

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO – UFMA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS – CCH
DEPARTAMENTO DE LETRAS – DELER
CURSO DE LICENCIATURA EM LETRAS-LIBRAS

MARINEUZA REIS DE ANDRADE SAMPAIO

**MOTIVAÇÃO DISCENTE E EMPREENDEDORISMO DOCENTE A PARTIR DO
USO DO *INSTAGRAM* EM CURSOS DE LIBRAS PARA OUVINTES**

SÃO LUÍS – MA

2024

MARINEUZA REIS DE ANDRADE SAMPAIO

**MOTIVAÇÃO DISCENTE E EMPREENDEDORISMO DOCENTE A PARTIR DO
USO DO *INSTAGRAM* EM CURSOS DE LIBRAS PARA OUVINTES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Licenciatura em Letras-Libras da Universidade Federal do Maranhão como requisito para obtenção do grau de Licenciada em Letras Libras.

Orientadora: Prof.^a Dra. Heridan de Jesus Guterres Pavão
Ferreira

São Luís – Ma

2024

Ficha Catalográfica

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Reis de Andrade Sampaio, Marineuza.

Motivação discente e empreendedorismo docente a partir do uso do instagram em cursos de Libras para ouvintes / Marineuza Reis de Andrade Sampaio. - 2024.

72 f.

Orientador(a): Heridan de Jesus Guterres Pavão Ferreira.

Monografia (Graduação) - Curso de Letras/libras, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2024.

1. Libras. 2. Rede Social. 3. Instagram. 4. Motivação. 5. Empreendedorismo, Marketing dos Serviços Educacionais. I. Guterres Pavão Ferreira, Heridan de Jesus. II. Título.

MARINEUZA REIS DE ANDRADE SAMPAIO

**MOTIVAÇÃO DISCENTE E EMPREENDEDORISMO DOCENTE A PARTIR DO
USO DO *INSTAGRAM* EM CURSOS DE LIBRAS PARA OUVINTES**

Aprovado em: 26/09/2024

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a. Heridan de Jesus Guterres Pavão Ferreira (Orientadora)
(Universidade Federal do Maranhão – UFMA)

Prof. Me. Ricardo Oliveira Barros (Examinador I)
(Universidade Federal do Maranhão – UFMA)

Prof.^a Ma. Marta Maria Portugal Ribeiro Parada (Examinador(a) II)
(Universidade Federal do Maranhão – UFMA)

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter permitido que eu tivesse saúde física, mental e determinação para não desanimar durante todo esse percurso.

O caminho até aqui foi desafiador, mas graças à compressão, encorajamento e paciência do meu esposo Sampaio, do meu filho Pedro Henrique, e da minha tia(mãe) Benedita, pelos momentos em que não fui presente como deveria, pois, só assim pude superar os obstáculos e alcançar esse importante marco em minha vida. Sei que sem o apoio de vocês, essa jornada teria sido muito mais árdua e por isso, minha eterna GRATIDÃO!

Às minhas amigas de turma, pelas palavras de estímulo, solidariedade e presença: vocês foram como luzes que iluminaram meu caminho nos momentos mais difíceis, os quais, sentir a presença de vocês me fortalecia e me inspirava a persistir e dar o melhor em cada etapa.

À Prof.^a Dr^a Heridan, por ter sido minha orientadora e ter desempenhado essa função com dedicação.

Que esta conquista não seja apenas minha, mas também, seja um reflexo do carinho, apoio e cumplicidade que recebi de cada um de vocês!

“O único modo de aprender uma língua é apaixonar-se por ela”

Nelson Mandela

RESUMO

Esta pesquisa reflete sobre o processo de ensino-aprendizagem da Libras para ouvintes tendo a rede social *Instagram* como *locus* desse processo. Discute-se também neste estudo, a ampliação de espaços para atuação docente, pelas vias do marketing e empreendedorismo na venda de cursos de Libras pela referida rede social em questão. Para tanto, acolhemos as seguintes questões- norteadoras: quais são as implicações no processo de ensino-aprendizagem da Libras, tendo como recurso a rede social *Instagram*? Quais são as principais motivações que basilar o interesse dos usuários, para o aprendizado da Libras? Qual a relação entre a oferta de cursos *online* e os objetivos de aprendizagem considerando as promessas anunciadas na venda desses cursos? Partimos assim, de discussões que entendem esta rede social como um espaço para produção democrática de conhecimentos e também, servem de interface pedagógica (Amaral; Santos, 2020) que venham auxiliar com novas perspectivas de ensino considerando as multimodalidades e multissensórias, pela visão crítica, emancipadora dos alunos (Freitas, 2020; Silva, 2022). Para tratar sobre as questões que envolvem o marketing e empreendedorismo nas redes sociais a partir do ensino de Libras (Paiva-Junior, 2004; Dornelas, 2005). Trabalhamos como metodologia, a pesquisa de campo, em uma abordagem qualitativa e quantitativa (Prodanov; Freitas, 2013; Gil, 2008), com base em interpretação de dados estatísticos coletados por meio de um questionário, elaborado pelo *Google Forms*. Esse questionário foi preenchido por aprendizes ouvintes que já cursaram ou ainda cursam a Libras, na modalidade *online*. Os resultados delineiam o seguinte perfil: professores e demais licenciandos se constituem enquanto um público que demanda o aprendizado dessa língua, por motivos de ordem profissional.

Palavras-chave: Libras. Rede social Instagram. Motivação. Empreendedorismo. Marketing dos serviços educacionais.

ABSTRACT

This research explores the teaching and learning process of Brazilian Sign Language (Libras) for hearing individuals, using the social media platform Instagram as the locus of this process. The study also examines the expansion of teaching opportunities through marketing and entrepreneurship by offering Libras courses on this particular social network. The research is guided by the following key questions: What are the implications for the teaching and learning of Libras when using Instagram as a tool? What are the main motivations that drive users' interest in learning Libras? What is the relationship between the availability of online courses and the learning goals, considering the promises made in the promotion of these courses? We approach these questions through discussions that view Instagram as a space for the democratic production of knowledge and as a pedagogical interface (Amaral; Santos, 2020) that supports new teaching perspectives, taking into account multimodalities and multisemiotic elements, and promoting a critical, emancipatory view among students (Freitas, 2020; Silva, 2022). The study also addresses issues related to marketing and entrepreneurship on social networks in the context of teaching Libras (Paiva-Junior, 2004; Dornelas, 2005). The research methodology combines qualitative and quantitative approaches (Prodanov & Freitas, 2013; Gil, 2008), based on the interpretation of statistical data collected through a questionnaire created using Google Forms. This questionnaire was completed by hearing learners who have either taken or are currently taking Libras courses in an online format. The results outline the following profile: teachers and other education professionals constitute a group that demands this language learning, primarily for professional reasons.

Key-words: Libras. Social Media Instagram. Motivation. Entrepreneurship. Educational Service Marketing.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Danrley Oliveira no início de sua carreira como professor do curso de Libras oferecido no <i>Instagram</i>	32
Figura 2. Danrley Oliveira, criador da <i>Master Libras Academy</i>	34
Figura 3. <i>Layout</i> de divulgação da Plataforma <i>Master Libras Academy</i>	35
Figura 4. Prof. Gilbervan dando aula em uma Instituição de ensino.....	38
Figura 5. Prof. Gilbervan em um card de divulgação de seu curso de Libras no <i>Instagram</i> com hiperlink que direciona ao chat de atendimento para o <i>WhatsApp</i>	38
Figura 6. Prof. Gilbervan divulgado sua plataforma de curso de Libras no <i>Instagram</i>	39
Figura 7. Marketing de um curso de Libras por um perfil do <i>Instagram</i>	50
Figura 8. Uso de outras plataformas digitais para realização dos cursos de Libras.....	56

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Recursos do <i>Instagram</i>	29
---	----

ÍDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Nível de escolaridade dos participantes.....	45
Gráfico 2. A profissão dos participantes.....	45
Gráfico 3. Faixa Etária dos Participantes.....	47
Gráfico 4. Anúncio dos cursos de Libras no <i>Instagram</i>	48
Gráfico 5. A influência dos anúncios no processo de escolha/adesão aos cursos de Libras.....	49
Gráfico 6. Curso pago ou não?.....	51
Gráfico 7. Habilitação profissional dos mentores dos cursos.....	53
Gráfico 8. Motivações para buscar cursos de Libras pelo <i>Instagram</i>	54
Gráfico 9. Tempo de acesso ao curso.....	56
Gráfico 10. Outras plataformas utilizadas nos cursos online de Libras	57
Gráfico 11. Certificação dos cursos <i>online</i> de Libras.....	59
Gráfico 12. Estratégias de ensino utilizadas nos cursos <i>online</i> de Libras.....	60
Gráfico 13. Satisfação no uso das estratégias de ensino e na estrutura geral do curso oferecido	62
Gráfico 14. Nível de fluência alcançada.....	63
Gráfico 15. Aplicação dos conhecimentos adquiridos.....	66

LISTA DE ABREVIATURAS

- AVA – Ambiente Virtual de Aprendizagem
- BNCC – Base Nacional Comum Curricular
- EOL – Educação *Online*
- IES – Instituição de Ensino Superior
- Libras – Língua brasileira de Sinais
- LDB – Lei de Diretrizes e Bases da Educação
- MEC – Ministério da Educação
- ONG – Organizações não governamentais
- Prolibras – Exame Nacional de Certificação na Língua Brasileira de Sinais
- SRS – Site de Rede Social
- TILS – Tradutor Intérprete de Língua de Sinais
- TD – Tecnologias Digitais
- TDIC – Tecnologia Digitais da Informação e Comunicação
- UFPI – Universidade Federal do Piauí

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 Tecnologias Digitais, Educação em Rede: o ensino de Libras mediado pelo <i>Instagram</i>	17
3 A oferta de cursos de Libras no <i>Instagram</i>: marketing e empreendedorismo docente	28
4 METODOLOGIA DA PESQUISA	41
4.1 Procedimentos Metodológicos	42
4.2 Composição do <i>corpus</i> da pesquisa	42
4.3 Universo da pesquisa	43
5 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS DA PESQUISA	44
5.1 Categoria 1: Identificação dos participantes da pesquisa	44
5.2 Categoria 2: Motivação/adesão e anúncio/oferecimento aos/dos cursos de Libras oferecidas no <i>Instagram</i>	48
5.3 Categoria 3: Questões básicas da estrutura dos cursos	56
5.4 Categoria 4: Aspectos Linguísticos e didático-pedagógicos dos cursos de Libras <i>online</i>	60
CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
REFERÊNCIAS	70

1 INTRODUÇÃO

Os cursos de Libras oferecidos a ouvintes no *Instagram*, aumentaram de forma significativa nos últimos anos. Esta rede social passou a ser utilizada como modalidade de ensino *online*, buscando atrair um público numeroso de pessoas para desfrutarem da comodidade de estudarem em qualquer lugar, a qualquer hora em seus lares, ou da forma que melhor lhes aprouver. Já não há mais aquela preparação para chegar ao local físico da sala de aula, ver os colegas e professores cara a cara pois, tudo isso, hoje pode ser substituído pelos diversos desdobramentos das Tecnologias Digitais (TD), oferecendo interfaces pedagógicas como a rede social em questão, o *Instagram*.

Outro motivo pela qual esta pesquisa se deu, é que devido a observação de constantes ofertas de cursos de Libras na rede social em questão, com promessas que enchem os olhos, tais como: **“Saia do zero na Libras e fique fluente em apenas 3 meses”!** E por isso, questões como essas serviram de inquietação para aqui, se tornar preocupação científica, uma vez que o espectro de pesquisas com recortes como esses precisam se ampliarem, pois, as iniciativas existentes são ainda, muito tímidas, quase inexistentes.

O *Instagram*, uma rede social mundialmente conhecida e acessada por milhares de pessoas, que comumente é utilizada para o entretenimento, mas, com as novas demandas sociais, esse ambiente virtual, surge com novas possibilidades de produção, compartilhamento de informações ou conteúdos diversos. Dessa forma, enxergamos com esse estudo, sua interface pedagógica que traz as possibilidades de o pensar como espaço para fomentar a educação linguística de sujeitos ouvintes. Estes sujeitos se tornam aliados na ampliação de posturas coerentes em relação aos sujeitos surdos, suas pautas, direitos, etc., principalmente, tendo a Libras como a principal forma para veicular/propagar essa mudança social e política que legitima a luta dos surdos.

Nesse sentido, refletir sobre estas questões torna-se necessário e apresenta-se como pontos a justificá-la, tendo em vista que se trata da oferta de um produto/serviço que irá incidir sobre o desejo, capacitação de pessoas em uma língua que além de outras questões puramente cognitivas, tem uma proposta política que é da inclusão. Além do mais, a Libras, tem as peculiaridades e complexidades próprias de uma língua natural e *status* linguístico garantidos, bem como relaciona-se intimamente com a comunidade surda afetando-a constantemente na busca por esse reconhecimento político que é também a afirmação antropológico-cultural dos sujeitos surdos.

Para tanto, esta pesquisa traz as seguintes questões: quais são as implicações no processo de ensino-aprendizagem da Libras, tendo como recurso a rede social *Instagram*? Quais são as principais motivações que basilar o interesse dos usuários, para o aprendizado da Libras? Qual a relação entre a oferta de cursos *online* e os objetivos de aprendizagem considerando as promessas anunciadas na venda desses cursos?

E, para responder a estas questões, foram elegidos os seguintes objetivos: analisar as implicações no ensino-aprendizagem de alunos ouvintes em meio a relação da oferta de cursos de Libras no *Instagram* – objetivo geral – e em termos específicos, buscou-se: 1. conhecer a motivação que levam os alunos a buscarem cursos de Libras oferecidos no *Instagram*; 2. saber se os alunos que participam de cursos *online* de Libras oferecidos no *Instagram* conseguem alcançar seus objetivos de aprendizagem e adquirir fluência linguística de forma satisfatória e, 3. refletir sobre a ampliação de espaços para atuação docente pelas vias do marketing e empreendedorismo nas redes sociais a partir do ensino de Libras.

As hipóteses que movimentaram esta pesquisa têm a ver com nossa percepção empírica sobre o fator comodidade, ou seja, as pessoas buscar aprender a Libras, a partir de lugares e horários flexíveis, sendo assim, essas seriam as principais razões que estão na base motivadora as quais muitos desses aprendizes ouvintes buscam pelo aprendizado da Libras nesses cursos *online*.

De igual modo, este estudo é uma oportunidade de refletir sobre a ampliação de espaços de atuação dos professores de Libras e demais profissionais que atuam no ensino dessa língua, pois, as redes sociais, em específico, o *Instagram* são uma forma de acolher, receber o protagonismo docente em meio às suas formas de empreender por meios dos serviços educacionais. Então, esta rede social, funciona como ferramenta, como veículo de divulgação de conteúdos e sobretudo, do ensino da Libras, o que vem tornando este empreendimento um negócio lucrativo para muitos desses envolvidos, além é claro, de ser uma grande oportunidade de visibilidade desta língua bem como muitas demandas da comunidade surda.

Organizamos este estudo com base numa abordagem qualitativa e ao mesmo tempo, quantitativa, pois, entendemos a necessidade de interpretar os fenômenos que subjazem ao problema de pesquisa, achamos necessário quantificar os dados e para isso, acolhemos como procedimento de coleta de dados um questionário que foi desenvolvido por meio da ferramenta *Google Forms*. Esse formulário teve como captação de informantes o próprio *Instagram*, bem como o *WhatsApp*.

Esta pesquisa organiza-se dentro de 5 seções: a primeira; introdução, na segunda, discutimos sobre a educação mediado pelas Tecnologias Digitais (TD), novos espaços de interface pedagógica tendo o *Instagram* como possibilidade de construir aprendizagens significativas, emancipadoras e multimodais (Amaral; Santos, 2020; Silva, 2022; Freitas, 2022).

Na terceira seção, discutimos sobre como o *Instagram* é também uma possibilidade de ampliar o espaço de atuação docente, bem como refletimos sobre o marketing e as formas de empreendedorismo atreladas aos serviços educacionais e ensino de Libras (Dornelas, 2005; Faustino, 2019; Paiva-Junior, 2004) dentre outros autores. Na quarta seção, apresentamos a metodologia da pesquisa, na quinta seção, apresentamos análise do *corpus* da pesquisa e a discussão dos dados relacionando-os às discussões tecidas nas primeiras seções. Por último, nossas considerações finais e demais conclusões alcançadas por meio deste estudo.

Ademais, compreender questões como essas que tratam o objeto de estudo desta pesquisa se tornam uma oportunidade de compreender facetas de realidades que o ensino da Libras se desdobra, considerando o universo das transformações comportamentais e educacionais relacionados aos avanços das TD. Os esforços empreendidos nesse estudo portanto, tendem a somar com o entendimento, elucidação e surgimentos de outros fenômenos associados ao objeto em destaque. Adiante, apresentamos nosso estudo.

2 - TECNOLOGIAS DIGITAIS, EDUCAÇÃO EM REDE: o ensino de Libras mediado pelo *Instagram*

Esta seção discute sobre a relação que as TD, em seus vários desdobramentos que serão citados abaixo, como ferramenta e/ou interface didático-pedagógica no ensino de Libras. Focaliza-se a discussão numa perspectiva crítica, em que vê as potencialidades e suas aplicabilidades reais no cotidiano de professores e alunos que estão não só nas salas de aula tradicionais, bem como daqueles que estão em casa, mas, buscando a aprendizagem linguística por meio de alguns dispositivos como: computadores, celulares, tablets, etc.

