômodo ao público recorrente do canal, que compartilha dos entendimentos de Cláudia no tocante ao assunto:

Figura 2 - Comentário no vídeo Alzheimer/avançado moderado 16/10/2018



Fonte: Alzheimer [...] (2018b).

Figura 3 - Comentário no vídeo Alzheimer/avançado moderado 16/10/2018



Fonte: Alzheimer [...] (2018b).

A mudança de tom na proposta, o endereçamento do vídeo ao público do canal (e não a seus amigos ou a membros de um grupo) e a necessidade de justificar-se, demonstrados por Cláudia, evidenciam como os dispositivos potencialmente alteram aquilo que se propunha a estar, até então, determinado. A partir do contato com o público, Cláudia produz inferências e investe em processos tentativos, alterando a forma como se relaciona com o Alzheimer, com o YouTube e com os seus públicos.

Os vídeos da segunda fase nos permitem, portanto, observar a expansão do processo de consciência do que é ter um canal do YouTube com o alcance que ele eventualmente adquire, bem como dos modos de funcionamento da própria plataforma. Não é possível apresentar os números de visualizações e de inscritos que Cláudia possuía em cada fase,

porém, os 351 mil inscritos, as mais de 70 milhões de visualizações¹ totais e os envios mais populares que foram assistidos mais de um milhão de vezes nos possibilitam compreender a proporção do trabalho de Cláudia e os resultados dos esforços que ela empreendeu na produção de seu conteúdo, observados a partir da dimensão de Processos de Interação.

Durante a primeira fase, observamos diversos vídeos de Francisquinha dançando e cantando músicas de cantores famosos, como Roberto Carlos. Ainda que, em todas as fases, a música continue a ser um marcador chave na experiência de Cláudia e Francisquinha com o Alzheimer. Em quatro de fevereiro de 2019, Cláudia publicou um vídeo (Alzheimer [...], 2019a) explicando que os vídeos com Francisquinha ouvindo músicas no carro vão ser divulgados, majoritariamente, no Instagram, após receber algumas notificações de direitos autorais do YouTube, em vídeos antigos. Nota-se o aprimoramento da capacidade de adaptação de Cláudia perante às múltiplas plataformas disponíveis no contemporâneo, apresentada, sobretudo, na dimensão de Tecnologia (Ferrés; Piscitelli, 2015), a fim de atender os seus objetivos comunicacionais. Além disso, evidencia a dimensão de Linguagem, ao adaptar as formas em que se expressa em cada uma das plataformas. *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer* (2016), além do canal do YouTube, é também página no Facebook e perfil no Instagram, e cada uma dessas redes renderia por si só um trabalho de análise e reflexão complexo, uma vez que possuem lógicas de funcionamento e de públicos distintos.

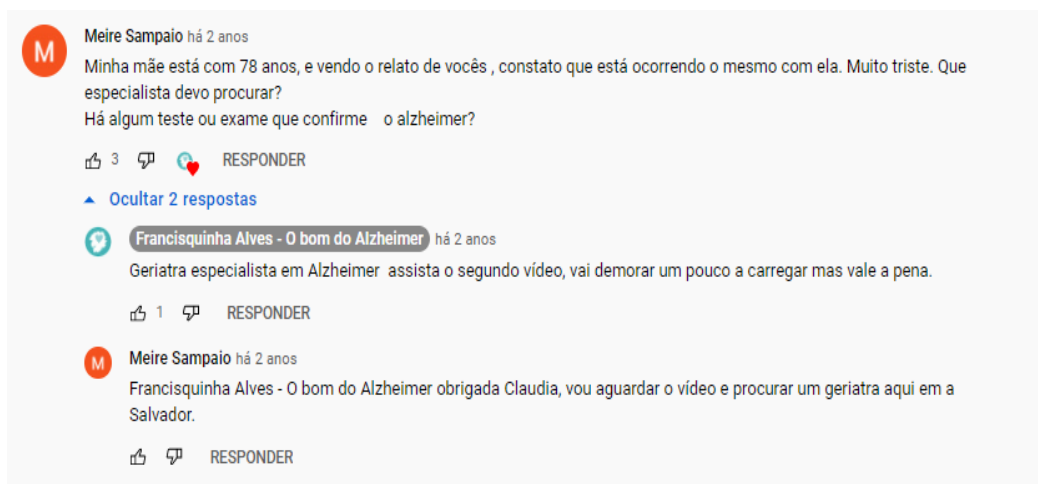
Vídeos como o acima mencionado demonstram ainda como Cláudia vai desenvolvendo habilidades da competência midiática relacionadas à quarta dimensão apontada por Ferrés e Piscitelli (2015), “Processos de Produção e Difusão”, quando passa a compreender o que vai ser produzido para o YouTube e o porquê. Outro indicador do desenvolvimento dessa dimensão se relaciona à capacidade de construção de redes colaborativas, ilustrada nessa fase, principalmente, pela colaboração com Juana Llabres, “amiga do Alzheimer” (Alzheimer [...], 2019b), criadora do canal *Minha mãe tem Alzheimer*. O canal de Juana é recomendado diversas vezes por Cláudia, especialmente durante a segunda e a terceira fase, bem como o canal *Alzheimer Corações Entrelaçados*, de Joa Oliveira, ainda que, com este, Cláudia não tenha chegado a gravar nenhuma colaboração.

