

## INFÂNCIA, MÍDIAS SOCIAIS E AS RELAÇÕES DE CONSUMO DO YOUTUBE POR CRIANÇAS DO ENSINO FUNDAMENTAL

Igor Marcus Carvalheiro<sup>2</sup>, Karina Marcon<sup>3</sup>, Leonardo Jose Rossi<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 Licenciatura em Pedagogia – CEAD – Bolsista PIBIC/CNPq

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

<sup>4</sup> Acadêmico do Curso de Licenciatura em História – FAED

A investigação Tic Kids Online Brasil (2018), realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (Cgi.br), tem por objetivo compreender como a população de 9 a 17 anos de idade utiliza a Internet e como lida com os riscos e as oportunidades decorrentes desse uso. Dentre as atividades online realizadas pelas crianças, 83% assistiu vídeos, programas, filmes ou séries on-line, 82% ouviu música on-line, 60% jogou on-line, não conectado com outros jogadores e 55% jogou on-line, conectado com outros jogadores.

Esses dados nos mostram como é relevante a atividade online de crianças e adolescentes. Conectadas a internet, principalmente crianças brasileiras, consomem produtos provindos de mídias sociais/plataformas de vídeos online como o Youtube, em sua maioria produzidos por Youtubers. A partir deste contexto, a pesquisa “Mídias Sociais e Escola: consumo de conteúdos do YouTube por crianças dos anos iniciais do ensino fundamental” tem por objetivo investigar o consumo de conteúdos do YouTube por crianças dos anos iniciais do ensino fundamental, dentro do escopo da análise netnográfica, aliada de uma combinação de outros métodos. Dentro destes outros métodos, a proposta é de uma pesquisa bibliográfica bem como aferição in loco (rodas de conversas).

Com relação aos encaminhamentos metodológicos, a pesquisa é dividida em cinco fases, sendo elas:

a) Pesquisa bibliográfica: Mídias sociais, infância e consumo – Estudos bibliográficos que criam ao arcabouço teórico para realização da pesquisa. Fase que está em andamento, gerando não somente fontes de informações para pavimentar a pesquisa, bem como, alastrou-se em forma de grupos de estudos, criação de artigos paralelos que já estão em submissão a revistas/periódicos de pesquisa e, também, o início da elaboração de um segundo artigo envolvendo a mídia social TikTok, que está em fase de desenvolvimento.

b) Elaboração do instrumento de coleta de dados e aprovação no Comitê de Ética em Pesquisa com seres humanos (CEP): esta etapa já está em análise pelo CEP, sendo essencial para a condução do levamento in loco. Após a aprovação do projeto e dos instrumentos de coleta de dados, a etapa presencial poderá ter início.

c) Fase 03 – Levantamento - será realizada em uma escola da rede pública, sendo utilizadas três turmas do ensino fundamental para coleta de dados, uma do primeiro ano, uma do terceiro ano, uma do quinto ano, a fim de ter uma amostra mais variada de faixa etária e diversidade dos perfis de consumo. Devido ao contexto de pandemia, a etapa presencial prevista para ser desenvolvida em escola da rede pública não foi desenvolvida no cronograma previsto, o que ocasionou a solicitação de prorrogação da pesquisa, a fim de poder contemplar o levantamento presencial sem oferecer riscos aos envolvidos. Logo, o que seria realizado em 2021, prorrogou-se para primeiro

ou segundo semestre de 2022, dependendo das condições sanitárias, legais, dentre outras que possibilitem a realização desta fase de ida a campo da melhor forma possível, sem onerar patologicamente nenhuma das partes envolvidas. Após isto, dar-se-á continuidade com a realização da pesquisa netnográfica.

d) Fase 04 – Netnografia – Utilizando os preceitos da netnografia serão analisados os canais/vídeos consumidos pelas crianças, identificados a partir do levantamento de campo, selecionados a partir de amostra intencional e analisados com critérios estabelecidos *a priori*.

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

Numa perspectiva multimétdo, esta pesquisa de análise de consumo na infância tem como objetivos principais investigar estes conteúdos na percepção da crianças, identificar se elas já produzem algum material na plataforma YouTube sozinhas ou com ajuda de adultos e verificar os principais conteúdos vinculados nestes canais descobertos pelo levamento *in loco*.

Como supracitado, a partir dos estudos realizados na pesquisa desenvolvemos em paralelo um artigo que articula infância e consumo numa perspectiva de propagandas implícitas e explícitas em vídeos criados por youtubers mirins. Este artigo está aguardando aceite em periódico. Em fase de desenvolvimento encontra-se outro artigo que articula TikTok e o conceito de narrativa transmídia.

Outro destaque oriundo da fase de levantamento bibliográfico é o grupo de estudos que realizamos quinzenalmente, que agrupa discentes de vários cursos de graduação, pós graduação, professores interessados na temática infância, consumo, tecnologia e mídias sociais. Neste grupo resgatamos alguns clássicos como Manuel Castells, Albert-laszlo Barabasi, Laymert Garcia dos Santos, Muniz Sodré, Stanley Milgram, entre outros autores que nos fornecem elementos sólidos para compreensão da sociedade em rede e essa nova lógica de consumo.

**Palavras-chave:** Mídias Sociais. YouTube. Escola.