De início, trazemos o entendimento da LDB (Lei de Diretrizes e Bases da Educação)¹ que compreende a educação como processo amplo abrangendo as questões formativas que se desenvolvem na vida familiar, na convivência com outras pessoas, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, bem como nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais (Brasil, 1996). Ela enfatiza que a educação escolar se desenvolva predominantemente, por meio do ensino, em instituições próprias, ou seja, em escolas.

Assim, além do ambiente escolar/acadêmico existem outras instâncias de socialização que permitem a aquisição e desenvolvimento de competências e habilidades interpessoal e intrapessoal, entre elas estão as mídias, a internet, bem como em associações e organizações não governamentais (ONG). Estes últimos espaços, por sua vez, configuram-se como educação não formal, mas que também colabora para a formação educacional e para ampla aprendizagem dos sujeitos.

Tratando sobre a educação não formal, a qual encontra-se majoritariamente o escopo dessa pesquisa, mencionamos o ensino mediado pelas mídias, destacamos as mídias sociais, e deste grande grupo, as inúmeras redes sociais, dentre elas, o *Instagram*. Esta rede social tem se tornado uma realidade cada vez mais comum na educação por aspectos colaborativos como a acessibilidade e ao mesmo tempo, são abrangentes em opções de conteúdo, interações, formas diferentes de estabelecer comunicações, permitindo que pessoas de todas as partes do mundo possam ter acesso a conteúdos para além do entretenimento.

¹ Embora este estudo trate de um objeto que se localiza fora da educação formal, ou seja, cursos de Libras oferecidos no *Instagram*, trazemos a referência da LDB pois entendemos que abrange o ensino-aprendizagem e por extensão, da educação, o que implica em processos formativos que ocorrem dentro e fora da educação escolarizada como mencionados acima. Ademais, os cursos de Libras oferecidos na modalidade *online* de educação não classificados como **curso livre** e, portanto, não são regidos pela presente legislação.

Neste mar de opções dentro das redes sociais, inclui-se um público numeroso de pessoas que buscam adquirir conhecimentos, desenvolver habilidades com a comodidade e flexibilidade de horário, local, em cursos que são disponibilizados por este espaço virtual, de múltiplas formas de empreender a comunicação. Enfim, os perfis das pessoas que buscam pelas opções de cursos nas redes sociais são diversos e elas estão povoando cada vez mais o *Instagram* com interesses que trazem em seu bojo, desde pequenas curiosidades sobre a Libras até a profissionalização nesta língua.

Nesse sentido, trazer a temática do ensino-aprendizagem de línguas tendo a mediação do *Instagram*, carece perceber numa realidade mais ampla que em geral nomeia-se como parte integrante da cultura digital, cultura virtual, cibercultura². Há também, outros referentes como: mídias digitais, mídias sociais, Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC), etc. Aqui, estes termos, embora tenham suas conceituações que se diferem, nesta seção, eles são tratados com sentidos equivalentes para referir-se a essa mediação pelo digital a partir dos termos Tecnologias Digitais, doravante, TD como expusemos anteriormente o qual entendemos que concentra grande parte de todas as siglas mencionadas, abarcando sentidos inclusive para que o *Instagram* se enquadre nesse grupo.

Adiante, trazemos Amaral e Santos (2020) que refletem sobre as iniciativas propostas por meio das TD na educação primeiro pensando um âmbito formal, ou seja, considerando certas contribuições das TD para a educação escolarizada. As autoras, de início logo dizem que essa mediação deve ocorrer pela ótica da emancipação e assim, se desdobre na necessidade de atualização de saberes docentes frente ao bombardeamento constante de informações nos diversos desdobramentos das TD; principalmente as que se desenvolveram e se tornaram amplamente utilizadas por grande número de pessoas a partir da internet, ou seja, as redes sociais ou mídias sociais³.

Sendo assim, essa realidade digital tem crescido a cada dia na educação, pois, o principal dos marcos para que essa utilização se tornasse muito frequente, mais visível, foi por conta da situação de distanciamento social causado ao mundo pela pandemia de Covid-19. Assim, na área da educação, mudanças precisaram ocorrer para que a formação de crianças, adolescentes, jovens, etc., não sofressem tantas defasagens, apesar de que as consequências foram inegáveis.

²Amaral e Santos (2020) discorrem que a cibercultura é onde a cultura digital contemporânea localiza-se, sendo mediada pelo digital em rede para estabelecer suas sociabilidades.

³ Sob os moldes das tecnologias da Web 2.0, as mídias sociais são as ferramentas responsáveis por mediar a comunicação entre pessoas no espaço virtual, elas são popularmente mais conhecidas como redes sociais.

Trazemos as palavras de De Santana et al (2020), sobre o *status* das sociabilidades por meio do digital, e, digital em rede⁴ tendo a pandemia como marco simbólico para maior visibilidade deste fenômeno, a saber: “a questão do distanciamento social e da quarentena em que nos encontramos, tem trazido consigo uma série de mudanças em nossas formas de ser e estar no mundo, cada vez mais mediadas pelo digital em rede” (2020, p. 302). Dito isso, negar a existência da mediação por meio das TD no cotidiano, e sobretudo, no cotidiano educacional é no mínimo uma forma de negar parte da existência humana atual.

A respeito dessa possível **negação** do uso das TD como parte da humanidade, tendo e vendo-a no cotidiano das pessoas, Freitas (2022, p. 30) com base em Castells (1999) desenvolve reflexão semelhante quando diz que investir no pensamento de que os seres humanos não necessitam, ou, que as TD são dispensáveis ou até negáveis na vida humana é algo “obsoleto e até irreal”. Com efeito, mantemos a opinião de que a educação não está mais nesse papel de negação da realidade humana e seus processos de evolução tendo as TD como parte da cultura de ensino que se manifesta diariamente pela confluência de signos, conexão global cada vez mais abrangente, rápida e com certa acessibilidade “para muitas camadas sociais”, nas palavras de Freitas (2022, p. 30).

Nesse sentido, por meio da premissa da não **negação** das TD (Freitas, 2020), a autora segue um caminho reflexivo que aponta para a comunicação e a informação em um novo patamar em termos de ensino mediados pelas TD. Segundo ela, o digital em rede proporciona sociabilidades que tem como base as informações e a comunicação de forma **interativa e interconectada**. Dessa forma, segundo a autora, emerge-se a “educomunicação”⁵, ou seja, práticas de mediação tecnológica pensadas para a educação que faz surgir como abordagem de ensino que garanta aos educandos, aprendizagens **criativas, críticas e inclusivas** pelo digital em rede. Dentro desta abordagem, todo o universo das mídias e TD e/ou até mesmo das TDIC, bem como as redes sociais, plataformas digitais, ou seja, a cultura do digital e seus vários espaços e desdobramentos, serão pensadas como interfaces didático-pedagógicas.

⁴ O digital em rede sugere que as relações humanas se pautam pela confluência multimodal das mídias digitais, ou seja, imprime-se a conexão entre muitos espaços virtuais mediados pelos avanços ligeiros da internet e suas novas formas de solver as necessidades e sociabilidades humanas.

⁵ Freitas (2022, p. 28) diz que existem vários termos para referir-se a essa abordagem, a saber: “Educomídia, Pedagogia da Comunicação, Educação Midiática, Comunicação e Educação, Literacia Digital, Educomunicação e Ecossistema Comunicativo são diferentes nomenclaturas encontradas nas bibliografias brasileiras para o estudo dos sistemas comunicativos e educativos”. No entanto, a autora prefere o termo em destaque “educomunicação” para sintetizar as reflexões que relacionam os estudos da comunicação com a educação.

Nesse sentido, assim como Amaral e Santos (2020) pensam essa realidade das TD na educação por meio da emancipação, Freitas (2022, p. 27-28) ratifica essa reflexão, primeiro; não negando a realidade e importância das TD na educação, bem como ressalta que:

os sujeitos da educação não podem apenas ver as mudanças acontecerem na sociedade, mas devem fazer parte delas, assegurando aos alunos as melhores experiências de aprendizagem, para que possam emancipar-se e tornar-se pessoas esclarecidas e atualizadas nos mais diversos sentidos da vida.

A reflexão acima chama atenção para que professores e demais personagens que ajudam a pensar e gerir as várias instâncias do sistema educacional brasileiro a não se fechem às possibilidades que a **educomunicação** proporcionam às aprendizagens. Por isso, tanto Freitas (2022) quanto Amaral e Santos (2020) batem na tecla da emancipação, da autonomia como fio-condutor das práticas de ensino pela medição a partir do uso das TD. Tanto professores quanto os alunos estão inseridos de forma recorrente na realidade mediada por essas tecnologias e o papel do ensino formal nesse caso, é assimilar estratégias que incluem essa mediação de forma adequada, crítica e possível mediante as várias realidades dos estudantes.

É fato que essa mediação não pode ser feita de qualquer maneira, pois, nesse mundaréu de opções que existem no universo das TD, muitas não seriam necessárias ou melhor, não seriam consistentes para as práticas de ensino. Nesse sentido, Amaral e Santos (2020) investem na ideia de trazer esse mundaréu opções de forma a não investir em práticas educacionais que transpõem os moldes da **instrução** e sim, hoje, faz sentido, administrar a criatividade que são partilhadas nesses ambientes virtuais para transformar informações em conhecimentos e daí, seguirem o processo, ou, **processos de aprendizagens** que ajudem a materializar a formação integral dos alunos.

Amaral e Santos (2020) comentam que as TD têm várias interfaces pedagógicas, incluindo aí, as redes sociais como o *Instagram* e também o *WhatsApp*, *Youtube*, *Facebook*, etc. A partir dessas interfaces, os professores, gestores educacionais, recebem o desafio de “pensar um currículo” considerando o uso dessas interfaces e que, agora, na verdade, a educação mediada pelas TD se traduz em EOL⁶ (Educação *Online*), pois existe a necessidade de conexão e interação recorrente que podem ser mediadas ou não pelo face-a-face (Santos,

⁶ Segundo Edméa Santos (2019, p. 61-62), diz que “a Educação *Online* não é simplesmente sinônimo de educação a distância. A educação *online* é uma modalidade de educação que pode ser vivenciada e exercitada tanto para potencializar situações de aprendizagem mediadas por encontros presenciais; a distância, caso os sujeitos do processo não possam ou não queiram se encontrar face a face; ou híbridos, quando os encontros presenciais podem ser combinados com encontros mediados por tecnologias telemáticas.

2019), bem como podem ser mediadas pelo uso hibridizado de tecnologias nas práticas educativas.

Dessa forma, a Educação *Online*, conforme refletem as autoras acima, se mostra como uma modalidade (Santos, 2019) que oferece várias interfaces pedagógicas e a partir daí, os Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA) reformulam-se em meio a essas opções. Isso, segundo Amaral e Santos (2020), oportuniza “situações diversas para a vivência da aprendizagem significativa, de modo lúdico” (Amaral e Santos, 2020, p. 8) e como consequência disso, ocorre a **flexibilização** “dos modos como os conhecimentos são tecidos, mediante o uso de textos, sons, e imagens estáticas e em movimento, que podem ser alterados, criados e compartilhados em rede” (Idem).

Essa flexibilização nas formas que o conhecimento é produzido, traz para os vários processos de aprendizagem linguística benefícios, mas também, os desafios, é claro. Falar sobre desafios e benefícios no uso das TD no ensino de línguas no caso, da Libras, e por extensão, na educação, nos faz entender que não é preciso assumir uma postura demonizadora de negação e muito menos, salvadora em relação a essa mediação pois, sabemos que as aplicabilidades de propostas como essa, dependem de uma série de recursos materiais e mobilização de conhecimentos que advêm dessa **ambiência digital** de maneira mais crítica, organizada, não fazendo relação direta com a forma com que muitos utilizam as TD no cotidiano.

Muitos alunos da atualidade, sobretudo os **nativos digitais**, por exemplo, acessam as redes sociais constantemente, mantém seus perfis no *Instagram*, *Tik Tok*, etc., mas na maioria esmagadora das vezes, seu uso gira em torno do entretenimento. Em termos de aproveitamento dessas interfaces para uso didático- pedagógico necessitaria certamente de uma administração e uso diferenciados, e isso perpassa por exemplo, pela formação continuada dos professores, pois a administração desses espaços virtuais para fins outros além do entretenimento, requer alguns conhecimentos e habilidades consistentes.

Nesse sentido, adotamos assim, uma posição que traduz os usos reais das TD para o ensino linguístico entendendo que os processo de **flexibilização de produção do conhecimento** referidos acima, com base na reflexão de Amaral e Santos (2020), trazem as várias modalidades sígnicas, o que comumente é nomeado como **multimodalidade, multisemioses**. Assim, as múltiplas informações que são produzidas por meio das TD nas redes sociais interrelacionam-se diretamente com várias modalidades de signos; **uso de textos, sons, e imagens estáticas e em movimento**, como ditos pelas autoras em questão.

Anteriormente citamos a LDB que faz referência à educação formal, o qual entendemos que há muita proximidade de diálogo com o objeto de estudo desta pesquisa em termos de pensar o ensino-aprendizagem em hábitos gerais, não só atentando com a modalidade *online* de ensino. Agora, trazemos uma outra referência da educação formal para contribuir dentro dos aspectos discutidos até aqui, mais especificamente, sobre a **multimodalidade** – que é a confluência constituidora das linguagens circulantes nas/das TD. Trazemos como a BNCC (Base Nacional Comum Curricular) que reflete normativas curriculares da educação nacional, aborda sobre a ambiência dos jovens a essa exposição “multi” que é comum nos ambientes das TD.

Nesse sentido, a BNCC diz que os jovens: “estão dinamicamente inseridos nessa cultura, não somente como consumidores” (Brasil, 2018, p, 61). Dessa forma, como esses jovens se reconhecem como protagonistas da cultura digital, é natural refletirmos sobre o que não seria interessante para os professores basearem seu planejamento e mediação pedagógica na prática, pois “essa cultura também apresenta forte apelo emocional e induz ao imediatismo de respostas e à efemeridade das informações, privilegiando análises superficiais e o uso de imagens e formas de expressão mais sintéticas” (Brasil, 2018, p, 61).

Os jovens, como mencionados acima por exemplo, são chamados ao protagonismo por já serem consumidores do que é produzido nesses ambientes virtuais, sentem que esse é um **mundo natural** em que produzem, mantêm relações/interações diversas e por isso, as práticas de ensino precisam chamar ao protagonismo consciente, emancipador como apontam Freitas (2022) e Amaral e Santos (2020), bem como a própria BNCC chama atenção no excerto acima.

Sem esse investimento na emancipação, criticidade, esses jovens apenas veem as TD e todos os desdobramento de suas interfaces: redes sociais, AVA, etc., com a mesma visão de uso que eles fazem comumente, e, portanto, sabemos que esse não é o objetivo das habilidades e competências a serem desenvolvidas no processo de educação formal. Nesse sentido, corre-se o risco deles apenas continuarem se rendendo aos **imediatismos** dos estímulos-respostas, e não interpretarem a infinidade de imagens, sons, formas e textos que rapidamente circulam e apenas absorverem tais coisas sem questionamento algum.

Desse modo, mantemos a opinião de que investir no desenvolvimento/estímulo da criticidade, da análise profunda da realidade, do conhecimento de mundo como bases para o estabelecimento/criação de práticas com uso dos recursos proporcionados pelas TD. É certamente desafiador aos professores, à escola. Contudo, é um caminho que colocará os alunos, os aprendizes de Libras para enfrentar a vida como ela é; entendendo os desafios esmagadores

que a realidade diária proporciona bem como dará suporte para que eles sejam agentes, protagonistas de suas vidas e seres que convivem coletivamente, que precisarão manter um nível de coerência envolvendo o respeito mútuo e o entendimento de que a sociedade precisa se unir, agir e reagir sobre questões reais que precisam de transformação, mediação por meio do uso crítico das ideias.

A respeito da multimodalidade na cultura digital, Silva (2022) aborda essa temática pondo foco no ensino de Libras por gêneros discursivos que são produzidos no *Instagram*. Ela pesquisou os perfis de três professoras de Libras e percebeu como é que é constituída a aprendizagem por meio dessa produção de conteúdo nesse ambiente, e que os gêneros discursivos analisados, funcionam como respostas às interações que movimentam os conteúdos na rede social em questão e servem também para vender um produto, ou seja, os cursos de Libras. Cursos esses que são ministrados pelos referidos perfis analisados na pesquisa de Silva (2022).

Essa autora, menciona que a necessidade atual com que as pessoas têm de ficarem conectadas com a internet, as redes sociais, manifestam formas comportamentais que se expressam como se fossem “um espaço de portfólio de militância” (Silva, 2022, p. 27) por conta da facilidade com que os conteúdos são produzidos de uma perspectiva pessoal nesses espaços. Nesse sentido a frequência de utilização, produção de conteúdos no *Instagram*, é consideravelmente alta e então, isso serviu de motivação para a pesquisadora transformar essa rede social como *locus* de sua pesquisa, bem como sistematizar as recorrências desse espaço que são interessantes para desenvolver práticas de ensino linguístico para o meio escolar conectadas com a realidade e as novas necessidades sociais, cognitivas e tecnológicas que envolvem os docentes e certamente, os discentes.