O vídeo com a participação de Juana, bem como o vídeo “Alzheimer - Os primeiros sinais”(Alzheimer [...], 2018a), publicado em 18 de outubro de 2018, narram o processo de diagnóstico do Alzheimer, destacando os principais sintomas. Neles, além do aprendizado a respeito do cuidado e dos direitos da pessoa idosa, ou da afetividade promovida por Cláudia,

¹ Números referentes a julho de 2024.

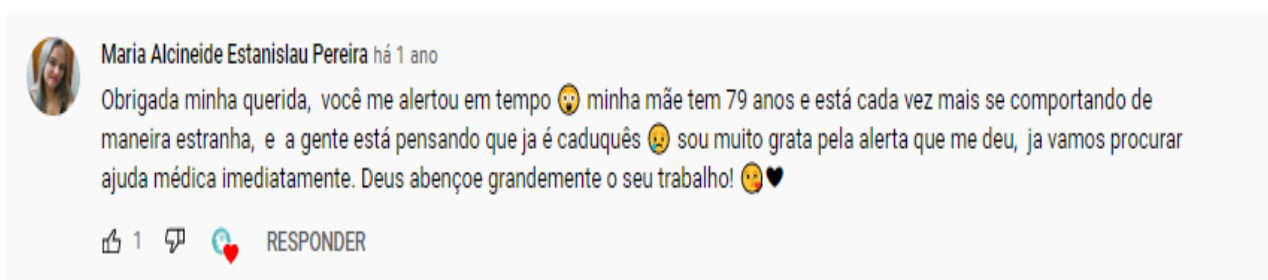
observa-se um movimento de aprendizagem a respeito do próprio diagnóstico, levando os seguidores a refletirem sobre comportamentos de seus familiares/conhecidos, o que evidencia, novamente, a presença de indicadores da dimensão de “Ideologia e Valores” (Ferrés; Piscitelli, 2015) não apenas pelo âmbito da expressão, mas também da análise.

Figura 4 - Comentários do vídeo Alzheimer - Os primeiros sinais



Fonte: Alzheimer [...] (2018a).

Figura 5 - Comentário do vídeo Alzheimer - Os primeiros sinais



Fonte: Alzheimer [...] (2018a).

Ainda durante a segunda fase, Cláudia propõe uma campanha de visibilidade, com a intenção de participar do programa *Encontro com Fátima Bernardes*, da TV Globo, utilizando a *hashtag* *queroafrancisquinhaencontrocomfatima* (Alzheimer [...], 2019c) no dia 10 de fevereiro de 2019. Em 26 de fevereiro do mesmo ano, Cláudia e Francisquinha foram convidadas a participar do programa, a partir da movimentação dos seguidores do canal. No vídeo de agradecimento pela participação (Alzheimer [...], 2019d), Cláudia menciona o apoio de uma agência na divulgação dos vídeos, porém os limites e as funções desse agenciamento não ficam explícitos, uma vez que a produção do canal não aparenta maior

profissionalização². A participação de Cláudia trouxe visibilidade para o canal, apesar de ela admitir que não conseguiu falar o quanto gostaria sobre o seu ponto de vista, dado o curto espaço no programa de televisão. Para além da conexão em rede com outros canais do YouTube, observa-se o surgimento e a ampliação das conexões com os inscritos do canal e com outras plataformas midiáticas, como a televisão aberta.

