

INFÂNCIA, MÍDIAS SOCIAIS E RELAÇÕES TRANSMÍDIA ENTRE YOUTUBE E O TIKTOK¹

Igor Marcus Carvalheiro², Karina Marcon³, Élsi Inês Ferster⁴

¹ Vinculado ao projeto “Mídias Sociais e Escola: consumo de conteúdos do YouTube por crianças dos anos iniciais do ensino fundamental”

² Acadêmico do Curso de Licenciatura em Pedagogia – CEAD – Bolsista PIBIC/CNPq

³ Orientadora, Departamento de Pedagogia a Distância – CEAD – karina.marcon@udesc.br.

⁴ Acadêmica do Curso de Licenciatura em Pedagogia – CEAD – Bolsista PIBIC/CNP

O projeto “Mídias Sociais e Escola: consumo de conteúdos do YouTube por crianças dos anos iniciais do ensino fundamental”, que no ano de 2022 teve sua fase de coleta de dados *in loco*, tem como objetivo investigar o consumo de conteúdo no YouTube por crianças das fases iniciais escolares, dada uma grande imersão dessa faixa etária já como consumidores e produtores de conteúdo em mídias sociais de entretenimento. Existe uma grande diversidade de perfis de consumo, dependendo de vários fatores, desde capacidade de acesso a formas de acesso, isso acaba implicando no modo como essas crianças interagem com o YouTube e consomem seus conteúdos.

A coleta de dados *in loco* confirmou algumas hipóteses relacionadas a diversidade de produtores de conteúdo voltados para o público infantil, e que as crianças consomem desde muito cedo esse tipo de mídia. A produção e publicação do artigo “**Cultura digital, youtubers mirins e a produção de conteúdos midiáticos para o público infantil**”, no Caderno Eletrônico de Ciências Sociais da UFES, foi possível por meio dos estudos realizados no projeto supracitado, onde vislumbrou-se a ideia de analisar uma possível relação transmídia entre Youtube e a plataforma de vídeos e entretenimento TikTok. Esta última tem emergido com celeridade entre as crianças, aderindo um significativo número de usuários e agregando milhares de horas de conteúdos, por meio de vídeos de pequena duração. Segundo Fabro (2020), o TikTok em 2020 atingiu a marca de 2 bilhões de downloads, números expressivos e que continuam crescendo até hoje.

As plataformas YouTube e TikTok reforçam o quão importante é analisar situações oriundas da produção e alteração do *status quo* que as mídias sociais digitais imputam na sociedade, e em específico nas crianças e adolescentes.

A presença das crianças e adolescentes na internet no contexto brasileiro consumindo produtos oriundos de mídias sociais/plataformas de vídeos online como o Youtube, ajuda a revelar que é interessante pesquisar. Pereira (2021) é outra autora que corrobora com a explicação dessa lógica de consumo e produção em relação aos jovens, que dentro das plataformas, muitas vezes, acabam assumindo o papel de consumidores e produtores de conteúdo.

Dado o levantamento das hipóteses e como seria uma relação entre o YouTube e o TikTok, houve encaminhamentos metodológicos, a pesquisa tem caráter exploratório, deixando espaço para aprimorações e aprofundamento dela. Foram selecionados 03 canais da plataforma YouTube que também possuíssem canais no TikTok, para averiguar dentro dos conceitos de transmídia se poderíamos notar essa prática. Através da plataforma *SocialBlade*, pudemos ter uma noção mais abrangente de criadores de conteúdo infanto-juvenis que tivessem grande relevância online.

Selecionados os canais para observações, delimitados alguns critérios a serem analisados se os canais apresentam: a) um mesmo universo ficcional; b) disponibilização em diferentes plataformas; c) necessariamente agregar novas informações, não apenas reprodução de conteúdo em outra mídia d) não ser necessário, mas recomendado que se consuma todo os conteúdos disponível.

Foram analisados então três canais, sendo eles: Lucas Neto Toon, Manual do Mundo e Enaldinho. Todos os canais tendo expressividade online e habitando ambas as plataformas TikTok e Youtube. Criadores de conteúdos que possuem ou são ligados a histórias ou que permitam um continuum, podem estabelecer relações com o conceito de transmídia. Outros tipos de entretenimento que envolvem apresentadores, explicação de fenômenos naturais e conteúdo que não possuem linha cronológica ou sequência lógica plausível de conexão, deixa a análise mais complexa, pois é necessário verificar se existe de alguma forma elementos que corroborem para prática da transmídia. Lucas Neto consegue utilizar-se destes conceitos, já os outros canais observados em maior ou menor grau passam por uma linha tênue do que pode ser considerado transmídia, não contemplando os critérios levantados para análise.

Foi realizada uma revisão narrativa de literatura com os descritores "TikTok" e "crianças", utilizados nos seguintes bancos de dados: Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e na plataforma *Web of Science*, e em ambos não foram encontrados registros. Por fim, pesquisamos no Google Scholar e obtivemos um total de 08 artigos. Em suma, desses 08 artigos pesquisados nenhum deles traz o TikTok como objeto principal de estudo, apenas breves citações ao mesmo.

Numa perspectiva exploratória essa pesquisa visa levantar hipóteses e instrumentos para que possa ser analisado posteriormente essas relações midiáticas entre plataformas, sua relação com consumo, infância e principalmente nesse caso se participam dos critérios mínimos para uma interação transmídia.

Palavras-chave: Mídias Sociais. YouTube. Escola.

Referências

FABRO, Clara. TikTok ultrapassa WhatsApp e é o aplicativo mais baixado de 2020. Site TechTudo, 2020. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/12/tiktok-ultrapassa-whatsapp-e-e-o-aplicativo-mais-baixado-de-2020.ghtml>. Acesso em: 03 dez 2021.

MOHSIN, Maryan. Nova rede social em números: TikTok no Brasil [INFOGRÁFICO]. 2020. Site Oberlo. Disponível em: <https://www.oberlo.com.br/blog/estatisticas-tiktok>. Acesso em: 03 dez. 2021.

TIKTOK. TikTok e ByteDance. Site TikTok, 2021. Disponível em: <https://www.tiktok.com/transparency/pt-br/>. Acesso em: 03 dez 2021.

PEREIRA, Sara. Crianças, Jovens e Media na Era Digital: consumidores e produtores?. Braga: Uminho, 2021. 77 p. Disponível em: <https://www.cecs.uminho.pt/publicacao/criancas-jovens-e-media-na-era-digital-consumidores-e-produtores/>. Acesso em: 12 nov. 2021.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. S.I: Aleph; Nova Edição - Ampliada e Atualizada, 2009. 432 p.