Assim, conforme percepção da autora, essa disposição das coisas e conteúdos, fazem como que o *Instagram* reúna, alocue os perfis, ou seja, endereços *online* de usuários que tenham o interesse de divulgar suas vidas e assim, produzir conteúdos com finalidades diversas e nesse sentido, o interesse pela Libras, sua aprendizagem, cresce a cada dia demonstrando uma progressão interessante. Entendemos que a constituição desses conteúdos e a forma com que são produzidos é que fazem considerável diferença no sucesso ou não de alguns perfis, principalmente em especial, os perfis que divulgam os cursos de Libras.

No caso das contas pesquisadas pela autora; são de três professoras de Libras que, pelo número de seguidores, demonstram interesse de centenas de milhares de pessoas nessa língua, na comunidade surda, na vivência destas pessoas e em aprender uma língua diferente de sua

habitual língua materna que quase sempre é uma língua oral. Isso nos faz perceber que, geralmente, a produção dos conteúdos que tenham como foco o ensino da Libras, informações gerais sobre as diferenças culturais entre surdos e ouvintes, pautas da comunidade surda, etc., tem um modo visual de apresentação bem diversificado. Neste caso, levamos em consideração aqui, não somente as falas de Silva (2022), mas também outros perfis/contas que também divulgam o ensino da Libras para os ouvintes.

Voltado a questão da multimodalidade e da necessidade de conexão com as redes sociais bem com sobre o ensino da Libras pelo *Instagram*, Silva (2022) fala sobre o aproveitamento dos próprios dispositivos - celulares, tablets - utilizados pelos alunos, que, a depender da idade e nível de maturidade cognitiva, atitudinal, podem contribuir com essa facilitação de recursos materiais para o desenvolvimento das práticas de ensino com base nas variedades oferecidas pelo *Instagram*.

A autora observa que, apesar da Libras não ser obrigatória como componente curricular de maneira unificada no currículo nacional da educação básica, vem despontando com certa bravura o meio das redes sociais, e no *Instagram* seu espaço de visibilidade, divulgação como forma de oferecimento de cursos ou só para questões que envolvem curiosidades, entretenimento, está a cada dia mais amplo e garantido. Nesse sentido, a autora traz a emergência dos gêneros discursivos que circulam e/ou são propícios nesse ambiente virtual marcando assim, a aprendizagem da Libras por meio de uma ambiência cotidiana, centrada nos desejos e necessidades do público que acessa esses perfis.

A autora reflete ainda que essa emergência de novos gêneros discursivos que surgem como processo comum do desenvolvimento de novas formas de relacionar-se com o outro mediado pelas TD, faz oportunizar novas formas de aprendizagem, algo observado por Amaral e Santos (2020). E no caso do *Instagram* como espaço de interação utilizado amplamente pelos alunos faz com que estes o vejam como um espaço **natural** de estabelecimentos dessas interações e por isso, pensar o processo de aprendizagem tendo as ferramentas e recursos que este espaço dispõe, contribuem significativamente com o ensino de línguas bem como para a pesquisa no universo da linguagem.

Destarte, lembremos novamente das palavras de Freitas (2022) e Amaral e Santos (2020) sobre o investimento na emancipação e autonomias dos alunos ao assumir o desenvolvimento de práticas educacionais considerando o contexto desses ambientes da cibercultura. E como refletimos antes, não basta apenas trazer essas ambiências, práticas, como um mero **recurso** que venha **instrumentalizar** os alunos e sim, observar as potencialidades com base na crítica,

autoanálise, conectas com a realidade social desses alunos para que suas autonomias sejam a base dessas práticas. Silva (2022) fala ainda sob um ponto de vista que considera os aspectos culturais das comunidades, grupos de surdos e de ouvintes. A autora discorre sobre esses aspectos culturais e ainda defende que eles sejam expressos por meio da abordagem comunicativa considerando o ensino da Libras.

Em relação aos gêneros discursivos, objeto de pesquisa de Silva (2022), ela destaca inicialmente que a emergência desses gêneros está relacionada, em grande parte, à produção de conteúdo no *Instagram*. Isso significa que os recursos que essa rede social dispõe aos seus usuários dá a liberdade para produzirem conteúdos de diferentes modos, mas todos esses modos têm em comum um apelo visual muito forte. Vale destacar que a autora traz a discussão sobre os gêneros discursivos como um desdobramento da multimodalidade.

A autora constatou que os gêneros discursivos analisados em sua pesquisa, ao observar de perto as finalidades pedagógicas com que os 3 perfis o utilizaram, tem relação direta com o campo discursivo da **publicidade**, esse campo inclusive, nas palavras da autora “coloniza o campo educacional” (Silva, 2022, p. 43). A autora usa esses termos para explicar a relação que estes perfis exercem no campo da educação, ou seja, o ensino de Libras, bem como a relação deste com o mundo dos negócios e oferecimento de produtos, pois são perfis de pessoas - mulheres professoras - que se dedicam ao ensino de Libras e utilizam o *Instagram* como espaço de divulgação, interação para que o público que as acompanham se interessem por este produto/serviço.

Um dos gêneros classificados por Silva (2022) é a **videoaula publicitária**. A autora explica que esse tipo de gênero é assim classificado pela recorrência em estilo, forma e conteúdo nas postagens a qual obedece ao objetivo de ensinar conteúdos sobre a Libras, que geralmente é movimentado pelas curtidas, pelos pedidos dos seguidores para estimular a interação e a recorrência dos conteúdos produzidos. E, quanto ao termo **publicitária** junto a esse tipo de gênero, é que ele também obedece a finalidade de “servir para chamar a atenção das pessoas que podem comprar os cursos disponibilizados pelas professoras” (Silva, 2022, p. 47-48).

Em geral, nos conteúdos analisados dos 3 perfis por Silva (2022), houve uma recorrência, além do gênero anteriormente citado, para outros dois: *quizzes* e *enquetes*. Em resumo, todos eles “fazem o uso da Libras para as comunicações; uso de vários modos, em especial, o visual, gestual e recursos imagéticos, compactuando com a valorização dos aspectos culturais e visuais da comunidade surda, além do linguístico” (2022, p. 56).

Em relação ao estilo da linguagem empregadas nos gêneros analisados, a autora percebeu que eles têm relação direta com a linguagem acessível para todos os públicos, geralmente, permeia-se de uma linguagem informal, buscando criar vínculos de proximidade com os seguidores para que isso sirva de crédito pedagógico em meio aos atrativos recursos multimodais dispostos no *Instagram*. Esses recursos são empregados por meio de; som, imagens, textos, e também, os modos semióticos de emprego desses recursos modais; a mesclagem de textos, imagens, gifs, cores, filtros de imagens, etc.

Com apoio nos pressupostos Bakhtinianos e das reflexões de Marcuschi, a autora reflete que essa classificação dos gêneros discursivos utilizados no *Instagram*, são na verdade, gêneros que se formam por um processo híbrido, pois unem dois campos discursivos da atividade humana; o educacional; pois estamos falando de estratégias de ensino que as redes sociais, por meio de recursos multimodais e multissemióticos podem trazer como diferenciais no ensino de língua (Libras) e ao mesmo tempo, o campo publicitário; que anuncia um produto; pois esses conteúdos produzidos nos perfis pesquisados, são anúncios de um produto, ou seja, o curso de Libras que essa professoras têm a intenção de assim o venderem.

Em suma, os apontamentos destacados da pesquisa de Silva (2022) colaboram neste nosso estudo, no sentido de perceber as potencialidades que o *Instagram* dispõe para a aprendizagem da Libras, bem como fazem um inventário desses recursos pela ótica da multimodalidade e das multissemiotes considerando a estrutura visual desta língua. Língua esta que representa uma comunidade de pessoas plurais, que lutam por seus direitos de acessibilidade linguística e reconhecimento político.

Entendemos que as TD possibilitam formas de mediação e administração de estratégias de ensino-aprendizagem que proporcionam dinamismo, **flexibilização na produção de conhecimentos** como diz Amaral e Santos (2020). O *Instagram*, integrante da cultura digital, ou cibercultura, desdobra-se como interface didático-pedagógica no ensino de Libras como refletidos nessa seção. Ressaltamos mais uma vez que as práticas de ensino em que utilizam esta rede social como interface pedagógica deva primar pelo desenvolvimento da autonomia e criticidade dos alunos em meio ao mundaréu de opções, imagens, sons, textos verbais, visuais que circulam no ciberespaço.

Adiante, refletimos sobre o *Instagram* ser um espaço que proporciona, além de interações com o entretenimento, potencial interface didático-pedagógico, é também um espaço que potencializa a venda de produtos tendo o campo educacional como um *locus* para o empreendedorismo nesta área e assim, os profissionais do ensino; intérpretes de Libras,

professores e instrutores, veem a Libras como um produto que movimenta ativos financeiros, mas também, o capital cultural e mais uma grande oportunidade de espaço para atuação desses docentes.

3 A OFERTA DE CURSOS DE LIBRAS NO *INSTAGRAM*: marketing e empreendedorismo docente

Freitas (2022) cita Coutinho (2020) e comenta que o *Instagram* foi criado em 2010 pelo jovem Kevin Systrom, e Mike Krieger, engenheiros de software. É uma rede social que dispõe de um *site* e ao mesmo tempo, também se disponibiliza na forma de aplicativo – versão móvel – e gratuita de compartilhamento de imagens, vídeos, assim como serve para fazer fotos, adicionar legendas nas postagens, etc., e compartilhar com um público; os seguidores, pessoas que seguem o perfil/conta de outro usuário nessa rede social.

Há diversos recursos nessa rede social, como já adiantamos anteriormente sobre compartilhamento de imagens e vídeos, há também, os recursos de tratamento dessas imagens na forma de filtros. Alves, Mota & Tavares (2018, p.7) falam sobre a forma com que as pessoas podem acessar essa rede, bem como aborda sobre peculiaridades básicas que acompanha o uso do *Instagram*, bem como outras redes sociais ou espaços na web que são os **termos de uso**, a saber:

O acesso à comunidade depende da instalação do aplicativo, que somente é permitida em dispositivos móveis, e são compatíveis com sistemas operacionais IOS da Apple, Android, Google e Windows Mobile da Microsoft. Em seu termo de uso exige-se como principal requisito para cadastro nesta rede social digital, que o usuário tenha no mínimo 13 anos de idade completos. Além disso, é vedado expressamente no termo de uso a exposição de nudez, exaltação ao terrorismo, crime organizado ou grupos de ódio no Instagram.

Apontando outras funcionalidades desta rede social em questão, Silva (2022) relata que o *Instagram* é um site de rede social (SRS) de fácil utilização e conta com um grande alcance de pessoas, por isso, pode ser utilizado de diversas formas, pelos mais variados setores da sociedade, inclusive para negócios e educação, proporcionando uma gama de possibilidades para o uso no setor educacional, como: produção de vídeos e imagens, curtidas comentários e compartilhamento das postagens como já foi citado acima.

Destarte, estando dentre as redes sociais mais utilizadas, o *Instagram* tem se mostrado também como uma das ferramentas mais democráticas para o empreendedor que quer divulgar seu produto e, nesta nessa rede social, basta que disponha de um aparelho celular ou, em menor incidência, um computador, ambos com acesso à internet. Ademais, saber usar a ferramenta em prol do seu negócio, utilizando de várias estratégias que possibilitam a atração do cliente para determinado produto.

A oferta de cursos de Libras aos consumidores específicos, no caso deste estudo, os ouvintes, que querem aprender Libras ou aprimorar o que sabem sobre essa língua, se intensificou no *Instagram* nos últimos tempos. Isso fez com que essa ferramenta também servisse como meio para direcionar os alunos-seguidores para outras plataformas digitais, como uma espécie de catapulta ou trampolim, para que essas pessoas acessem outros recursos que seriam necessariamente utilizados na construção de uma interação mais direcionada ao ensino-aprendizagem desta língua.

Sendo assim, o *Instagram* funciona como uma espécie de isca, um atrativo para atrair os seguidores que serão os possíveis **futuros-clientes-alunos** destes cursos oferecidos. E então, grande parte desses cursos que são ofertados nele, na verdade, acontecem por plataformas como o *Youtube*, *Google Meet*, *Google Classroom*, *Teams*, *Zoom*, etc., algo apontado por Silva (2022) e Freitas (2022). Espaços virtuais esses que proporcionam outros recursos que o *Instagram* não oferece devido as limitações presentes em sua arquitetura. No caso dos recursos ou possibilidades de uso desse espaço para sustentar as interações, seja com objetivo publicitário, marketeiro ou propriamente do ensino de Libras, trazemos, de acordo com Silva (2022), suas 4 possibilidades de uso, organizados no quadro abaixo.

Quadro 1- Recursos do *Instagram*

Funcionamento do <i>Instagram</i> : espaços para divulgação de conteúdo		Tempo de duração para acesso
<i>Feed</i>	A palavra <i>Feed</i> , em sua tradução, significa alimentação. No <i>Instagram</i> , diz respeito a um espaço fixo e principal do perfil de cada usuário, que é alimentado com modos semióticos de diferentes naturezas (fotos, vídeos, verbo, som) e fornecem uma visão geral do conteúdo publicado.	Fixo ou até quando o seu moderador quiser apagar.
<i>Story</i>	É um recurso mais recente que permite também a publicação de fotos e vídeos, mas com um tempo de duração delimitado. O intuito desse recurso é a maior interação entre os usuários, sendo que nele existe a possibilidade de criarmos remix, uso de filtros, enquetes e live. Essa última possibilidade permite com que os usuários façam transmissões ao vivo e tenham interações diretas com os seus seguidores.	24 horas. O recurso <i>live</i> permite que o usuário realize a transmissão ao vivo e escolha se quer torná-la permanente no feed ou não.

IGTV	Recurso que permite a disponibilidade de publicar vídeos mais longos de até 60 minutos.	Fica salvo no Feed
<i>Reels</i>	É um recurso que permite a gravação, edição e compartilhamento de vídeos que duram até 30 segundos. Nessa opção, podem ser inseridas legendas, fazer junção e recortes de vídeos, incluir músicas e locução.	Pode ser compartilhado no Feed ou somente na aba do recurso, tornando o vídeo disponível até o interesse do usuário

Fonte: Silva (2022, p. 43 - 44)

Além dos recursos acima descritos, há também as *lives*, que são transmissões de imagem e áudio ao vivo, as quais podem ser com uma pessoa apenas, ou pode funcionar tendo mais de uma pessoa nessa transmissão e também, elas podem ficar salvas ou não no perfil do usuário. Essas transmissões, possibilitam um maior engajamento⁷ do perfil, ou seja, elas são utilizadas para estimular maior interação com os seus seguidores, e nessa interação, as curtidas (*likes*), comentários e compartilhamentos também ajudam a impulsionar esse engajamento. Sendo assim, esses artifícios funcionam também para que os alunos-seguidores se interessem a comprar o curso, ou seja é o Marketing digital funcionando, a propaganda do produto anunciado.

Galindo (2014, p. 52), nos diz que Marketing digital é uma extensão do marketing tradicional, que responde com práticas atualizadas às exigências de novos meios de atuação, como é o caso das redes sociais. A oferta dos cursos de Libras pelas redes sociais especificamente, pelo *Instagram*, através do marketing digital utilizados pelos professores, intérpretes, instrutores de Libras e influenciadores, proporciona aos seguidores desses perfis, além do ensino da Libras, o diálogo, a troca de informações e opiniões, assim como a divulgação da cultura e comunidade surda.

Os professores, TILS (Tradutor Intérprete de Língua de Sinais) e instrutores de Libras, favoreceram-se desse meio digital, que tem a possibilidade de alcançar um vasto número de pessoas, eliminando barreiras geográficas para também vender o seu produto/serviço que é o ensino da Libras, ou seja, visando empreender utilizando a Libras, tornando-se além de professor, TILS, instrutor; um empreendedor.

⁷ O engajamento relaciona-se à interação dos seguidores com o dono de um perfil no *Instagram*. Sendo assim, essa interação é impulsionada, ou seja, esse engajamento aumenta na proporção que as curtidas (*likes*), comentários e compartilhamentos também se intensificam.

Em linhas gerais, segundo Cortes e Santos (2020), entende-se o empreendedorismo como algo relacionado à inovação, algo que traz descobertas positivas para si e para os outros, que estimula a criação de riqueza através de novos negócios. Sendo assim, esse entendimento toca no que é fundamental dessa discussão: a transformação de ideias em oportunidades através do envolvimento de pessoas e processos que gera a criação de negócios de sucesso, e, cujo sucesso depende exclusivamente do empreendedor e de seu desempenho.

Segundo Dornelas “O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados” (Dornelas, 2005, p. 39), sendo assim, o empreendedorismo nasce da capacidade do empreendedor em identificar oportunidades atrativas, de necessidades a determinado público, tornando-se uma atratividade em termos de independência financeira, causando mudanças no contexto social de vida para quem tem poucos recursos para começar, porém, tem ideias e a internet como aliados.

Assim, o empreendedor digital enxerga as TD por meio de seus desdobramentos diversos; nesse caso, as redes sociais como ambientes favoráveis à produção de conteúdo criativo, compartilhando informações que estimulem a interação com indivíduos e grupos das mais diversas culturas, idades e origens. Nesse sentido, Paiva-Junior (2004) observa que a ação empreendedora cria a capacidade de enxergar oportunidades de lucro e novas formas de empreendimentos, e isso, segundo o autor, é consequência dessa visão do ser empreendedor que tende a melhorar o que já existe ou, criar do zero novos negócios a partir de uma visão criativa.