Além de comentários de apoio ou de envio de presentes para Francisquinha pelos seguidores, Cláudia recebe a visita de duas seguidoras, moradoras de outro estado, em abril de 2019 (Alzheimer [...], 2019e), de tal forma que as interações de Cláudia com seu público ultrapassam, por vezes, as limitações da própria plataforma em que se inserem. Até essa época, Cláudia disponibilizava seu Whatsapp com certa frequência, na descrição ou nos comentários dos vídeos. Contudo, em junho de 2019 (Alzheimer [...], 2019f), Cláudia menciona que parou de disponibilizar o número de celular para o público, pois recebia mensagens e ligações indesejadas, no que, novamente, parece fazer parte do processo de tomada de consciência do alcance dos vídeos, conforme a dimensão de “Processos de Produção e Difusão” (Ferrés; Piscitelli, 2015).

7 Fase 3: edição e aprimoramento

A partir de 25 de julho de 2019, momento em que se inicia a terceira fase, os vídeos do canal passam a ser editados, inicialmente, por Carol (neta de Francisquinha) e, posteriormente, pela própria Cláudia. As possibilidades de conteúdo se expandem, e Cláudia passa a comentar, no início dos vídeos, os acontecimentos que se passaram ao longo do dia, e em meio a esses comentários, reforça dicas e reflete sobre a produção do conteúdo. É possível observar, de maneira geral nesta terceira fase, um amadurecimento das habilidades da competência midiática mencionadas durante a segunda fase, com especial destaque à edição dos vídeos. Em diversos momentos anteriores, Cláudia se valia do fato de seus vídeos não serem editados como argumento de legitimidade, no sentido de que aquilo que publicava era apenas “a vida real”. Contudo, após as primeiras edições (de Carol) receberem retorno positivo da audiência, tal dinâmica se torna uma ferramenta útil, possibilitando, por exemplo, acompanhar um “dia inteiro” de Francisquinha, em que ela amanhece nervosa e termina bem-humorada.

² Há a inserção de pequenas animações com os dizeres “inscreva-se”, “siga-nos nas redes sociais” em alguns poucos vídeos, porém são rapidamente abandonados.

Tais transformações nos permitem discutir a última dimensão proposta por Ferrés e Piscitelli (2015), “Estética”, a partir da observação dos elementos visuais que compõem as imagens dos vídeos. Inicialmente, os vídeos eram majoritariamente gravados em orientação vertical, configuração que outrora era tipicamente associada a outras redes sociais, uma vez que o YouTube só se adaptou a este e a outros formatos de vídeo a partir de 2018 (Ciriaco, 2018). Neles, via-se principalmente Francisquinha, com raras aparições de Cláudia, esta que se dedica a tentar estabilizar a câmera do celular enquanto interage com a mãe. Na segunda fase, por sua vez, passam a ser comuns vídeos em que as duas aparecem sentadas à mesa, filmadas por terceiros ou com a câmera fixa em algum ponto. Como discutimos no tópico anterior, nessa época, Cláudia passa a se mostrar com mais frequência nos vídeos. Com o advento das ferramentas de edição, observa-se uma mescla dos dois formatos, em que, ora vemos trechos do cotidiano de Francisquinha (por vezes gravados com a câmera frontal), ora nos deparamos com um depoimento/fala de Cláudia (ou, inicialmente, de Carol):

Figura 6 - Captura de tela ilustrando o enquadramento da Fase 1



Fonte: Alzheimer [...] (2018c).

