

## MÍDIAS SOCIAIS E ESCOLA: O CONSUMO DE VÍDEOS DA PLATAFORMA YOUTUBE PELAS CRIANÇAS<sup>1</sup>

Leonardo Jose Rossi<sup>2</sup>, Karina Marcon<sup>3</sup>, Igor Marcus Carvalheiro<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Vinculado ao projeto “Mídias Sociais e Escola: Consumo de Conteúdos do YouTube por Crianças dos anos iniciais do ensino fundamental”

<sup>2</sup> Acadêmico do Curso de História/Licenciatura - FAED - Bolsista PROIP/UDESC.

<sup>3</sup> Orientadora, Departamento de Pedagogia a Distância - CEAD – karina.marcon@udesc.br

<sup>4</sup> Acadêmico do curso de Pedagogia/Licenciatura – UDESC – CEAD

A pesquisa “Mídias Sociais e Escola: consumo de conteúdos do YouTube por crianças dos anos iniciais do ensino fundamental” tem o objetivo de “investigar o consumo de conteúdos do YouTube por crianças dos anos iniciais do ensino fundamental”. A metodologia da pesquisa consiste em uma pesquisa netnográfica, envolvendo também levantamento em campo, sendo necessário a escolha de uma escola da rede pública para o desenvolvimento de uma roda de conversa com três turmas dos anos iniciais do ensino fundamental: 01 turma do 1º ano, 01 turma do 3º ano e 01 turma do 5º ano. A pesquisa está organizada em 05 fases, sendo a Fase 01- Pesquisa bibliográfica: Mídias sociais, infância e consumo. Fase 02 - Elaboração do instrumento de coleta de dados e aprovação no Comitê de Ética em Pesquisa com seres humanos. Fase 03 - Levantamento. Fase 04 - Netnografia. Fase 05 - Análise de dados.

A formulação do problema para essa pesquisa se desenvolve devido ao alto percentual de crianças e adolescentes que assistem vídeos, programas, filmes e séries online, foco desta pesquisa. Conectadas à internet, muitas crianças brasileiras consomem produtos da mídia social YouTube, com destaque para os produzidos por YouTubers, ou seja, influenciadores digitais, personalidades, celebridades ou criadores de conteúdos do site, adultos ou mirins. Dessa forma, percebeu-se a alta popularidade da plataforma YouTube em relação a crianças e adolescentes, com destaque para o papel desempenhado pelos produtores de conteúdo audiovisual em relação a quem o assiste. Crianças e adolescentes fazem parte do rol de consumidores dos conteúdos dessa plataforma. Além de permitir assistir e compartilhar vídeos em formato digital, o serviço também possibilita com que o usuário possa publicar a sua própria produção audiovisual.

Como embasamento teórico e bibliográfico para desenvolvimento da fase 01, foi realizada pesquisa em livros, dissertações, teses e artigos científicos escolhidos pelos próprios bolsistas e definidos junto com a orientadora. Esses textos foram estudados em orientações semanais, momento em que debatíamos a bibliografia selecionada. A partir desses estudos, iniciamos a escrita de artigo científico intitulado “YouTubers Mirins: canais produzidos para o público infantil com expressiva visualização no YouTube”, que teve o objetivo de analisar a produção de conteúdos audiovisuais publicados na plataforma YouTube, tendo como critério a seleção de vídeos criados e compartilhados por YouTubers mirins que visam atingir o público infantil. Foram selecionados cinco canais do YouTube: Maria Clara & JP, Valentina Pontes, Isaac do Vine, Laurinha e Helena - Clubinho da Helena e Planeta das Gêmeas. Em cada canal selecionamos um vídeo para ser analisado, baseados principalmente no critério de maior visualização dentro do canal, verificando a dimensão de visualizações, quantidade de inscritos, entre outros requisitos. As variáveis selecionadas para verificação foram: a) se existe propaganda/promoção paga nos vídeos; b) se existe propaganda/promoção implícita de produtos, serviços ou bens de consumo. Este artigo foi concluído e enviado para publicação em uma revista científica.

Após a elaboração deste texto, demos início a escrita de outro artigo, sobre a plataforma TikTok, que ainda está em processo de elaboração, e tem o objetivo de “estabelecer relações entre canais de YouTubers Mirins que produzem conteúdos destinados ao público infantil e a plataforma Tik Tok”. Neste artigo faremos relação com a produção de conteúdos dos 5 canais analisados no artigo anterior com a plataforma TikTok.

Já com relação aos resultados parciais das demais fases da pesquisa, temos o seguinte:

Fase 02: Elaboração do instrumento de coleta de dados e aprovação no Comitê de Ética em Pesquisa com seres humanos: esta etapa já foi realizada e no momento o projeto está sendo avaliado pelo Comitê de Ética.

Fase 03: Levantamento: será realizada em uma escola da rede pública, sendo utilizadas três turmas do ensino fundamental como para coleta de dados, uma do primeiro ano, uma do terceiro ano, uma do quinto ano, a fim de ter uma amostra mais variada e diversidade dos perfis de consumo. Em função da pandemia a pesquisa precisou ser prorrogada, sendo que essa etapa será realizada em 2022.

Fase 04: Netnografia: Fase não iniciada. Esta fase será iniciada imediatamente após a realização do levantamento com as crianças (Fase 03).

Fase 05: Análise de dados: Com a gama de literatura e bibliografia levantada na fase 01, serão analisados os dados e informações coletadas na fase 03.

Aliado ao desenvolvimento da pesquisa, durante esse processo da minha bolsa de iniciação científica também tive a possibilidade de participar de um grupo de estudos sobre Redes Sociais e Escola, ocorrendo encontros de 15 em 15 dias para a discussão em grupo de leituras selecionadas previamente pelas professoras coordenadoras. Como obras estudadas no grupo, destaco as seguintes: A sociedade em rede (Manuel Castells), Politizar as novas tecnologias: o impacto Sócio-técnico da Informação Digital e Genética (Laymert Garcia dos Santos), Linked. A Nova Ciência dos Networks (Albert-laszlo Barabasi) e Reinventando a educação: Diversidade, descolonização e redes (Muniz Sodré), que ainda está em andamento.

**Palavras-Chave:** Mídias sociais. Escola. YouTube. Criança.