Nesse caso, o *Instagram* é esse ambiente fértil para manifestar o **ser empreendedor**, ao passo que as pessoas, como refletimos com base em Silva (2022), fazem uso dele numa perspectiva pessoal, mas também para diversos fins, inclusive para adquirir, anunciar e empreender, trazendo o campo educacional como *locus* dessa ação empreendedora. Dessa forma, os cursos de Libras ganham novos adeptos devido a facilidade de alcance deste espaço, um ponto que é fundamental para que os profissionais que lidam com o ensino de Libras anunciarem seus serviços.

Em se tratando de empreendedorismo, Dornelas (2005) diz que esse fenômeno pode ocorrer a partir de duas maneiras: por **necessidade** ou por **oportunidade**. O primeiro é derivado da falta de opção, bem como da falta de planejamento adequado e profissionais capacitados para a gestão do negócio. Já o segundo, a autora observa que mesmo com alternativas de emprego e renda, as pessoas com perfil empreendedor, sentem-se motivadas a abrirem o seu

próprio negócio sabendo exatamente onde querem chegar, planejam, sonham alto, vislumbrando o sucesso financeiro e de sua carreira profissional.

Seja por necessidade ou por oportunidade, os TILS, professores e instrutores de Libras, demonstram que por meio do empreendedorismo digital há uma nova forma de ampliar seu espaço de trabalho, antes restrito às salas de aula físicas em instituições de ensino. Esse rumo também aponta que há como aliar o ensino de Libras à gestão de negócios, que a depender do desempenho desses profissionais, pode vir a se tornar muito lucrativo essa ação empreendedora.

Falando em lucratividades e sua relação com os cursos de Libras oferecidos pelo *Instagram*, notamos que ela se apresenta com bastante força, pois, ao compararmos a evolução na estrutura dos ambientes/cenários de início e a atual estrutura utilizada por vários professores de cursos de Libras, com uma certa trajetória ao longo do tempo, notamos significativas transformações. Citamos aqui, um deles, o criador do curso *Master Libras*, o piauiense Danrley Oliveira.

Danrley Oliveira abraçou a oportunidade que cresceu na mesma onda do oferecimento de cursos *online* e passou então, a oferecer cursos de Libras nessa modalidade. Através das imagens abaixo, ilustramos essa mudança do antes e do depois da aceitação do público, ou seja, depois do considerável número de pessoas que compraram o curso de Libras no início de carreira deste docente-empendedor, para alguns anos depois de sua trajetória como professor que ensina Libras nas redes sociais, apontando para o sucesso dessa empreitada e por consequência, entendemos que a lucratividade foi sendo construída ao longo do tempo. Abaixo, apresentamos uma imagem que representa os princípios de sua atividade como docente nessa modalidade de ensino

Figura 1. Danrley Oliveira no início de sua carreira como professor do curso de Libras oferecido no *Instagram*



Fonte: @danrleyoliveira.official⁸

Segundo informações do seu site⁹ Danrley Oliveira é formado em Letras pela UFPI (Universidade Federal do Piauí), é professor, intérprete e tradutor de Libras e foi aprovado no Prolibras (Exame Nacional de Certificação na Língua Brasileira de Sinais) em 2015, bem como tem especialização na área de tradução e interpretação. Ele também fundou a *Master Libras Academy*, que é uma escola *online* de Libras. Ao iniciar sua carreira de professor de Libras pelo *Instagram*, contava com pouco mais de uma câmera posicionada em um cômodo simples.

Na época da primeira imagem mostrada acima, no ano de 2018, Danrley Oliveira, oferecia o curso *Master Libras*, voltado para aprendizagem da Libras por meio de abordagem comunicativa, pragmática, relacionado às necessidades cotidianas dos alunos, bem como apostava/aposta - ainda hoje - numa perspectiva de formação de TILS devido às demandas de comunicação acessível dos surdos; causa essa que motivou Danrley a se tornar um professor de Libras segundo o que relata em seus vídeos primários em todos as suas redes sociais bem como em seu site oficial.

Vemos por essa imagem acima, que, pela caracterização do ambiente – simples – levamos à conclusão ligeira de que ela marca o início da carreira do Danrley e de fato, pouco tempo antes, ele estava iniciando nas redes sociais oferecendo curso de Libras quando ainda conciliava

⁸ A imagem acima é uma captura de tela de um vídeo postado no perfil do Danrley Oliveira no *Instagram* cf. o vídeo completo em: <https://www.instagram.com/p/Br80w6Eh7vI/>.

⁹ Cf. em: <https://danrleyoliveira.com.br/>.

essa vida de professor virtual com o trabalho de TILS em escolas da educação básica e também, em Instituições de Ensino Superior (IES) como relato por ele. Contudo, o tempo foi passando e com ele, foi mostrando a dedicação e esforços nessa vida empreendedora do prof. Danrley para consolidar sua carreira no ramo.

Abaixo, temos a imagem que retrata, anos depois, a evolução dos negócios do Danrley Oliveira.

Figura 2. Danrley Oliveira, criador da *Master Libras Academy*



Fonte: @danrleyoliveira.oficial¹⁰

Na segunda imagem, em 2021, diretamente de uma cenário de gravação de aulas de Libras mais pomposo, com cores e adereços chamativos, diferente da primeira imagem, podemos analisar que anos de experiência no ensino da Libras anunciados pelo *Instagram* em concomitância com outros espaços nesse âmbito digital, deram ao referido personagem, certa lucratividade, pois, agora ele não só oferece o curso *Master Libras*, e sim, adquiriu centenas de milhares de alunos-seguidores que aderiram à Libras por meio do ensino *online*.

Danrley trouxe novos **eleitos** para a Libras, pessoas que tiveram a oportunidade de ampliar seus horizontes sobre as pautas dos surdos; sua educação, políticas linguísticas, bem como foi oferecida a oportunidade de inserção profissional destas pessoas para área da educação

¹⁰A imagem acima também é uma captura de tela de um vídeo postado no perfil do Danrley Oliveira no *Instagram*, cf. o vídeo completo em cf. link da postagem: <https://www.instagram.com/p/COYrIA2BMn0/>.

de surdos formando novos tradutores-intérpretes de Libras, ou seja, ele também ajudou a formar novos TILS.

Podemos dizer também, que essa segunda imagem narra uma fase profissional que o consagra no mercado do empreendedorismo – já eleito ao patamar de empresário – educacional pois criou um diferencial em termos de criação de um produto, ou seja, o nome *Master Libras* para referir-se ao curso de Libras ministrado por si, e com isso, uma marca própria, algo que lhe confere significativa diferença em termos de garantir um espaço nesse mundo dos negócios, sobretudo, negócios na área da educação, onde a concorrência é também ampla apesar de não parecer. A partir disso, muitos já sabem e saberão que o *Master Libras* é do Danrley Oliveira e que é ao mesmo tempo: marca, produto, serviço, e então, se surgirem iniciativas semelhantes a esta, pode-se afirmar que beberam na sua fonte.

Esses progressivos investimentos fizeram com que, em 2023, o curso de Libras oferecido por ele se tornou a *Master Libras Academy*, uma plataforma online própria. Nesse espaço, além de oferecer cursos de Libras para iniciantes, passou a mirar nos contextos onde há necessidade de relação com profissionais de outras áreas como: atendentes, professores, bem como atuação de TILS com várias finalidades, abrangendo assim, amplos contextos em que há necessidade da presença da Libras. Abaixo, apresentamos a imagem de divulgação do layout da interface gráfica da plataforma:

Figura 3. *Layout de divulgação da Plataforma Master Libras Academy*

The image displays a promotional graphic for Master Libras Academy and an Instagram post. The graphic features a central logo for "MASTERLIBRAS Versão 5.0" surrounded by icons for various courses: "dominando o dattilologia", "LIBRAS", "DIBELANDO O PORTUGUÊS SINALIZADO", "LIBRAS EXPRESSÕES", "LIBRAS NA SUA PROFISSÃO", "LIBRAS CONNECTION", "LIBRAS CLASSIFICADORES", and "LIBRAS". A "MATRICULE-SE!" button is at the bottom. The Instagram post shows the profile "masterlibras.academy" with a bio stating "Na nossa escola on-line de Libras você tem acesso aos nossos cursos, todos reunidos no mesmo lugar, o Master Libras Academy." and a post text "Acesse o link na bio e garanta sua vaga agora mesmo!".

Fonte: @masterlibrasacademy¹¹

Acompanhando o exemplo acima, bem como o de outros professores dos cursos de Libras oferecidos pelo *Instagram*, podemos perceber, no decorrer de sua trajetória, aliado a uma equipe de administração e marketing digital, bem como o marketing estrelando aos serviços educacionais, é possível deslanchar nesse universo digital, além de também, de se precisar demonstrar consistência na estrutura didático- pedagógica e metodológica do curso oferecido para ter essa consagração como docente.

Atualmente, Danrley Oliveira, após alguns anos no mercado, conta com uma equipe numerosa, um AVA próprio, consistente e principalmente, um marketing convincente, atrativo, pois segundo (Faustino, 2019, n/p): “por meio das estratégias de marketing digital é possível medir o retorno sobre qualquer investimento, sendo uma oportunidade incrível de divulgação de produtos, serviços e negócios.”, o que faz muitos aderirem, apesar do alto valor do curso¹². No caso do criador da *Master Libras Academy*, há uma equipe que constantemente entra em contato com o seguidor, com propostas que incluem o parcelamento destes cursos, com várias formas de pagamento e até oferecem descontos para marcar a adesão imediata.

A despeito do atual sucesso do exemplo citado acima, que, sua estrutura hoje demonstra diferenciais como: propagandas convincentes, cenários diferenciados e outros recursos associados, embora os custos não sejam tão acessíveis em termos monetários, nos faz olhar para o passado, para o início de toda essa empreitada.

Com isso, refletimos, pela observação empírica, que muitas dessas personalidades por trás desses cursos iniciam nesta jornada apenas com o desejo de fazer com que as ideias deem certo na divulgação do produto para daí ele ser um sucesso de venda alguma dia, e por isso, tomam a estratégia de iniciarem por meio da gratuidade. Assim, o sucesso que é hoje visível, certamente foi fruto de muitos esforços, tentativas, erros; questões essas que subjazem ao empreendedorismo.

Para finalizar as discussões desta seção, coletamos o depoimento em áudio extraído do *Instagram* do Prof. Gilbervan Soares falando sobre o início que marca sua entrada no universo empreendedor **professor de Libras** nas redes sociais e seus investimentos nessa carreira de

¹¹ Captura de tela da postagem de divulgação da *Master Libras Academy* diretamente de seu perfil no *Instagram*, cf. em: <https://www.instagram.com/masterlibras.academy>.

¹² Opinião nossa.

professor *online*. Esse segundo exemplo, vem mais uma vez, fortalecer o argumento de que é possível empreender no ensino de Libras e mais; ter sucesso nessa trajetória.

“Em 2017, eu comecei a fazer a divulgação da Libras nas redes sociais, mais especificamente, através do Whatsapp utilizando um gif. Tudo começou com uma arte em forma de gif para divulgar um curso de Libras presencial aqui da minha cidade e esse gif se espalhou rapidamente! Muitas pessoas estavam utilizando esse gif nos seus status do Whatsapp... esse gif começou a ir para outras cidades próximas a minha cidade- que é Bacabal- Maranhão. E aí eu comecei a ter a ideia de começar a fazer a divulgação de Libras por meio de gifs... aí comecei a gravar alguns sinais de cumprimentos, sinais básicos... daí então, muitas pessoas pediram que fizessemos um grupo no Whatsapp. Fizemos esse grupo. Eu começava a gravar diariamente alguns gifs em Libras e esses gifs eram espalhados para todo Brasil... muitas pessoas entravam nesse grupo e queriam saber de onde estavam vindo esses gifs, queriam participar desse grupo, e assim, criamos outro grupo, e outro... e essas pessoas passaram a me conhecer por meio desses gifs e me perguntavam se eu tinha algum curso de Libras, e na época eu só tinha presencial. Na verdade, nem sabia como trabalhar com Libras a distância, e foi então que eu percebi uma oportunidade na época, comecei a trabalhar com o google classroom, pra hospedar os meus vídeos e os grupos de WhatsApp para poder dar o feedback e acompanhar o desenvolvimento dos alunos. Eu já ministrava o curso de Libras presencialmente, por meio da procura das pessoas, até mesmo pela questão da necessidade, a gente sabe que em alguns lugares, não é tão fácil encontrar um curso de Libras. Então muitas pessoas optam por cursos à distância, por não ter um curso presencial na sua cidade, ou quando tem não é tão flexível, por questão de tempo.” (Soares, 2023)

Relacionando suas falas com as reflexões de Dornelas (2005) sobre as formas, maneiras que as pessoas chegam ao empreendedorismo, percebemos então, que ele empreendeu de forma não intencional, mas evoluiu e chegou ao patamar intencional, planejado pois viu **oportunidade** no que estava realizando em meio às demandas de aprendizagem do público o qual procurava seus cursos. Apresentamos abaixo, imagens¹³ do Prof. Gilbervan Soares exercendo sua profissão. Ele ainda vive a dupla-jornada que é de ser docente em salas presenciais – Imagem 4 – bem como mostra seu lado empreendedor nas redes sociais – Imagem 5 e 6 – oferecendo o mesmo serviço, ou seja, o ensino de Libras.

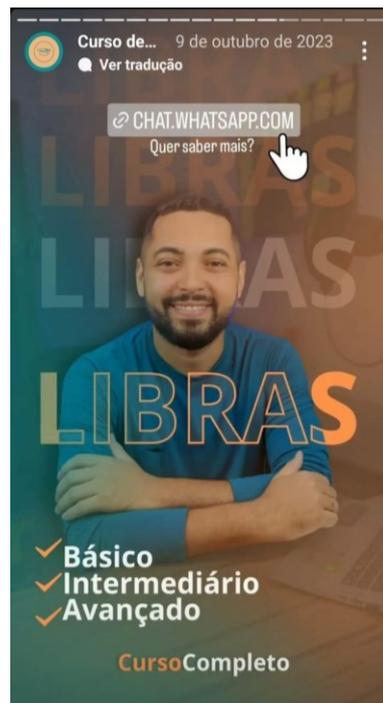
¹³ Essas imagens são capturas de telas (prints) de stories feitos direto do perfil do Prof. Gilbervan Soares no Instagram. cf. o perfil dele em: <https://www.instagram.com/gilbervansoares/>.

Figura 4. Prof. Gilbervan em dando aula em uma Instituição de ensino



Fonte: @gilbervansoares

Figura 5. Prof. Gilbervan em um card de divulgação de seu curso de Libras no *Instagram* com hiperlink que direciona ao chat de atendimento para o *WhatsApp*



Fonte: @gilbervansoares

Figura 6. Prof. Gilbervan divulgando sua plataforma de curso de Libras no *Instagram*



Fonte: @gilbervansoares

Como vimos na fala do Prof. Gilbervan, ele abraçou a oportunidade ao ver a expansão que sua ideia estava alcançando, reforçando as palavras de Dornelas (2005) sobre o empreendedorismo por oportunidade. Hoje o Prof. Gilbervan, além de lecionar em cursos presenciais para várias instituições, é dono da plataforma *CursosSinalizar*, a qual oferece curso *online* de Libras com diferentes enfoques e possui centenas de alunos.

Apesar de ter citado com mais frequência em sua fala a rede social *WhatsApp*, ele usa outras redes sociais, como o *Instagram*, onde o seu perfil acumula mais de 60 mil seguidores. Ele também utiliza a plataforma Hotmart para administrar os acessos de seus alunos aos conteúdos dos seus cursos.

Assim, como refletidos nessa seção, os profissionais que lidam com o ensino de Libras, aliam os recursos que este espaço das redes sociais dispõe, com grandes proporções de acessos, um espaço **multimodal** e **multissemiótico** para ver oportunidades de sucesso financeiro e de carreira profissional pelas vias do marketing e da visão empreendedora. Esta rede social, atrai inúmeras pessoas a cada dia mais, e com isso, os serviços educacionais podem e devem aliar os recursos do marketing digital para manifestar bons atrativos aos alunos-seguidores-clientes.

É também, uma saída criativa e produtiva para os profissionais do ensino de Libras pela garantia de espaços de atuação além das atividades presenciais. Adiante, descrevemos o percurso metodológico desta pesquisa mostrando os resultados que ela alcançou mediante os objetivos acolhidos.

4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Esta pesquisa define-se como de natureza aplicada, pois, na visão Prodanov e Freitas (2013, p. 51) ela “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais”. Quanto ao tratamento de seus objetivos, é uma pesquisa de campo, pois segundo os autores citados, este tipo de pesquisa,

é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema para o qual procuramos uma resposta, ou de uma hipótese, que queiramos comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. (Prodanov e Freitas, 2013, p. 59).

Como dito acima pelos autores, somados aos nossos objetivos de pesquisa que tem a finalidade de conseguir informações, conhecimentos acerca de um problema o qual também, procuramos formular hipóteses que foram testadas ao longo das análises dos dados coletados. Desse modo, achamos adequado classificar essa pesquisa como de campo, pois, a partir da coleta dos dados, buscamos tecer reflexões, interpretações desses dados considerando o arcabouço de autores que foram chamados a compor a episteme desta pesquisa nas seções anteriores, e então relacionar suas falas aos achados da pesquisa.