Figura 7 - Captura de tela ilustrando o enquadramento da Fase 1



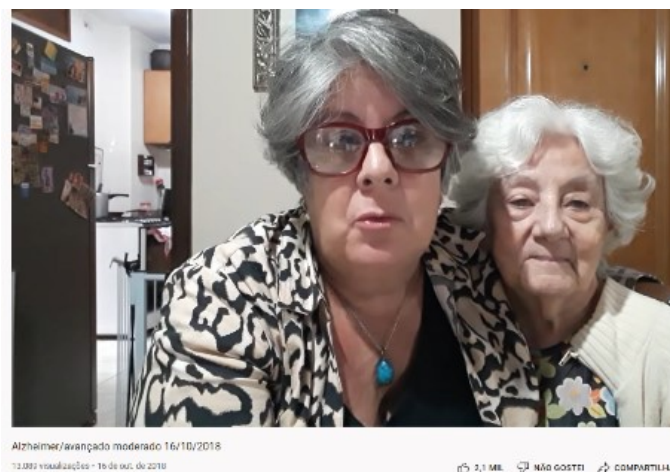
Fonte: Alzheimer [...] (2016).

Figura 8 - Captura de tela ilustrando o enquadramento da Fase 2



Fonte: Alzheimer [...] (2019c).

Figura 9 - Captura de tela ilustrando o enquadramento da Fase 2



Fonte: Alzheimer [...] (2018b).

Figura 10 - Captura de tela ilustrando o enquadramento da Fase 3



Fonte: Vlog [...] (2019).

Figura 11- Captura de tela ilustrando o enquadramento da Fase 3



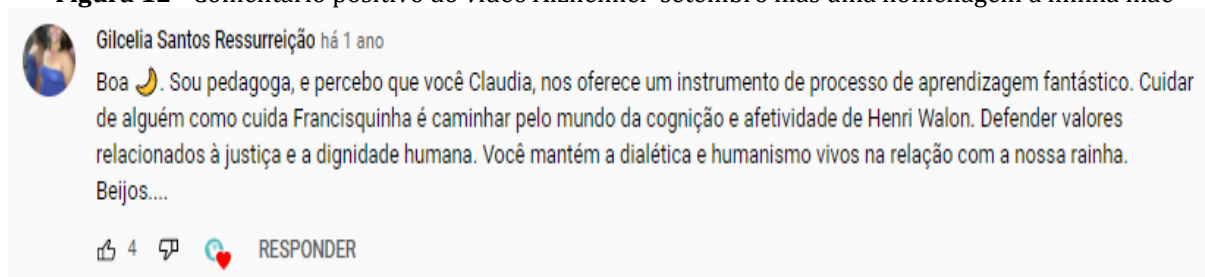
Fonte: Vlog [...] (2019).

Além dos vídeos editados, as transmissões ao vivo passaram a ocupar um espaço considerável no canal. As primeiras tentativas de transmissões aconteceram ainda na

segunda fase, em meio à qual, é possível observar o processo de aprendizagem da própria Cláudia, esta que vai, aos poucos, compreendendo como o formato funciona. Durante as *lives*, Cláudia costuma propor uma temática geral, fazendo uma exposição sobre o assunto no início e respondendo às perguntas dos seguidores. Apesar da repetição de alguns temas e, por consequência, das perguntas, as transmissões ao vivo operam, principalmente, para a ampliação das possibilidades de interação com Cláudia que, dentro de suas limitações, propõe-se a sanar dúvidas e questionamentos de maneira imediata.

Em 21 de setembro de 2019, Cláudia reúne seguidores e conhecidos em um vídeo de conscientização (Alzheimer [...], 2019g) sobre o Alzheimer, homenageando Francisquinha. Nele, os relatos demonstram gratidão em relação a diferentes questões: à Dona Francisquinha em si, por ter sido uma professora afetuosa, às informações que Cláudia compartilha em relação ao Alzheimer, à forma de ver a vida e lidar com o Alzheimer apresentada por Cláudia e ao compartilhamento de experiências que contribuem não somente para quem convive com o Alzheimer. Agradecem, em resumo, a aquilo que é abarcado pela dimensão de “Ideologia e Valores” (Ferrés; Piscitelli, 2015).

Figura 12 - Comentário positivo do vídeo Alzheimer-setembro lilás uma homenagem à minha mãe



Fonte: Alzheimer [...] (2019g).

O comentário da Figura 12 ilustra a multiplicidade de aprendizados provenientes do canal *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer* (2016). Em meio à profusão de conteúdos disponíveis no YouTube, quem assiste os vídeos, seja a partir de uma busca intencional sobre o Alzheimer, seja por uma recomendação aleatória algorítmica, encontra a possibilidade de aprender. A partir de Braga e Calazans (2001), podemos compreender que, por meio dos *vlogs* despretensiosos, ou por uma indicação direta do que não fazer em uma situação de estresse, ou, ainda, respondendo a uma pergunta em um vídeo ao vivo, os vídeos do canal promovem múltiplos aprendizados. Esse movimento se dá a partir do desenvolvimento de habilidades de competência midiática que permitem ao público selecionar um vídeo específico, questionar o que é exibido, interagir e interpretar.