Esta pesquisa se apoia numa abordagem qualitativa, pois há desdobramentos do problema de pesquisa “em que não pode ser traduzido em números” (Prodanov e Freitas, 2013, p. 70) e por isso, há a necessidade de interpretação dos fatos atribuindo-se a eles, questões subjetivas que surgem dos diversos dinamismos socioculturais, políticos, etc., acrescidos das referências que ajudaram a compreender os meandros do problema de pesquisa aqui estudado.

Além dos aspectos elencados acima sobre a pesquisa de campo, os autores (Prodanov e Freitas, 2013) observam que nesse tipo de pesquisa, pode haver mais flexibilidade em se tratando do planejamento necessário para sua realização, “podendo ocorrer mesmo que seus objetivos sejam reformulados ao longo do processo de pesquisa.” (Prodanov e Freitas, 2013, p. 59).

Ademais, esta pesquisa também se serve de abordagem quantitativa pois lançou-se mão de recursos quantificáveis, a saber: um questionário tendo uma amostragem não tão expressiva, mas que foi necessário quantificar os dados almejados. Segundo Gil (2008), a abordagem quantitativa traduz os resultados coletados através de números, opiniões e informações, para assim classificá-los e analisá-los. Dessa forma, seguimos abaixo com um conjunto de procedimentos que achamos ser necessários frente ao tipo desta pesquisa e tratamento dos dados coletados.

4.1 Procedimentos Metodológicos

Com a intenção de alcançar os objetivos propostos, foram utilizadas para o levantamento do referencial teórico deste estudo, a pesquisa bibliográfica. Nas palavras de Gil (2008, p. 50) esta “vem a ser desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Prodanov e Freitas (2013) também observam que a pesquisa bibliográfica compõe uma das fases necessárias para a realização da pesquisa de campo.

As bases de dados utilizadas para a pesquisa bibliográfica foram: *Google Acadêmico*: para buscar artigos, dissertações e teses; Plataforma Sucupira: para mapeamento de periódicos científicos ou Programas de Pós-graduações que tivessem repositórios com trabalhos com a temática afim da pesquisa; *Scielo Library*: também para encontrar artigos, livros; bem como outros sites especializados. O objetivo de utilizarmos tais ambientes alocaadores de material epistémico foi organizar informações que elucidem o problema da pesquisa.

4.2 Composição do *corpus* da pesquisa

Para alcançarmos os dados almeçados, construímos um questionário *online* formulado com a ajuda da ferramenta *Google Forms*. Neste questionário, continham 16 perguntas. Segundo Lakatos e Marconi (2010, p.184) “questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”, seu objetivo nesta pesquisa foi auxiliar esta pesquisadora na construção do panorama dos dados coletados e posteriormente, no tratamento destes, além de uma melhor organização das ideias que estiverem em vistas de serem ou não comprovadas por meio de hipóteses, bem como, apontar novos fenômenos.

Como o *corpus* desta pesquisa se constitui de matérias que surgem, se constituem no/do ambiente virtual, pois, objetivamente, pesquisamos as implicações do ensino-aprendizagem da Libras por ouvintes, considerando a rede social *Instagram* e o fenômeno do marketing e empreendedorismo atrelado ao ensino de Libras, achamos ser proveitoso esse tipo de procedimento técnico. O questionário formulado seguirá apresentado junto aos dados da pesquisa mais à frente, ele foi direcionado a pessoas que preencheram os seguintes critérios que definimos previamente:

- Ouvintes;
- Que fizessem uso constante de redes sociais, incluindo o *Instagram*;
- Maiores de 18 anos;

- Que já tenham ou estejam realizando curso de Libras oferecido nesta rede social;

Adiante, apresentamos o universo da pesquisa, e demais procedimentos de análise dos dados.

4.3 Universo da pesquisa

Foram coletadas a participação dos informantes via respostas no *Google Forms*. A amostragem da pesquisa corresponde, por conseguinte, a 34 informantes. Utilizamos das redes sociais *WhatsApp*, bem como do próprio *Instagram* para recrutarmos tais participantes. Enviamos o link para acesso ao questionário dos possíveis participantes inicialmente pelo *WhatsApp*, pois, utilizamos a estratégia de alcance por meio dos participantes que esta pesquisadora supunha preencher os requisitos elencados anteriormente, e assim, eles participarem da pesquisa.

Partimos assim, para anunciar, pedindo também a participação de outros participantes pelo *Instagram*, pois, o alcance seria maior devido a própria arquitetura da rede, enquanto que no *WhatsApp*, o alcance é limitado pelo número de contatos salvos. O referido formulário ficou 5 meses sendo divulgado e por esse tempo, pensávamos conseguir alcançar um número bem maior de informantes - pelo menos 100 -, mas não conseguimos.

Levantamos hipóteses que a falta de mais participantes para comporem a amostragem, foi devido ao volume de mensagens e informações que circularam nessas respectivas redes sociais utilizadas para a coleta dos dados. Essas outras informações, dados, se tornaram barreiras/concorrências, e assim o questionário da pesquisa foi ficando para trás, motivo de constantemente reiteramos o pedido de participação junto a esses informantes. Contudo, essa estratégia não foi produtiva, no entanto, não nos ocorrerem novas estratégias ao tempo de captação dos participantes. Adiante, seguiremos com a apresentação dos dados da pesquisa que foram coletados conforme as perguntas do questionário.

5 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS DA PESQUISA

Os dados apresentados a seguir, seguirão a ordem das categorias de perguntas que criamos, a saber: 1. perguntas sobre a identificação do público-participante; idade, grau de escolaridade e ocupação profissional; 2. perguntas sobre a motivação/adesão e anúncio/oferecimento aos/dos cursos de Libras oferecidas no *Instagram*; 3. perguntas sobre questões básicas da estrutura desses cursos e por fim; 4. perguntas sobre a organização didático-pedagógicas desses cursos.

Nossa proposta de apresentação é mostrar os dados a partir das perguntas de acordo com as categorias acima elencadas em concomitância também com a quantificação desses dados, e em seguida, os comentários analíticos. Prezamos por perguntas que contivesse em sua elaboração, a perspectiva do aluno-aprendiz da Libras e essas perguntas foram elaboradas da seguinte maneira: 1. na forma múltipla-escolha, as quais os participantes só poderia escolher uma dentre várias alternativas; 2. perguntas fechadas correspondendo como resposta “sim” ou “não”; e por último, 3. perguntas de múltipla-escolha juntamente com a opção de escrever por livre demanda a resposta caso o participante não se identificasse com as alternativas citadas, nesse caso, ou o participante escolhia uma alternativa como resposta ou escrevia sua resposta.

Advertimos também que todos os 34 informantes e suas respectivas respostas entraram na mostram, ou seja, não excluímos nenhum participante e/ou resposta dada, pois a amostragem foi pequena, não superando nossas expectativas como mencionamos anteriormente, por isso, se excluíssemos qualquer resposta, diminuiria ainda mais o número de informantes.

No entanto, percebemos que nos gráficos gerados pelo *Google Forms* a partir das perguntas, nem todos os participantes responderam completamente às 16 perguntas, e, não sabemos a causa exata desse ocorrido pois, nenhum deles relatou ter problemas com o preenchimento do questionário. Assim, cada pergunta sinaliza para este fato na forma visual, ou seja, a imagem dos gráficos sinaliza para quantas pessoas responderam aquela dada pergunta. Adiante, a primeira categoria de análise.

5.1 Categoria 1: Identificação dos participantes da pesquisa

Perguntamos sobre a faixa etária, grau de escolaridade e ocupação profissional. A seguir, o gráfico demonstra os resultados:

Gráfico 1: Nível de escolaridade dos participantes

Primeiro, vamos conhecer você! Você possui qual nível de escolaridade?
34 respostas

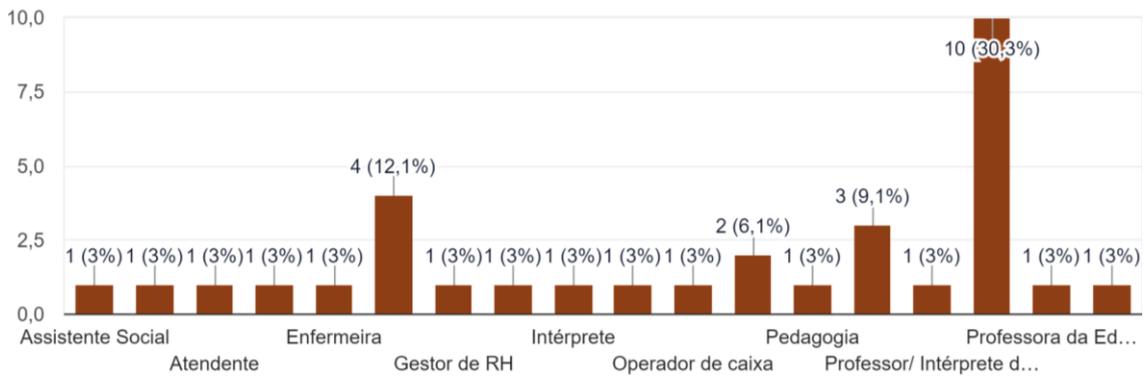


Fonte: dados da pesquisa

Os dados acima mostram que 50% - 17 pessoas - desses informantes estão na pós-graduação, e a segunda parcela significativa de respostas 23,5% - 8 pessoas - são de pessoas que ainda estão cursando o ensino superior. Nesse sentido, compreendemos que podemos estar diante de um público com relativa consciência sobre as questões que permeiam a Libras bem como o acesso as TD por meio do uso de uma rede social como o *Instagram*. Adiante, a segunda pergunta desta categoria.

Gráfico 2: A profissão dos participantes

Qual a sua profissão?
33 respostas



Fonte: dados da pesquisa

A pergunta acima, foi disponibilizada na forma de alternativas e ao mesmo tempo, foi aberta a opções para os participantes digitarem suas respostas, por isso, elas foram tão numerosas. A maioria das respostas (30,3% - 10 pessoas) veio de profissionais da educação. Em segundo lugar, 12,1% (4 pessoas) são estudantes de licenciatura. Por último, 7,1% (3 pessoas) são pedagogos. Além disso, temos 1 participante que é professor e intérprete de Libras, e mais 3 intérpretes de Libras que atuam em diversos ambientes, incluindo o educacional. Em síntese, a maioria deles são profissionais da área da educação, área que concentra grande parte dos interessados em aprender a Libras.

Formamos a reflexão que grande parte dos profissionais é motivado a aprender/inserir-se na aprendizagem da Libras já na formação inicial. No caso dos licenciandos – professores em formação – sabe-se que a motivação principal para que estes estudantes tenham acesso a Libras como disciplina na formação tem a ver como o Decreto 5.626/2005 que regulamenta a lei que dá visibilidade e legaliza o uso, ensino e difusão da Libras - 10.436/2002 - em ambientes formais de ensino bem como dá o reconhecimento desta para ser utilizada livremente em outros ambientes; formais ou não.

Este decreto, mais precisamente a partir do art. 4º, tratar sobre a formação dos professores e prevê a Libras nessa formação. As disposições deste artigo em diante, prevê que esse cuidado na formação desses profissionais deve estar presente obrigatoriamente nos cursos de formação inicial e que a Libras, deverá figurar obrigatoriamente no quadro curricular desses cursos de licenciatura e fonoaudiologia das Instituições de Ensino Superior (IES) de todo o país.

Também no art. 14º, complementar ao supracitado, vai tratar sobre a educação de surdos no ensino regular com a presença da Libras assegurada principalmente pela inserção dos TILS ou pelo professor regente da sala de aula que tenha conhecimentos suficientes para manterem a comunicação com os surdos, neste último caso, é mais comum terem professores habilitados com tais conhecimentos nas escolas bilíngues. Nessas escolas, os professores devem saber se comunicar com seus alunos surdos por meio da Libras, a qual, neste ambiente, é a língua de instrução e o português é ensinado como L2 na modalidade escrita.

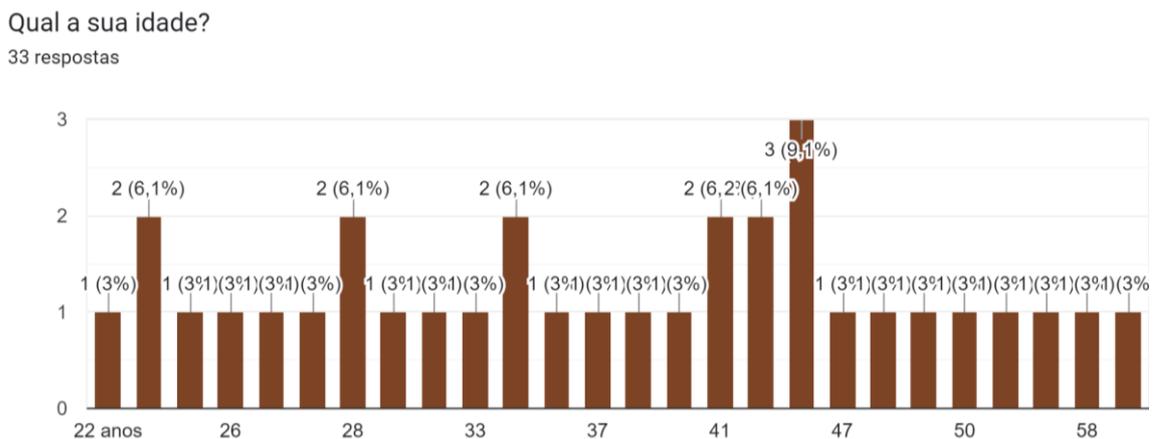
Como a maioria dos informantes são docentes ou estão nesse rumo profissional, esses dados também podem nos ajudar a refletir que os professores que buscam de maneira menos superficial a Libras depois de já estarem no exercício da profissão, muitas vezes, são motivados por conta das necessidades que surgem no dia a dia da docência, ou seja, demandas de ordem profissional convidam estes docentes a aprenderem – se ainda não tiveram essa oportunidade – bem como de aprofundarem de maneira mais consistente, habilidades nessa língua.

Nesse caso, trazemos as reflexões de Gesser (2012) quando fala sobre a motivação na aprendizagem da Libras por ouvintes. A autora classifica e discorre sobre o “cenário da escola” (Gesser, 2012, p.177, grifos da autora) que é algo que se traduz também como: “Tenho um aluno surdo, e agora?”¹⁴. Geralmente, quando estes profissionais se deparam com algum aluno surdo na sala e percebem que o que foi visto por eles lá na formação inicial sobre a Libras, não é suficiente para sustentar a interação como aluno surdo, muito menos garantir que ele seja incluído eficazmente e progrida do curso escolar.

Destarte, além dos números em maior peso relacionados à docência, tivemos a participação de outras profissões que também, carecem de terem pessoas qualificadas para a comunicação com as pessoas surdas, a saber: 2 assistentes sociais, 1 atendente, 1 autônomo(a), 1 gestor(a) de RH, 1 operador(a) de caixa. Os profissionais dessa área, que em geral lidam com o público, são alvo de sérias reclamações por parte de surdos quando vão aos locais de trabalho ocupados por estes profissionais. O conteúdo principal dessas reclamações está na falta de acessibilidade linguística.

Nesse sentido, vemos que há uma preocupação por parte destes profissionais em buscar conhecimentos que promovam interações com surdos por meio da Libras. Devido a amostragem da pesquisa ser pequena, não podemos concluir que esse seja um movimento numeroso considerando estas profissões citadas por último, algo que fica passível de mais aprofundamento em termos estatísticos e interpretativos. Adiante, destacamos a última pergunta desta primeira categoria, a faixa etária dos participantes.

Gráfico 3: Faixa Etária dos Participantes



¹⁴ A autora em questão utiliza essa frase fazendo referência ao título de uma obra de mesmo nome.

Fonte: dados da pesquisa

A pergunta acima também ofereceu alternativas e espaço para que os participantes digitassem suas respostas, isso explica a tamanha variedade de dados. Eles – os dados – acima, mostram que a faixa etária dos participantes vai dos 22 anos até 58 anos, uma distribuição bem variada de idade acima dos 18 anos – que foi um dos primeiros critérios definidos por nós para a participação dos informantes. O maior número de participantes é liderado entre os que estão na faixa etária a partir dos 40 anos. Abaixo, apresentamos as perguntas da categoria 2.

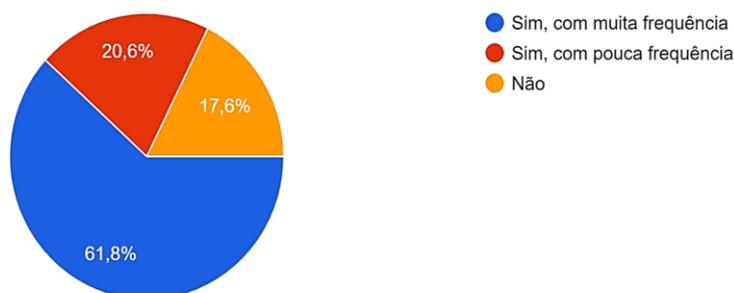
5.2 Categoria 2: Motivação/Adesão aos cursos de Libras mediante o Anúncio/Oferecimento destes pelo *Instagram*

A primeira pergunta desta categoria busca o interesse pelo anúncio dos cursos de Libras, ou seja, o marketing, oferecimento do produto, a saber:

Gráfico 4: Anúncio dos cursos de Libras no *Instagram*

Você costuma receber anúncios de cursos de Libras pelo *instagram*?

34 respostas



Fonte: dados da pesquisa

A maioria das respostas apontam para o constante anúncio de conteúdos como o marketing que rondam os serviços educacionais, nesse caso, oferecendo cursos de Libras. Os 61,8 % dos participantes, 21, afirmaram que têm contato frequente com as propagandas de cursos de Libras, e sabe-se que isso é administrado pelo sistema algorítmico do *Instagram*, que é um sistema semelhante à de outras redes sociais como o *Facebook*, o *YouTube*, etc.

Geralmente, os conteúdos que as pessoas mais acessam, são na verdade, **recomendados**¹⁵ inicialmente pelas ferramentas de IA (Inteligência Artificial) dessa plataforma. Elas vão agindo, também, no sentido de ir construindo o perfil de consumo dos tipos de conteúdos dos usuários.

Essa forma de construir o perfil dos usuários em termos de conteúdos, revela entre outras questões, o fato de em grande parte das vezes, as pessoas **não escolherem naturalmente** por esses conteúdos, e assim, ficam à mercê das recomendações que o algoritmo vai mandando. Além do mais, é necessário mencionar que esses anúncios são pagos pelos anunciantes, isso explica a alta frequência como que muitas pessoas – como mostram os dados acima – são bombardeadas com anúncios de conteúdos específicos ou variados, nesse caso, os anúncios de cursos de Libras.

Por outro lado, os cursos de Libras, podem vir também, entre as postagens que não são curtidas pelos usuários, mas que estas, podem vir pelo tempo mínimo de visualização - 3 segundos - desse conteúdo no *feed* do *Instagram* e automaticamente, as ferramentas que regulam a disposição dos conteúdos se encarregam de bombardear os usuários com outros conteúdos semelhantes. À proporção que as pessoas vão curtindo, dando *likes* nesses conteúdos, o sistema de recomendações vai “anotando” o “gosto” dos usuários e assim, vai escolhendo por associação, conteúdos semelhantes até o usuário se interessar por outro tipo temático de conteúdo.

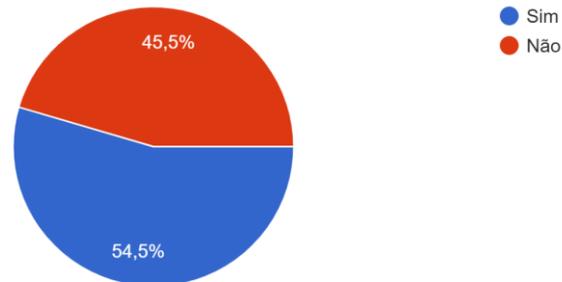
Nesse sentido, podemos refletir também que essas ferramentas que regulam, administram estes espaços virtuais, pensadas nesses moldes, contribuem significativamente para impulsionar os perfis dos empreendedores educacionais: professores, intérpretes e instrutores de Libras, fazendo com que conteúdos relacionados a Libras, comunidade surda e afins cheguem a números volumosos de pessoas e por conseguinte, estas podem ser tornar futuros aprendizes da Libras, sem contar os que já são por ocorrência desse mecanismo. Nesse sentido, segundo Dornelas (2005) há **necessidade** e **oportunidade** para empreender e o marketing do produto ganha novas formas de veiculação, pois este espaço das redes sociais, pede novidades nesse âmbito. A seguir, a segunda pergunta desta categoria.

Gráfico 5: A influência dos anúncios no processo de escolha/adesão aos/dos cursos de Libras

¹⁵ Essas questões se relacionam às discussões sobre os *Sistemas de Recomendação* que envolvem a arquitetura das redes sociais bem como se relacionam diretamente a venda de produtos, marketing digital, e-commerce. Para mais informações, cf. (Ferreira e Oliveira, 2012).

Os anúncios influenciaram na sua decisão em fazer um curso de Libras?

33 respostas



Fonte: dados da pesquisa

A pergunta acima tem relação direta com a discussão anterior sobre os sistemas de recomendação dessas plataformas da *web*, sejam redes sociais ou não. Ferreira e Oliveira (2012) desenvolvem a ideia de que esses sistemas de recomendação, que estão presentes em quase todos os tipos de espaços/ sítios virtuais; sites, redes sociais, blogs, plataformas, etc., acabam sendo preponderantes na adesão dos usuários à certas ideias, e agem na decisão pela compra de um produto. Com efeito, 54, 5% dos participantes, 18 deles, responderam que os anúncios exerceram sim o poder de influência na adesão aos cursos de Libras propagandeados.

Isso atesta para eficácia do alcance em números de pessoas as quais estão tendo contato com assuntos diversos nas redes sociais, inclusive, sobre a Libras, a comunidade surda e afins. No caso do marketing relacionado aos serviços educacionais, vemos que esse campo está em expansão frente ao número crescente de interesse dos usuários da *web* em saberem mais sobre essa língua, não esperando apenas os espaços tradicionais de difusão de conhecimentos e informações. Podemos perceber também, que anunciar um produto/serviço numa rede social como o *Instagram*, tendo milhões e milhões de usuários Brasil a fora, faz com que seja um espaço de escoamento de profissionais da educação como proposta de discussão tecida por nós na terceira seção.

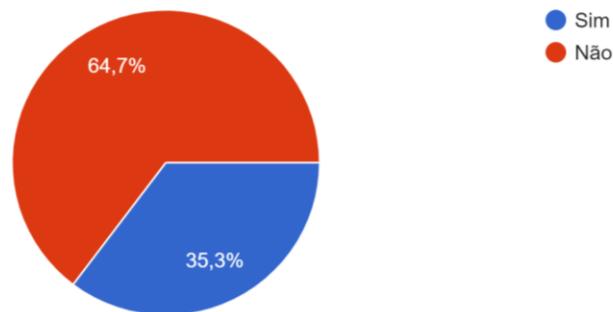
Vemos nessa rede social, uma oportunidade, além do compartilhamento de informações e notícias diversas sobre qualquer assunto, nela, há a possibilidade de fortalecer o espírito empreendedor dos docentes, pois o próprio espaço oferece funções destinadas a função comercial, ou seja, para os empreendedores, donos de empresas. As pessoas que mantêm a conta comercial no *Instagram*, têm acesso a funções diferentes das contas comuns. Nela há ferramentas para impulsionar a venda do produto com especificações distintas.

Assim, o empreendedorismo destes docentes, faz com que as redes sociais sejam mais um espaço para eles divulgarem informações, construírem conhecimento sobre a Libras, a comunidade surda e suas pautas, fortalece também a ideia de transformações sociais pela assunção de novas posturas sobre os surdos, a surdez, como referidos por Gesser (2012). Ter pessoas ouvintes como atuantes apoiadores da causa surda a partir da aprendizagem da Libras é uma expressão muito significativa para com a não desinformação de questões sobre tal público, suas peculiaridades e lutas. Nesse sentido, como dito por Silva (2022), o uso do *Instagram* estará muito além do entretenimento e sim, a serviço do ensino da Libras e por extensão, do ensino de conteúdos que podem servir para os ambientes escolares também.

Vamos a seguir, para a terceira pergunta desta categoria.

Gráfico 6: Curso pago ou não?

Você pagou pelo curso?
34 respostas



Fonte: dados da pesquisa

Nossa intenção ao realizar esta pergunta é de fato saber sob quais condições a modalidade *online* de oferecimento do produto *curso de Libras* se deu. Com isso, queremos observar a relação desse oferecimento mais tradicional do produto com um fenômeno que ocorre na propaganda de certos produtos na *web*, em especial no *Instagram*. O que ocorre é que, muitos empreendedores, ao anunciarem seus produtos, fazem com que os **possíveis- futuros-clientes** “experimentem” estes produtos por um tempo limitado e assim, essas são formas de eles terem mais chances desses futuros clientes aderirem de maneira imediata ao produto.

No caso dos cursos de Libras, os perfis os quais oferecem o ensino dessa língua, geralmente são de professores, intérpretes e instrutores de Libras. Eles promovem essa aproximação do produto ao público como **isca** para fisgar seus **clientes-alunos** oferecendo

propostas que vão desde o oferecimento de cursos grátis, até a parcialidade de uso grátis desses cursos. Tal exemplo, pode ser vislumbrado na imagem a seguir:

Figura 7: Marketing de um curso de Libras por um perfil do *Instagram*



Fonte: @debora_libras¹⁶

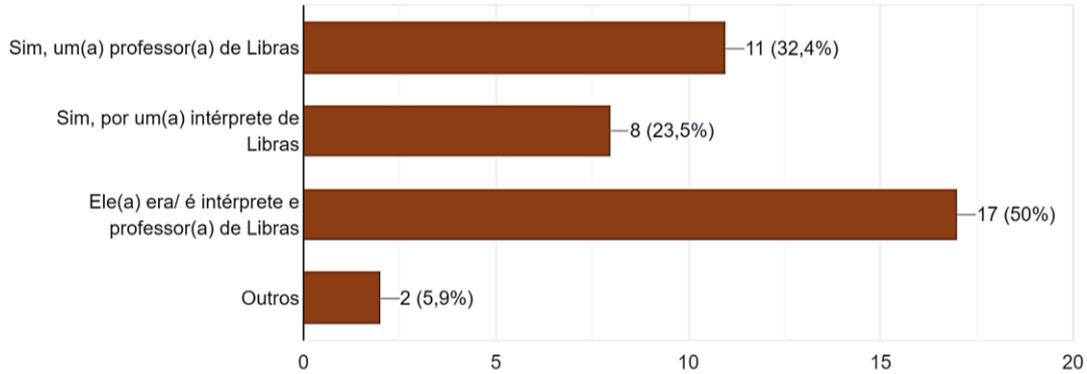
Parece que as respostas dos participantes rumam no sentido de fortalecer essa nossa pressuposição, no entanto, para que ela seja comprovada, carecem de outros dados, ou mesmo uma amostragem maior os quais não são objetivamente o foco desta pesquisa, mas ficamos com um questionamento que pode ser explorado em pesquisas futuras: será esse o famoso **marketing agressivo** em se tratando do mercado educacional na área do ensino de Libras? Adiante, quarta pergunta dessa categoria.

¹⁶ Captura de tela feita de um vídeo de uma postagem do perfil da Prof.^a de Libras Débora Dable, cf. o perfil dela em: https://www.instagram.com/debora_libras/.

Gráfico 7: Habilitação profissional dos mentores dos cursos

No curso que você fez (faz), as aulas eram (são) ministradas por um(a) professor(a) de Libras?

34 respostas



Fonte: dados da pesquisa

A intenção dessa pergunta que o gráfico ilustra os resultados acima, se faz no sentido de entender quem são os profissionais que estão na base do oferecimento de tais cursos, pois, o ensino de Libras, por muito tempo, foi mediado por pessoas que estavam próximas de pessoas surdas – em geral, parentes desses surdos – o que as fazia naturalmente, tradutoras-intérpretes, assumindo assim, a responsabilidade de mediar a comunicação desses surdos com o restante do mundo. Essa é basicamente a origem histórica dos TILS, entretanto, perguntar cientificamente algo do tipo, demonstra uma preocupação com o ensino de Libras e suas formas de manifestação num espaço como esse das redes sociais, espaço esse que disponibiliza uma abertura enorme de todo tipo de informações; umas preocupadas e acurados e outros, nem tanto.

Nesse sentido, trazemos as reflexões de Silva (2021) o qual discutiu sobre essa relação do saber que demonstra a competência comunicativa e expressiva de pessoas surdas e/ou de ouvintes na Libras, e por outro lado, existe o saber didático-pedagógico que são necessários para legitimar o ensino dessa língua. O objetivo de Silva (2021, p. 1) é dizer que: “ser surdo ou ouvinte sinalizante de Libras não significa saber ensinar a língua, pois é necessário ao professor de Libras a formação profissional, o conhecimento linguístico e o saber didático”.

Silva (2021, p. 4) menciona que as legislações¹⁷ que tratam da educação de surdos e por conseguinte, que os professores de Libras para atuar na formação destes surdos “devem ser prioritariamente surdos”, pelo fato de serem os nativos linguísticos. Contudo, o autor, “não

¹⁷ O autor se refere ao Decreto nº 5.626/2005 e a Lei nº 13.005/2014.

aderindo às prerrogativas ideológicas” (p. 5) incutidas nessa discussão, opta pelo caminho da problematização sobre essa temática lembrando os saberes próprios que atestam as competências, saberes e atribuições que um professor precisa ter para ensinar Libras, e para isso, ele não deve se valer somente pela prerrogativa de ser um nativo linguístico. Nesse sentido, esses saberes são administrados de maneira complexa dadas as condições de manifestação da profissão docente hoje, que exige muitos requisitos para acolher pessoas para se tornarem profissionais desse âmbito.

Com a luz que as reflexões de Silva (2021), suas preocupações se alinham às nossas no sentido de saber quem são as pessoas por trás desse oferecimento/ensino nos cursos de Libras nessa modalidade *online* de ensino, e por extensão, saber como é manifestado esse ensino. Os dados acima mostram que grande parte desses professores de Libras são também TILS. Nesse caso, eles certamente alinham seus saberes da tradução e interpretação ao ensino desta língua, o que ao nosso ver, somam-se como pontos positivos, no entanto há de que fato investigar em outras oportunidades se esses profissionais são de fato formados como TILS ou apenas elegendam a experiência de um falante com boas habilidades expressivas na Libras.

Esses profissionais, apesar de inicialmente não serem formados para a docência em Libras – especificamente, os TILS que não procuram a formação continuada na área da docência – lidam com vasto conhecimento científico sobre a Libras bem como atua no desenvolvimento das competências comunicativas e expressivas dessa língua em vários contextos, lidando inclusive, com uma carga de conhecimentos lexicais e formas de expressá-los aplicados aos contexto de trabalho em sua prática interpretativa e tradutória. Assim, cremos que estes dados somam como importantes pistas para saber quem são os profissionais, em termos de qualificação, que atuam nesse ensino *online* de Libras.

Adiante, a última pergunta dessa categoria no gráfico abaixo.

Gráfico 8. Motivações para buscar cursos de Libras pelo *Instagram*

O que o motivou a fazer o curso de LIBRAS oferecido pelo Instagram?

34 respostas



Fonte: dados da pesquisa

O gráfico acima ilustra os resultados da pergunta que traz a motivação primária desta pesquisa, e que vem comprovar a hipótese que acolhemos desde o início desta pesquisa. Tomamos como base o raciocínio de que a principal motivação para as pessoas buscarem cursos de Libras no *Instagram*, é que elas tomam os fatores: comodidade de estudar em qualquer lugar e flexibilização de horários, como principais motivações. Sendo assim, esses cursos são uma “mão na roda” para quem tem diversas dinâmicas de vida em que não encaixa bem o fato de se apresentarem constantemente de maneira presencial, às instituições de ensino para terem acesso à Libras.

Além das dinâmicas complexas de vida que as pessoas tomam diariamente e que as impede de ir até as salas de aulas físicas, podemos refletir pelo lado da própria comodidade mesmo, fator esse que faz com que, a cada vez mais justifique a adesão das pessoas aos cursos *online* de modo geral. Refletindo sobre essa questão, percebemos que encarar os investimentos com um curso de línguas é de certa maneira, para muitos não afortunados, algo não muito barato; se bem que também há os cursos que são acessíveis com os preços, a depender das formas de parcelamento. Mesmo assim, são valores a considerar.

Outra questão nesse sentido, é o fato de as pessoas evitarem os gastos com o deslocamento até a sala de aula física desses cursos presenciais e por isso, optam pelo formato *online*, que nesse quesito, tem seduzido muitas pessoas. Enfim, há muitas variáveis a se considerar nessa discussão, mas percebemos que a propaganda dos cursos *online* se fortalece consideravelmente com essa **sedução da comodidade**.

Em segundo lugar, os dados apontam - 20,6 %, 7 pessoas - para os motivos por demanda profissional. Essa foi uma pressuposição que pudemos comprovar também, pois, as razões de

“O curso teve (tem) plataforma própria?”, essa foi uma pergunta aberta, deixamos que os informantes escrevessem suas respostas, por isso, os resultados não vieram em forma de gráfico. Seguem os resultados abaixo.

Figura 8. Uso de outras plataformas digitais para realização dos cursos de Libras

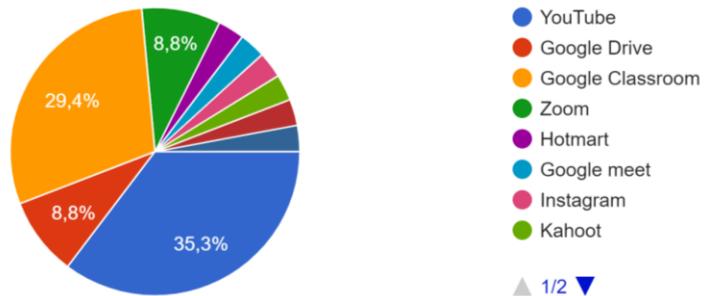


Fonte: dados da pesquisa

Dentre sins e não, alguns participantes apontam que há sim a co-ocorrência de outras plataformas presentes nesses cursos. Dentre as plataformas mais citadas pelos participantes estão: o *Google Classroom* e o *Google Meet* para serem utilizadas como AVA. E a terceira pergunta dessa categoria, abaixo, complementa os dados acima, a saber:

Gráfico 10. Outras plataformas utilizadas nos cursos *online* de Libras

Que outra plataforma foi utilizada durante as aulas do curso?
34 respostas



Fonte: dados da pesquisa

Não só as plataformas mais conhecidas citadas anteriormente que foram/são utilizadas por esses cursos, como também, o *YouTube* tendo a maioria em número de respostas: 35,3%, 12 pessoas. E em segundo lugar, o *Google Classroom*. A primeira plataforma oferece os recursos de visualização e armazenagem de vídeos de curta¹⁸ e longa duração, como também é utilizado para fazer videoconferências ao vivo, amplamente utilizadas para realização de palestras, cursos e outros eventos *online*.