8 Fase 4: profissionalização e mercantilização

Por fim, a última fase é marcada pela presença do Método *LoveCare* (Alzheimer [...], 2020), a partir do qual o aprendizado adquirido por Cláudia, atrelado às redes que construiu através da midiatização de sua experiência com o Alzheimer, adquire nome, logotipo, site e valor financeiro. A lógica do aprendizado e da competência aqui é bastante diferente de todas as fases anteriores, uma vez que a produção de tal curso é marcada pela profissionalização, que pode ser observada pela composição visual dos anúncios do curso, que nos fornece um indício do aperfeiçoamento da dimensão “Estética” em Ferrés e Piscitelli (2015), por exemplo, a partir do enquadramento, da iluminação e da qualidade dos vídeos publicitários da fase:

Figura 13 - Captura de tela representando a composição visual de vídeo da quarta fase



Fonte: Alzheimer [...] (2020).

Em julho de 2019, Cláudia e Francisquinha são convidadas a participar de um vídeo no canal da atriz Monique Curi (Como enxergar [...], 2019), esta que já acompanhava Cláudia no “Bom do Alzheimer”. A mãe de Monique compartilhava de um diagnóstico similar ao de Francisquinha, e a atriz se tornou uma parceira do canal, convidando Cláudia para outros vídeos e *lives*, também sendo convidada a participar das *lives* de Cláudia. O canal de Monique abrange diversos temas e, ao contrário do “Bom do Alzheimer”, contava desde o início com uma produção profissional. A partir de demandas do público, que já havia indicado interesse

na criação de um curso, em acréscimo à equipe de Monique (que Cláudia a identifica como sócia), surge o Método *LoveCare*, curso sobre cuidados com pessoas com Alzheimer.

O curso é divulgado intensivamente no canal: seguindo estratégias de *marketing* digital, vídeos antigos do Canal são recortados e repostados, com as informações sobre o lançamento de turmas ao final, reaproveitadas como anúncio; também o número de *lives* se intensifica, visando atingir matrículas. A partir do final da primeira turma, ex-alunos são convidados a compartilhar o impacto que o Método *LoveCare* teve em suas vidas. Coincidentemente ou não, na mesma época, Cláudia foi convidada para fazer publicidade para a marca de fraldas geriátricas que Francisquinha utiliza, por meio de *lives* (Live [...], 2020) e de vídeos (Dica [...], 2020).

Esperávamos encontrar um considerável volume de comentários criticando a postura profissional/mercadológica que o canal passa a adotar, tendo em vista que Cláudia já relatou que recebia comentários negativos quando aparecia falando nos vídeos, ao invés de Francisquinha. Contudo, essa hipótese não se fez presente de maneira significativa, de tal forma que os comentários dos anúncios e das *lives* são majoritariamente agradecimentos pelas dicas, pelo canal, além de parabenizações à postura de Cláudia. Nossas suspeitas advinham de um entendimento de que os aprendizados promovidos por um curso online, que demanda investimento financeiro, rompem com a lógica de aprendizagem no cotidiano midiático experienciado pelos seguidores até então, seguindo um currículo elaborado por Cláudia, por seus sócios e por profissionais da saúde que também participam do curso.

Contudo, a comunidade do canal de Francisquinha não é composta apenas por pessoas que, de alguma forma, convivem diretamente com o Alzheimer, qual seja, o público prioritário do curso. Existem inscritos que já perderam familiares que conviviam com condições similares e pessoas que sequer conhecem alguém com Alzheimer, cujo interesse é acompanhar a vida de mãe e filha, enquanto aprendem sobre questões gerais de saúde, dos direitos da pessoa idosa, das dificuldades enfrentadas pelos cuidadores. Assim, os vídeos do cotidiano de Francisquinha ainda são publicados frequentemente, seguindo os mesmos moldes da segunda e da terceira fase.