É muito comum também, por exemplo, terem videoaulas nessa plataforma que podem ser encontradas lá de acordo com a temática, ou até mesmo, este espaço ser utilizado como armazenador de vídeos de atividades, com opções que colocam o vídeo com visualização ao público ou não. Enfim, essa plataforma oferece várias formas de utilidade como AVA e sua arquitetura versa sobre essas finalidades funcionais relacionadas à imagem de longa ou curta visualização.

A segunda plataforma citada nas repostas, *Google Classroom*, permite utilizar não só arquivos como vídeos e imagens, mas também, arquivos em formato de texto. Geralmente, essa plataforma é utilizada para armazenar tais formatos de arquivos, os quais podem ser colocados como tarefa; e aí são atribuídos prazos para entrega dessa tarefa ou atividade, bem como aferidas as pontuações. Ela permite interação ou *feedback* por meio de comentários particulares em cada tarefa/atividade atribuída pelo administrador da sala, ou seja, o professor da classe. Essa plataforma é inclusive, mencionada pelo depoimento transcrito que fizemos do Prof. Gilbervan na terceira seção. Ele afirmou utilizar essa plataforma quando iniciou na carreira de professor de Libras na modalidade *online*. Ele a utilizou para armazenar videoaulas, atividades e afins, bem como ter o *feedback* dos alunos por meio desse espaço.

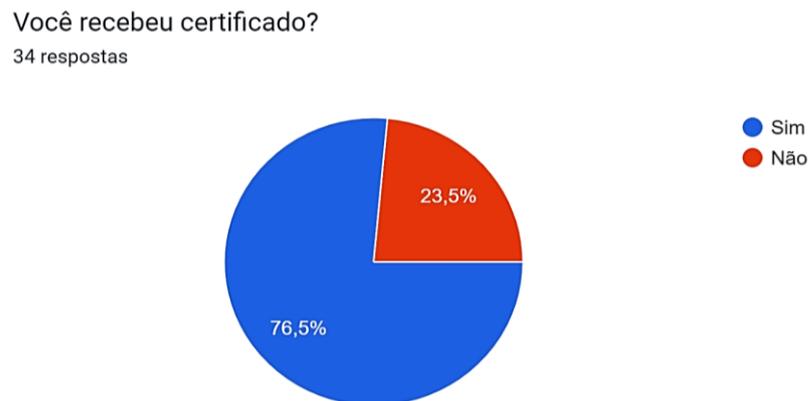
Foram também apontadas outras plataformas pelos informantes mesmo que em menor proporção. Destacamos, a saber: *Zoom* e *Google Meet*; estas duas plataformas fornecem interfaces semelhantes, pois, basicamente, atuam como fornecedores de videoconferência ao vivo, com alguns outros recursos que facilitam a interação como: chat para comentários e perguntas, filtros para ambientação virtual do cenário, emojis, etc. Como AVA, são muito utilizadas para realização de aulas síncronas, bem como eventos em geral; palestras, seminários, conferências, simpósios, etc.

¹⁸ Também tem o recurso chamado *YouTube shorts* que comporta vídeos de duração menor, em geral, 30 a 60 segundos, assim como o *reels* do *Instagram*.

Por último, o *Kahoot* e o *Google drive*, o primeiro: utiliza como princípio pedagógico a aprendizagem por meio da gamificação. Nela, os professores podem organizar quizzes sobre determinado conteúdo e os alunos podem acessá-la para interagirem por meio de atividades que por meio desse princípio. O segundo, é uma plataforma que serve para armazenar arquivos que demanda grande volume de armazenamento, neste caso, os professores e alunos a utilizam para guardar videoaulas, e materiais como livros, imagens, etc.

Em síntese, essas duas últimas perguntas foram feitas com base no que mencionam Silva (2022) e Freitas (2022) sobre o *Instagram* funcionar como um recrutador de público, de pessoas. Essas pessoas, quando se tornam alunos desses cursos, são alocados em outras plataformas para realização de atividades, interações, enfim, a parte que manifesta, conduz o ensino-aprendizagem da Libras. A seguir, a última pergunta dessa categoria

Gráfico 11. Certificação dos cursos *online* de Libras



Fonte: dados da pesquisa

Essa pergunta em relação ao objeto de estudo desta pesquisa, encontra sentido se pensarmos nos aspectos organizacionais destes cursos oferecidos. “Certificar” significa, nesse caso, imprimir um ar de organização, formalidade, e, portanto, um atrativo interessante para associar ao marketing por trás do anúncio desses cursos. Nosso objetivo em fazer essa pergunta era saber sobre esse aspecto, pois, achamos importante pensar a certificação como parte do processo formativo, mesmo que estes cursos, em grande parte, não ofereçam um certificado com o mesmo teor que os emitidos pelas instituições de ensino devidamente credenciadas pelo MEC (Ministério da Educação) em virtude de sua classificação como curso livre. Nesse caso, a depender dos objetivos de aprendizagem dos cursos procurados pelos aprendizes, esses certificados mudam de teor e validade.

Adiante, apresentamos a última categoria de perguntas.

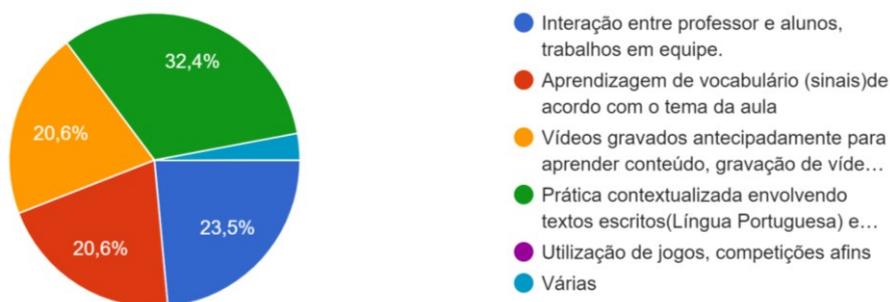
5.4 Categoria 4: Aspectos Linguísticos e didático-pedagógicos dos cursos de Libras *online*

Esta categoria versa sobre as perguntas relacionadas aos aspectos linguísticos propriamente ditos bem como as questões de ordem didático-pedagógicas desses cursos de Libras oferecidos no *Instagram*. Questões essas que evocam um dos nossos objetivos de pesquisa: Saber se os alunos que participam de cursos *online* de Libras conseguem alcançar seus objetivos e adquirir habilidade linguística de forma satisfatória.

Gráfico 12. Estratégias de ensino utilizadas nos cursos *online* de Libras

Qual ou quais foram as estratégias de ensino mais utilizadas? Assinale pelo menos duas das alternativas abaixo.

34 respostas



Fonte: dados da pesquisa

Das alternativas escolhidas acima, a de cor verde: “prática contextualizada envolvendo textos escritos (língua Portuguesa) e textos visuais em Libras”, se destaca como alternativa em que teve a maioria em número de informantes; 11, as demais, com exceção da de cor azul claro – a que tem o menor número de participantes – tiveram resultados bem aproximados uma das outras.

O objetivo de sabermos sobre as estratégias de ensino empregadas nesses cursos de Libras é tentar entender como são feitas, constituídas, as estratégias de ensino em termos práticos nesses cursos *online*, e por isso, pensamos nesse conjunto de práticas descritas por meio das alternativas da pergunta. Falando particularmente da experiência de ensino-aprendizagem dessa pesquisadora em vários cursos de Libras presenciais, percebi pelas respostas que o gráfico

acima mostra, que essas práticas assinaladas pelos participantes, não se diferenciam das que são empregadas nos cursos presenciais de Libras. Elas são, na verdade, as práticas mais comuns que já tive contato e vi muitas outras pessoas relatando haver nos cursos de Libras em outras instituições para além das que frequentei.

No que diz respeito à prática de maior escolha pelos participantes comentada anteriormente, trazemos as palavras de Gesser (2012, p.153) que diz que essa prática de ensino com base em textos, ou melhor, em gêneros textuais para ouvintes no aprendizado da Libras, “torna-se necessária (...) não apenas como pretexto para torná-los proficientes na nova língua, mas como uma forma de torná-los aptos essencialmente para práticas sociais nas diversas esferas discursivas da língua brasileira de sinais”.

Assim, alinhamos nossa reflexão às palavras da autora, pois, qualquer que seja a motivação em aprender a Libras, estes aprendizes sempre estarão expostos a uma gama de gêneros textuais/discursivos para se manifestarem. Esses gêneros circulam e são formulados sócio-comunicativamente em contextos também diversos e, por meio da Libras, haverá essa oportunidade vasta para estes aprendizes se apropriarem. Contudo, em se tratando de ensino, e por conseguinte, chamando atenção aos professores, Gesser (2012) faz questionamentos e observações importantes a respeito de critérios e como orientar essa pedagogia em que o texto ocupa lugar de destaque no ensino de aprendizes ouvintes da Libras.

Um dos primeiros critérios sobre a escolha desses gêneros textuais que ela discute é que esta escolha deve ser feita com base na “recorrência e frequência de uso na nossa sociedade” (Gesser, 2012, p. 153). Assim, com base nessa recorrência, a autora sugere também que os textos orais e escritos em português assim como os textos em Libras, “serão contemplados para ilustrar e sugerir atividades de ensino com base nessa proposta” (Gesser, 2012, p. 154).

Segundo a autora, essa proposta, tornará “possível proporcionar ao aluno diferentes formas de interação com a língua-alvo”, pois,

uma conversa casual com um amigo, um relato de experiência, uma narrativa de conto, uma conversa de aconselhamento, uma orientação para explicar uma receita médica, uma explicação de um fato, contar uma piada, comentar um anúncio publicitário, fazer uma entrevista oral, uma sinopse de um filme etc. (Gesser, 2012, p. 154)

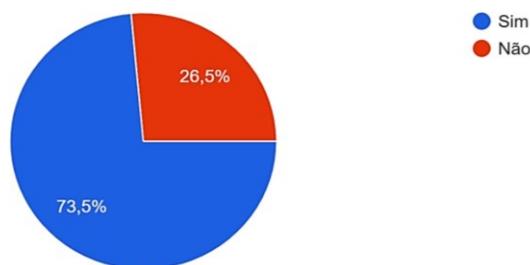
Assim, todos esses gêneros textuais/discursivos elencados acima pela autora, convidam ao protagonismo expressivo desses aprendizes. Destarte, outro modo de orientar criteriosamente essa prática de ensino por meio do texto, está em o professor precisar “definir o perfil do grupo” (Gesser, 2012, p. 154), pois, para que o trabalho com gêneros textuais funcione, a autora ressalta que é preciso sondar os alunos e saber quais tipos de textos eles

demonstram interesse para que sua utilização na Libras seja significativa, seja apreensível (Gesser, 2012).

Sendo assim, a **definição do perfil dos alunos** será um outro critério de extrema relevância para que os aprendizes caminhem para desenvolver as competências linguísticas em Libras (Gesser, 2012). Por último, a autora destaca que o professor também precisa se atentar para a temática desses textos, que é um aspecto importante aliado ao gênero optado, já que ela sugere que os textos escolhidos devem ser os de circulação e recorrência social. Ressaltamos também, que essas colocações, sugestões e observações que a autora faz, versam sobre uma “aprendizagem com ênfase na comunicação geral” inseridas numa abordagem comunicativa. A seguir, apresentamos a segunda pergunta desta última categoria.

Gráfico 13. Satisfação no uso das estratégias de ensino e na estrutura geral do curso oferecido

As estratégias de ensino, bem como a estrutura do curso de maneira geral atenderam às suas expectativas?
34 respostas



Fonte: dados da pesquisa

Tendo relação com a pergunta anterior, a pergunta acima, demonstra que em geral, os informantes demonstraram gostar das estratégias de ensino empregadas nestes cursos *online* de Libras, motivo de 25 – os 73, 5% - deles terem respondido positivamente à pergunta. E também, a segunda parte da pergunta; sobre o atendimento às expectativas criadas em relação a estrutura geral do curso serem positivas, isso pode indicar que a qualidade desses cursos é satisfatória desde seu anúncio/oferecimento pelo planejamento do marketing, até sua consumação, ou seja, quando os alunos chegam na parte que lhes interessa em específico que é o ensino-aprendizagem da Libras.

Nesse sentido, entendemos que saber sobre o nível de satisfação destes aprendizes com esses cursos, diz respeito também, à forma como vai funcionar a propagação destes cursos por

destes mesmos alunos, pois, segundo a máxima popular: “o boca a boca” sobre o produto/serviço também lhe conferem a certificação de qualidade e mais: atraem novos clientes.

Desse modo, esse nível de satisfação que é também perguntado nesses cursos como forma de avaliá-los, utilizando para isso, avaliações impessoais feitas pelos alunos – aquelas que acontecem sem que os envolvidos se identifiquem – faz parte da melhora na prestação do serviço já que se queira continuar investindo e crescendo nesse ramo. E, em se tratando de cursos *online*, tendo uma rede social como o *Instagram* para anunciá-lo, vendê-lo, se torna algo mais delicado pois, exatamente todos que utilizam essa rede social, assim como as outras, podem divulgar – e divulgam – suas opiniões que ora funcionam para alavancar mais esses perfis – dos vendedores desses cursos, ou seja, professores, intérpretes, instrutores de Libras – ou, fazem com que as pessoas não apostem, credibilizem esses perfis.

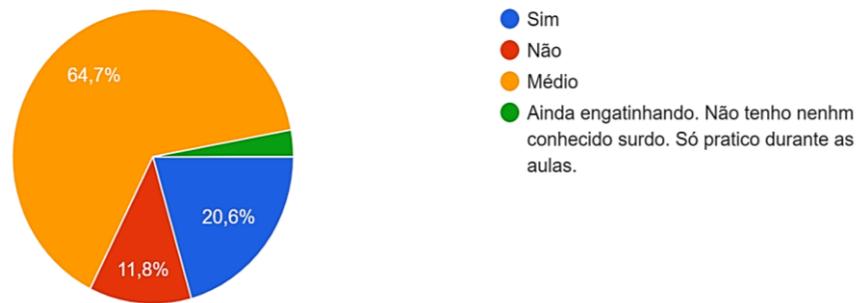
Essa divulgação de opiniões é muito comum sobre qualquer tema, qualquer assunto, acontecimento, etc., por isso, com base em Silva (2022), que tece comentários sobre esse constante uso das redes sociais, em específico, do *Instagram*, e a necessidades dos usuários em movimentarem seus perfis por meio de qualquer assunto, tema. A autora classifica esse fenômeno como “um espaço de portfólio de militância” (Silva, 2022, p. 27), ou seja, o *Instagram*, basicamente adquire essa finalidade frente a forma como os usuários da atualidade estão utilizando-o, que imprime uma certa supervalorização de qualquer informação pessoal divulgada nesse espaço.

Sendo assim, as pessoas mostram a si, suas crenças, gostos, preferências sobre qualquer assunto/tema e com isso, movimentam milhões de outras pessoas a também seguirem de forma igual seus estilos de vida. Por isso pensamos na pergunta em questão, afinal, ela também funciona como termômetro desse ensino de Libras oferecido nessa modalidade. Adiante, apresentamos a terceira pergunta dessa categoria.

Gráfico 14. Nível de fluência alcançada

Após o curso, você atingiu um bom nível de fluência na Libras ?

34 respostas



Fonte: dados da pesquisa

Os informantes demonstram pelos dados acima, que o nível de fluência alcançada nesses cursos é mediano – 64,7%, 22 respostas – e por isso, podemos trabalhar com a hipótese de que esses aprendizes alcançam esse nível por talvez não terem a chance de praticarem, exercitarem a Libras de maneira a considerar o contato face a face com outro sinalizante, principalmente, os surdos, já que se quer desenvolver-se nessa língua para alcançar a comunicação fluida com esse sujeito.

Sendo assim, essa falta de contato “ao vivo” dos usuários da Libras por conta da própria modalidade do curso, pode não favorecer a verticalização na fluência linguística e nesse sentido, essa questão pode funcionar como uma das principais razões da não-fluência ou desenvolvimento de habilidades expressivas nessa língua. Essa hipótese é sinalizada pela a resposta de cor verde do gráfico, com menor porcentagem de respostas 2,9%, 1 resposta apenas. Apesar da baixa ocorrência dessa resposta em específico, ela pode apontar para esse fenômeno.

Contudo, falar que a não verticalização da fluência na Libras tem relação direta com a os cursos *online* é certamente perigoso, pois, retomamos a Gesser (2012, p. 44-51) quando tece recomendações aos professores de Libras que tem como público os ouvintes, o que faz dessa discussão algo mais amplo e complexo. A autora em questão, recomenda que os professores tenham conhecimento do perfil de seus alunos, pois, essa seria uma forma de entender os interesses e necessidades deles para com a aprendizagem da Libras, o que traz a discussão para quais objetivos ou até mesmo, a própria questão da **motivação** dessa aprendizagem, como refletidos nos dados do gráfico 8.

Os ouvintes que se inserem na aprendizagem da Libras com objetivos de aprenderem-na do básico nesses cursos *online*, certamente tem objetivos de aprendizagem diferentes dos

que já tem algum insumo linguístico. Assim como se esse aprendiz é um docente de qualquer área, e nesse caso, a autora reforça que os **interesses e objetivos** de aprendizagem desse docente certamente implicará em relacionar os conhecimentos de sua área de docência, ou seja, se ele é professor de português, ele terá necessidade por exemplo, de relacionar diferenças contrastivas entre estes dois sistemas linguísticos, bem como terá necessidade de ser exposto, aprender o também o léxico de especialidade que envolve sua área de formação e demais questões que envolvem esse processo, pois, isso incidirá na sua prática profissional.

Nesta pesquisa, pensamos em um questionário que contivesse perguntas que dessem conta dos diversos tipos de aprendizes, e constatamos, pelo perfil educacional, étário e profissional que foram perfis variados, mas, houve destaque para o perfil de aprendiz que tem ou está no ensino superior, que já tem/ou terá a docência como campo profissional. Sendo assim, refletindo sobre esse perfil de aprendizes, vemos que suas necessidades e interesses na aprendizagem da Libras certamente versam sobre essa inter-relação com seu campo profissional, dadas as posteriores reflexões tecidas conforme a primeira categoria de perguntas apresentadas aqui. Portanto, seria óbvio supor que este público tem interesses de aprendizagem que superam os níveis básicos de expressão linguística.

Nesse sentido, para que os professores conheçam *o perfil de seus alunos*, Gesser (2012, p. 48) sugere que este processo pode ser realizado por meio de questionários, formulários que vão inventariar essas questões primárias e de extrema necessidade. Nesses questionários, o professor precisa saber sobre a área de formação do aluno, idade, interesses e necessidades para com o aprendizado da Libras; se ele está nessa aprendizagem por questões profissionais, se é por conta de necessidades estudantis - no caso dos alunos que estão na graduação, pesquisadores, etc., por exemplo – se é parente/familiar de pessoa surda, se é um curioso que quer saber mais sobre a Libras, comunidade surda, etc.

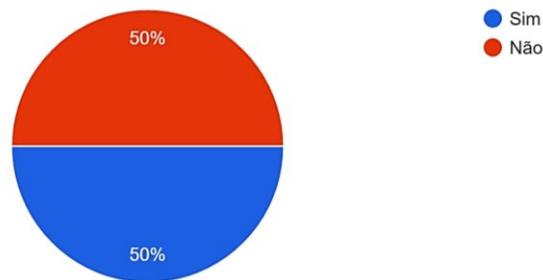
Enfim, essas são recomendações que a autora faz, e que servirão inclusive, para orientar a abordagem de ensino - gramatical, comunicativa, etc., as estratégias de ensino do professor e as estratégias de aprendizagem dos alunos, estilos de aprendizagem, bem como a seleção de conteúdo. Sendo assim, a resposta dos informantes a esta questão pode estar nesse mar de fatores que envolvem essa aprendizagem por meio dessa modalidade.

Por último, entendemos que a fluência linguística, é algo desejado por todo aprendiz da Libras, ou melhor, por todos aprendizes de qualquer língua, e que está relacionada com muitos fatores, inclusive os fatores afetivos (Lacerda, Caporali & Lodi, 2004; Gesser, 2012) ou seja, as questões psicológicas e emocionais que influenciam nessa verticalização ou não fluência na

Libras. Sendo assim, não é uma discussão breve e simples, há muitos fatores a considerar. Adiante, apresentamos a última pergunta desta categoria e última pergunta a ser analisada dos dados da pesquisa.

Gráfico 15. Aplicação dos conhecimentos adquiridos

Após o curso, você saberia utilizar todos os aspectos linguísticos da Libras que foram ensinados durante o curso?
34 respostas



Fonte: dados da pesquisa

A pergunta acima, ao nosso ver, demonstra um interesse pelo nível de organização didático-pedagógico do curso, o que também inclui neste caso, os conteúdos propriamente ditos e toda a organização lógica deles. Como os resultados derem meio a meio, pode ser que metade dos informantes tenham chegado a um certo nível mediano, em termos de expressão linguística na Libras, remontando aos resultados e reflexões tecidas junto a pergunta anterior.

Contudo, a outra parte destes informantes que respondeu afirmativamente, demonstram ter conseguido apreender o que fora ensinado, ou seja, apreenderam os conteúdos vistos, o que revela um nível de expressividade e conhecimentos mais aprofundados na Libras e por isso, estes afirmam saberem aplicar os conhecimentos constituídos em termos de expressão/fluência na Libras. Desta forma, essa parcela afirmativa, pode ter tido sua inserção na comunidade surda de forma anterior à sua entrada nesses cursos de Libras, o que aumentaria assim, o nível de conhecimento construído e aplicados sobre os aspectos linguísticos da Libras depois de finalizarem esse processo formativo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Discutir sobre as implicações no ensino-aprendizagem da Libras por aprendizes ouvintes tendo o *Instagram* como *locus* de pesquisa foi uma forma de conferir, relacionar e verificar novos recortes sobre as pesquisas científicas que deem foco à Libras. É também uma forma de ampliar as discussões envolvendo perspectivas de estudo que intencionam discutir de maneira relevante a difusão, uso e ensino desta língua.

Porém, antes, como esperado, os desafios são parte que compõe a pesquisa, tornando este processo mais complexo, levando em consideração as várias etapas e procedimentos com os rigores a cumprir. Citamos como um dos principais desafios: a captação de informantes para responderem ao questionário da pesquisa, pois, o questionário fora aprontado com tempo suficiente para alcançarmos uma amostragem mais expressiva e, no entanto, apenas 34 pessoas responderem.

Nós analisamos esse ocorrido lembrando das palavras de Silva (2022) a qual reflete que as pessoas estão muito assiduamente utilizando as redes sociais e por isso, fazem desse uso uma necessidade premente. Assim, é provável que os pedidos para preenchimento do questionário aos informantes que não responderam tenham se perdido em meio ao volume de qualquer outro conteúdo circulante nas duas redes sociais que utilizamos para essa captação: o *WhatsApp* e o próprio *Instagram*. Nesse sentido, cremos que é preciso desenvolver estratégias associadas para trabalhar com um *corpus* como o deste estudo, bem como a adequação dos instrumentos de coleta de dados, o que não nos ocorreu à época dessa fase de recrutamento de informantes.

Certamente essa dificuldade em conseguir uma amostragem mais expressiva, pode ter impactado na testagem das hipóteses, pois, acreditamos logo na fase que começamos a divulgar o questionário da pesquisa, que encontraríamos mais pessoas que tivessem como motivação para aprendizagem da Libras algum grau de parentesco com surdos sinalizantes, ao que os dados deste estudo revelaram apenas: 1 pessoa, 2, 9% dos participantes; bem como, o perfil que demonstra curiosidade em conhecer mais sobre a comunidade surda (2 pessoas, 5,9% dos participantes) conforme os dados do gráfico 8.

Contudo, mesmo que a amostragem não fora expressiva, pudemos saber pelos dados alçados, a motivação dos informantes para aprenderem a Libras nessa modalidade de ensino. Dessa forma, os números nos permitiram interpretar que o perfil motivacional de aprendizes de Libras que recorrem/recorreram a modalidade *online* de ensino, são pessoas que já tem a

docência como campo profissional, ou aqueles que estão em processo de formação para exercer a docência futuramente.

Estes últimos, conforme os dados do gráfico 15 nos permite hipotetizar, se inseriram na comunidade surda antes de sua procura pelos cursos *online* de Libras, motivo de eles responderem afirmativamente para as habilidades consideráveis desenvolvidas durante o processo de aprendizagem nessa modalidade, bem como a aplicação dos conhecimentos adquiridos. Enquanto que os primeiros, ou seja, os docentes com algum tempo de exercício da profissão, se inseriram nessa aprendizagem por necessidades das demandas do seu ofício.

Outra questão que nos surpreendeu apesar de fazer parte de novas hipóteses que surgiram durante a realização das fases deste estudo, foi, conforme mostram os dados do gráfico 6, que 64,7% (22 respostas) dos informantes tenham declarado que não pagaram pelos cursos *online* de Libras que realizaram(realizam).

E, como discutidos na seção que estes dados se encontram – na segunda categoria temática dos dados analisados – as formas, estratégias de marketing empregadas no anúncio destes cursos englobam essa modalidade de experimentação grátis de tal produto/serviço, tendo em vista as facilitações que o *Instagram* oferece para alavancar o engajamento de tais perfis. Essas são formas de talvez, os conteúdos sobre a Libras serem divulgados e chegarem a um número máximo de pessoas, contudo, se isso tem relação direta com uma certa alta qualidade de questões didático-pedagógicas desses perfis que anunciam esse tipo de proposta, há que se investigar.

Ademais, em meio aos dados analisados, nossas reflexões também foram tecidas no sentido de enxergar o *Instagram* como um espaço de democratização de ideias atreladas ao ensino, conforme Amaral e Santos (2020), Freitas (2022) e Silva (2022), pois, a educação na atualidade está inserida dentro dessa confluência de modalidades, multissemoses e suportes que as informações, dados, circularam, se constituem.

Sendo assim, destacar a figura de protagonismo docente como um ser que se atualiza para questões como essas e vê nisso uma oportunidade de crescimento em sua carreira pelas vias do empreendedorismo, do marketing, aliados aos serviços educacionais é também uma garantia de espaço, de ocupar um lugar que é seu seja pela **necessidade** ou **oportunidade** que o mercado lhe impõe (Dornelas, 2005).

Assim, podemos conferir o protagonismo desses professores bem como de intérpretes e instrutores de Libras como atuantes dessa visão de negócios e sobretudo, suas contribuições em formar pessoas capazes de construir novas posturas sobre diversas pautas, inclusive, as da

comunidade surda. Percebemos que essa é uma forma de revolucionar paradigmas que outrora eram estereótipos que marcavam a relação entre surdos e ouvintes.

Por fim, destacamos o alargamento de investigações como as que esta pesquisa propôs colocar em destaque, a saber: o ensino-aprendizagem da Libras inserido no universo das tecnologias digitais, bem como sua relação com o marketing e empreendedorismo atrelada à profissão docente. Ressaltamos que as reflexões aqui contidas, merecem aprimoramento futuro e por que não inspirar outras pesquisas com temáticas afins? Nesse sentido, enxergamos as possibilidades temáticas que podem ser ampliadas, uma vez que o universo científico não é estanque.

REFERÊNCIAS:

- ALVES, A. L.; MOTA, M. F. TAVARES, T. P. O Instagram no processo de engajamento das práticas educacionais: a dinâmica para a socialização do ensino-aprendizagem. **Revista Rios Eletrônica, São Francisco**. n. 19, 2018. p. 25-43.
- AMARAL, do Maia Mirian; SANTOS, dos Rosemary. Coreografias didáticas e inovações pedagógicas contemporâneas para uma educação emancipadora. **Educar em Revista**, Curitiba, v. 36, e 76119, 2020. DOSSIÊ - Cultura digital e educação. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0104-4060.76119>.
- BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Lei de diretrizes e bases da educação nacional**. Lei nº 9.394 de 20 de dezembro de 1996. Brasília: MEC, 1996. Disponível em: www.planalto.gov.br . Acesso em 02 abril. 2024.
- _____. Congresso Nacional. **Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002**. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS e dá outras providências. Brasília/DF: D. O. U. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110436. Acesso em 02 dez. 2022.
- _____. **Decreto nº 5.626 de 22 de dezembro de 2005**. Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm. Acesso em 12. fev. 2024.
- _____. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018.
- CORTES, Filipe Cruz dos Santos.; SANTOS, Maria Eduarda dos. **EMPREENDEDORISMO DIGITAL COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS DE MICRO E PEQUENAS EMPRESA**. (TCC- Artigo) - Bacharelado em Administração, Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos - Uniceplac, Brasília, 2020. 50f.
- DANRLEY OLIVEIRA.OFICIAL. **Foto de perfil nova**: “...pra marcar uma nova fase na minha carreira, na minha vida e na história do Master Libras...” Brasil, 12 maio. 2021. Instagram: @danrleyoliveira.oficial. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/COyrIA2BMn0/>. Acesso em: 02 jun. 2024.
- DANRLEY OLIVEIRA.OFICIAL. **Sinalizei com a mão errada?#aprenderlibrastransforma**. Brasil, 28 dez. 2018. Instagram: @danrleyoliveira.oficial. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Br80w6Eh7vl/>. Acesso em: 05 jun. 2024.
- DÉBORA LIBRAS. **Intensivo- Libras na prática** - [captura de tela de um vídeo que contém uma rápida propaganda do curso de Libras Intensivo]. Brasil, [s/d]. Instagram: @debora_libras. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C85OAIQRKEx/>. Acesso em 15 jun. 2024.
- DE SANTANA, Leila Santos (et al). A ARTE DE REINVENTAR A EDUCAÇÃO E O PAPEL DA CIBERCULTURA EM TEMPOS DE DISTANCIAMENTO SOCIAL. **Revista Interinstitucional Artes de Educar**, [S. l.], v. 6, p. 301–324, 2020. DOI:

10.12957/riac.2020.52268. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/riac/article/view/52268>. Acesso em: 25 abril. 2024.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando idéias em negócios**. 2ª edição, 9ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FAUSTINO, Paulo. **Marketing Digital na Prática**: Como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos. [n/p]2019. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Marketing_Digital_na_Pr%C3%A1tica/xxKdDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1. Acesso em: 26 maio. 2024.

FERREIRA, Fernando Colmenero.; OLIVEIRA, Adicinéia Aparecida de. OS SISTEMAS DE RECOMENDAÇÃO NA WEB COMO DETERMINANTES PRESCRITIVOS NA TOMADA DE DECISÃO. **Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação** (JISTEM - Journal of Information Systems and Technology Management), Vol. 9, No. 2, May/Aug. 2012, pp. 353-368. ISSN online: 1807-1775 DOI: 10.4301/S1807-17752012000200008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jistm/a/YQ58MyYNLHxgPqVVwpMQ8Bf/>. Acesso em: 29. maio de 2024.

FREITAS, Edivânia Paula Gomes de. **O boom digital no ensino remoto [manuscrito]**: utilizando o Instagram como interface pedagógica. Dissertação (Mestrado Profissional em Formação de Professores) - Universidade Estadual da Paraíba, João Pessoa, 2022.

GALINDO, Flavia. **Marketing Digital**. -Vol. 1 – Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2014.

GESSER, Audrei. **O ouvinte e a surdez**: sobre ensinar e aprender Libras. São Paulo: Parábola Editorial, 2012.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa**: método qualitativo, quantitativo e misto. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

GILBERVAN SOARES. [Capturas dos stories salvos]. Bacabal-Ma, 16 fev. 2023. Instagram: @gilbervansoares. Disponível em: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17866854362857285/>. Acesso em: 05 jun. 2024.

GILBERVAN SOARES. [Capturas dos stories salvos]. Bacabal-Ma, 15 jul. 2022. Instagram: @gilbervansoares. Disponível em: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17866854362857285/>. Acesso em: 05 jun. 2024.

GILBERVAN SOARES. [Capturas dos stories salvos]. Bacabal-Ma, 9 out. 2023. Instagram: @gilbervansoares. Disponível em: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17891906699640261/>. Acesso em: 05 jun. 2024.

LACERDA, C. B. F. de; CAPORALI, S. A; LODI, A. Questões preliminares sobre o ensino de língua de sinais a ouvintes: reflexões sobre a prática. **Distúrbios da Comunicação**, São Paulo, 16(1): 53-63, abril, 2004.

MASTERLIBRASACADEMY. **Master Libras Academy**- “na nossa escola on-line de Libras você tem acesso aos nossos cursos, todos reunidos no mesmo lugar”. Perfil de divulgação da plataforma de Master Libras, Brasil, 23. ago. 2023. Instagram: @masterlibrasacademy. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CwSZFPrubDt/>. Acesso em: 05 de jun. 2024.

PAIVA-JUNIOR, F. G de. **O empreendedorismo na ação de empreender**: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schultz. Tese (Doutorado em Administração) - Centro de Pós Graduação e Pesquisa em Administração. Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, 2004.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico**- [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. – 2ª. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SANTOS, Edméa. **Pesquisa-formação na cibercultura**. – Teresina: EDUFPI, 2019. E-book.

SILVA, Rafael Carlos Lima da. Ensino de Libras: conhecimento linguístico e saber didático. **Revista Trem de Letras**, v.8, n.1, p.1-30, 2021. Alfenas- Minas Gerais. ISSN 2317-1073.

SILVA, Tércia Tamária da Costa. **Multimodalidade na palma da mão**: ensino de libras a partir da produção de conteúdo no instagram. Dissertação (Mestrado em Ensino) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UFRN), Universidade Federal Rural do Semi-árido (UFERSA), Mossoró, 2022.

SOARES, Gilbervan. **Quando comecei a pensar em vender curso de Libras online**. Instagram [conversa no privado]. 9 set. 2023. 20: 42. 1 mensagem em áudio do Instagram.