Portanto, ainda que a profissionalização e a mercantilização da experiência de Cláudia abram margens para debatermos as cobranças e as expectativas de ideais modernos manifestos atualmente, compreendemos, nesse momento, que esse fenômeno contemporâneo demonstra um longo processo de aperfeiçoamento de aprendizados, pautado por interações, por conexões e por habilidades de competência midiática, estas que se

constroem a partir da decisão de se publicizar uma experiência de convivência com o Alzheimer, nos cenários midiáticos atuais.

9 Considerações finais

Buscamos, nesse artigo, investigar como a experiência midiática no canal *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer* (2016) no YouTube contribui para o desenvolvimento de aprendizagens sociais, a partir da mobilização de competências midiáticas. Compreendemos que o canal opera como motor de aprendizagens para o público, a partir do desenvolvimento de habilidades de competência midiática, que permitem que esse público escolha assistir a um ou outro vídeo, questionando, interagindo, interpretando e aprendendo. Além disso, observamos como a própria Cláudia desenvolve competências enquanto compartilha os seus momentos com a mãe e interage com aqueles que as assistem.

Durante a primeira fase, marcada pela espontaneidade e amadorismo, observamos como Cláudia, ainda que desejasse compartilhar ensinamentos, realiza-o, majoritariamente, por meio de vídeos curtos do cotidiano da mãe, ensinando pelo exemplo, tratando a mãe com dignidade, com carinho e com afeto. Em meio a esse cotidiano, pontua, vez ou outra, alguma dica prática, ou aparece na tentativa de gerar conscientização em torno do Alzheimer. Contudo, o canal não se direciona ainda a um público de seguidores ou inscritos, mas a seus amigos, familiares e membros dos grupos de cuidadores de idosos.

Posteriormente, na segunda fase, Cláudia passa a protagonizar os vídeos, compreendendo o que significa estar em uma plataforma como o YouTube – lidando com a exposição, com os frutos e com as críticas advindas da emergência de um público. Essa fase também é marcada pelos processos de monetização dos vídeos. Evidenciamos, principalmente o desenvolvimento de habilidades de competência midiática de Cláudia, e as redes que ela forma (com parceiros ou com o público) como consequência da compreensão do que é ter e manter um canal.

A terceira fase é marcada pelo aprendizado de edição de vídeos por parte de Cláudia, alterando a forma como o cotidiano com o Alzheimer é midiático, além do gradual aprendizado na realização de *lives*, demonstrando aprimoramento das competências desenvolvidas na segunda fase.

Por sua vez, a quarta e a última fase, assinalada pelo Método *LoveCare*, altera, radicalmente, a forma como os aprendizados são compartilhados no canal. Se antes aprendíamos sem nos darmos conta, assistindo Cláudia e Francisquinha treinando a leitura e

a escrita, ou a partir de uma mensagem específica de Cláudia, agora, encontramos materiais publicitários estrategicamente elaborados que nos solicitam investimento financeiro. Os vídeos cotidianos de Francisquinha, contudo, seguem sendo publicados, a partir do entendimento de Cláudia de que seu público não se reduz a outros cuidadores que potencialmente se matriculariam no curso, mas se trata de pessoas cuja experiência pública da mãe e da filha passaram a fazer parte de suas próprias rotinas.

Em linhas gerais, foi possível observar que o canal *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer* (2016) promove múltiplos aprendizados como o cuidado com o portador de Alzheimer, o reconhecimento de sintomas, o estilo de vida e a postura amorosa de Cláudia, baseados, principalmente no afeto e nos direitos da pessoa idosa. Além disso, observamos também como Cláudia, a partir do desenvolvimento de habilidades de competência midiática, aprende técnicas de produção de conteúdo demandadas pela lógica do YouTube, bem como passa a entender seus públicos e suas demandas específicas. Contudo, a noção de competências midiáticas e de aprendizados sociais em espaços midiáticos nos deixa escapar um marcador-chave para a experiência de Cláudia e Francisquinha: o aprendizado pela afetação, sobre o qual torna-se impossível mensurar.

O desenvolvimento da autoridade de Cláudia, bem como o processo de profissionalização dos vídeos do canal, que culminam no desenvolvimento do Método *LoveCare*, não se dão de maneira deslocada da realidade de plataformas como o YouTube. Nesse sentido, compreendemos que o fenômeno aqui discutido poderia ser investigado, em estudos futuros, a partir de um aprofundamento nas lógicas da própria plataforma, considerando seu desenvolvimento ao longo dos anos. Importante destacar ainda que, a partir de 2022, Cláudia e Monique passam a ser agenciadas pela Silver Makers, agência especializada em influenciadores com mais de 50 anos de idade, de tal forma que as discussões sobre *self-branding*, micro-celebridades e influencers poderiam também ser aprofundadas.

Outro desdobramento possível do estudo apresentado estaria na investigação crítica da responsabilidade ética que envolve a midiáticação de pessoas em condições vulneráveis. Conforme discutido na introdução, nosso estudo se inspira, metodologicamente, em uma perspectiva afetiva e, nesse sentido, acreditamos que uma leitura do fenômeno a partir das lentes de Pessoa (2023) e Moriceau e Mendonça (2016) seria reveladora dessa outra teia de complexidades que emerge com o canal.

Por fim, olhar para a experiência de Cláudia e Francisquinha sob a ótica do paradigma indiciário é um gesto que nos permite tecer inferências sobre a forma como questões de saúde são midiáticas no contemporâneo. Que outras autoridades em saúde emergem a partir de experiências publicamente compartilhadas? Que outros grupos se encontram e se organizam em meio às dores de um diagnóstico e à insuficiência do sistema de saúde/do discurso médico? Nesse sentido, os indícios aqui apresentados e as inferências propostas podem contribuir para a análise de contextos mais amplos nas interseções entre os campos da comunicação e da saúde, abrindo um vasto leque de possibilidades interpretativas que, certamente, insinuam fortes nuances do modo como emergem e se constituem experiências públicas midiáticas no contemporâneo.

Referências

21 DE SETEMBRO dia mundial do Alzheimer. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 21 set. 2016. 1 vídeo (8 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER - Agitação logo no café da manhã - Visivelmente ansiosa. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 23 ago. 2016. 1 vídeo (2 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER - Os primeiros sinais do Alzheimer. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 18 out. 2018a. 1 vídeo (8 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER /Avançado moderado. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 16 out. 2018b. 1 vídeo (5 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER / fase moderada para grave 7 anos. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 08 jun. 2018c. 1 vídeo (3 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER - Animando minha mãe. Gravação: Cláudia Alves [Rio de Janeiro: *s.n.*], 04 fev. 2019a. 1 vídeo (3 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER - Como tudo começou - Visita da Juana, parte 1. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 17 abr. 2019b. 1 vídeo (15 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER - Treinamento cognitivo - leitura - letra cursiva. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 10 fev. 2019c. 1 vídeo (8 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER - Programa encontro - repercussão e agradecimentos! Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 26 fev. 2019d. 1 vídeo (3 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER - Visita de uma seguidora de Araraquara, parte 1. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 26 abr. 2019e. 1 vídeo (7 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER - Confusa e agitada - amanhã é o dia da consulta para o novo tratamento. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 25 jun. 2019f. 1 vídeo (12 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER - Setembro lilás uma homenagem à minha mãe. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 21 set. 2019g. 1 vídeo (15 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

ALZHEIMER - Nossa história - método LoveCare. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 10 set. 2020. 1 vídeo (4 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer. Disponível em: https://www.YouTube.com/watch?v=-2M-7wAi_ac. Acesso em: 29 nov. 2024.

BRAGA, J. L. Circuitos de comunicação. *In*: BRAGA, J. L. *et al.* **Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade**. Campina Grande: EDUEPB, 2017b. p. 43-64.

BRAGA, J. L. Circuitos versus campos sociais. *In*: MATTOS, M. A.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (org.). **Mediação & midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012. p. 29-52.

BRAGA, J. L. Comunicação, disciplina indiciária. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 73-88, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v1i2p73-88>. Acesso em: 29 nov. 2024.

BRAGA, J. L. Dispositivos interacionais. *In*: BRAGA, J. L. *et al.* **Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade**. Campina Grande: EDUEPB, 2017a. p. 16-41.

BRAGA, J. L. Aprendizagens contextuais e o processo comunicacional. *In*: WESCHENFELDER, A.; FAUSTO NETO, A. (org.). **Comunicação, aprendizagens e sentidos: difusão, mediação, interfaces, bifurcações**. Campina Grande: EDUEPB, 2020. p. 51-70.

BRAGA, J. L.; CALAZANS, R. **Comunicação e educação: questões delicadas na interface**. São Paulo: Hacker, 2001.

CIRIACO, Douglas. YouTube agora se adapta a vídeos na vertical... (Pois é, eles venceram). **Tecmundo**, [s.l.], 30 jul. 2018.

COMO enxergar “o bom” do Alzheimer. Criação: Monique Curi. [S. l.: *s. n.*], 29 jul. 2019. 1 vídeo (4 min.). Publicado pelo canal Podcast Virada de Chave. Disponível em: www.youtube.com/@CanalMoniqueCuri. Acesso em: 29 nov. 2024.

CONVIVENDO com o portador de Alzheimer - Cuidadora informal. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 30 jul. 2016. 1 vídeo (5 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

DICA para ter uma noite tranquila de sono para quem tem incontinência urinária. Gravação: Cláudia Alves [Rio de Janeiro: *s.n.*], 20 out. 2020. 1 vídeo (4 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

FRANCISQUINHA Alves - O Bom do Alzheimer. Criação: Cláudia Alves. [S. l.: s. n.], 2016. 2.688 vídeos. Publicado na plataforma YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/@francisquinha>. Acesso em: 29 nov. 2024.

FERRÉS, J.; PISCITELLI, A. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 9, n. 1, p. 1-16, 2015.

LIVE - Sono & alegria de viver. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 30 set. 2020. 1 vídeo (48 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

MORICEAU, J. L.; MENDONÇA, C. M. C. Afetos e experiência estética: uma abordagem, possível. In: MENDONÇA, C. M. C.; DUARTE, E.; CARDOSO FILHO, J. (org.) **Comunicação e sensibilidade**: pistas metodológicas. Belo Horizonte: UFMG/ PPGCOM, 2016. p.78-98.

PESSOA, S. C. Travessias científicas: vulnerabilidades nossas em terra firme ou mar revolto. In: SARAIVA, L. A. S.; PESSOA, S. C.; MANTOVANI, C. M. C. A. (org.). **Metodologias vulneráveis**. 1. ed. Cachoeirinha: Fi, 2023.

TRISTE e constrangedor mas real. Gravação: Cláudia Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 24 set. 2016. 1 vídeo (1 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

VLOG Francisquinha e Carol parte 1. Gravação: Carol Alves. [Rio de Janeiro: *s.n.*], 25 jul. 2019. 1 vídeo (10 min.). Publicado pelo canal Francisquinha Alves - O bom do Alzheimer.

Public experience of Alzheimer's on the Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer channel: mediatization and media literacy as motivators of social learning

Abstract

This article investigates how the media experience on the YouTube channel *Francisquinha Alves - O Bom do Alzheimer* contributes to the development of social learning, through the mobilization of media literacy. Based on Braga's evidential paradigm, adopted as a methodological approach, our analysis organizes this experience into four phases, which reflect skills associated with media literacy over time. A total of 1,291 videos published between July 30, 2016 and July 31, 2021 were examined. Based on the notions of mediatization in Braga and the

dimensions of media literacy by Ferrés and Piscitelli, we identify that the youtuber Cláudia not only develops skills by caring for her mother during that period, but also enhances her ability to share those learnings across digital platforms. At the same time, the mediatization of their trajectory promotes the development of learning among the channel's audience.

Keywords

Alzheimer; mediatization; public experience; media literacy; learning

Autoria para correspondência

Adriana Helena de Almeida Freitas
dricaahelena@gmail.com

Como citar

FREITAS, Adriana Helena de Almeida; MAFRA, Rennan Lanna Martins. A experiência pública do Alzheimer no YouTube: competências midiáticas como motores de aprendizagens sociais no canal *O Bom do Alzheimer*. *Intexto*, Porto Alegre, n. 57, e-142844, 2025. DOI: <https://doi.org/10.19132/1807-8583.57.142844>

Recebido: 28/09/2024

Aceito: 29/10/2024



Copyright (c) 2025 Adriana Helena de Almeida Freitas, Rennan Lanna Martins Mafra. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.