

MÍDIAS SOCIAIS E O CONSUMO DE CONTEÚDOS PELO PÚBLICO INFANTIL¹

Élsi Inês Ferster², Karina Marcon³, Igor Marcus Carvalheiro⁴.

¹Vinculado ao projeto “Mídias Sociais e Escola: consumo de conteúdo do YouTube por crianças dos anos iniciais do Ensino Fundamental”

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

³Coordenadora do Projeto, Centro de Educação a Distância – CEAD – karina.marcon@udesc.br

⁴Acadêmico do Curso de Licenciatura em Pedagogia – CEAD – Bolsista PIBIC/CNPq

Com a popularização das tecnologias digitais de informação e comunicação e o seu acesso cada vez mais disponível aos sujeitos, as plataformas digitais se fazem presentes também nas vidas das crianças. Uma com expressivo acesso a conteúdos voltados para o entretenimento se trata do YouTube, e pensando no uso deste recurso pelas crianças, o projeto de pesquisa “Mídias Sociais e Escola: consumo de conteúdo do YouTube por crianças dos anos iniciais do ensino fundamental”, busca conhecer e entender qual o tipo de conteúdo as crianças acessam na plataforma, se somente consomem conteúdos ou se também produzem, e qual a percepção que essas crianças têm sobre os conteúdos disponíveis na plataforma.

Para o desenvolvimento da pesquisa, primeiramente fez-se necessário embasamento teórico de conteúdos voltados para mídias sociais. Na busca por aprofundar o conhecimento sobre como as mídias sociais atuam, principalmente no universo infantil, materiais didáticos como livros e artigos foram lidos, dentre eles: *Crianças, Jovens e Media na Era Digital: Consumidores e Produtores* (PEREIRA, 2021); *Cultura da Convergência* (JENKINS, 2008); *Meninas no YouTube: participação, celebrização e cultura do consumo* (MARÔPO; SAMPAIO; MIRANDA, 2018); *A presença de arquétipos nos youtubers: modos e estratégias de influência* (COSTA, 2020); *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media* (KAPLAN; HAENLEIN, 2010).

No período de vigência da bolsa tivemos o desenvolvimento da etapa de coleta de dados em campo, com uma roda de conversa realizada com crianças que fazem o uso de conteúdos midiáticos. Para o desenvolvimento da parte prática foi elaborado um questionário direcionado para as crianças das respectivas turmas do 1º, 3º e 5º anos do Ensino Fundamental. O questionário foi aplicado na Escola Básica Municipal Profª Judite Adelina Schurhaus, localizada no município de Santo amaro da Imperatriz/SC. Após a etapa das entrevistas, realizou-se a transcrição dos áudios para identificar o tipo de conteúdo midiático que elas declararam consumir e dar início a análise dos dados proposta no projeto.

Paralelamente ao desenvolvimento da pesquisa de campo, foi desenvolvido artigo científico no qual buscou-se estabelecer relações transmidiáticas entre o YouTube e o TikTok. A narrativa transmídia trata da dispersão de conteúdos em diferentes tipos de mídias fazendo, com que a narrativa de uma determinada história se complemente nesses universos paralelos (JENKINS, 2009). Nesse artigo, o qual já foi submetido para avaliação em periódico, foi feita uma pesquisa nas duas principais plataformas de vídeos, TikTok e YouTube, sobre três canais com conteúdo direcionado exclusivamente ao público infantil, sendo eles: Luccas Netto,

Enaldinho e Manual do Mundo. Nesses canais foi observado como é realizada a produção dos conteúdos destes youtubers nas plataformas, número de visualização, curtidas e comentários, se os conteúdos são idênticos ou semelhantes e se esses conteúdos seguem a mesma linha de produção de conteúdo de mídia, caracterizando a narrativa transmídia.

Para o andamento das atividades, a equipe do projeto tem encontros online semanalmente para poder discutir a organização das atividades, desenvolvimento e devolutivas. Os integrantes do grupo do projeto também fazem parte de um grupo de estudos, no qual participam demais integrantes da sociedade acadêmica oriundos de todo território nacional. Neste grupo de estudos já foram lidas e discutidas obras como *Redes ou Paredes* (SIBILIA, 2012), e *A tecnologia é um vírus* (LEMOS, 2021), ambos tratando temas sobre tecnologia e mídias sociais.

Palavras-chave: Mídias Sociais. YouTube. Escola. Consumo. Crianças.

Referências Bibliográficas

COSTA, P. R. A presença de arquétipos nos youtubers: modos e estratégias de influência. *Galáxia* (São Paulo), n. 45, 2020.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

KAPLAN, Andreas; HAENLEIN, Michael. 2010. Users of the world, unite!: the challenges and opportunities of social media. *Elsevier, Indiana*, v. 53, n. 1, pp. 59-68. Disponível em: [https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681309001232? via%3Dihub](https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681309001232?via%3Dihub). Acesso em 06 de setembro de 2022.

LEMOS, A. *A tecnologia é um vírus: pandemia e cultura digital*. Porto Alegre: Sulina. 2021.

MARÔPO, Lidia Soraya Barreto. SAMPAIO, Inês Vitorino; MIRANDA, Nut Pereira de. *Meninas no YouTube: participação, celebração e cultura do consumo*. *Estudos em Comunicação* n. 26, v.1, 2018.

PEREIRA, Sara. *Crianças, jovens e media na era digital: consumidores e produtores?* Braga: Uminho, 2021. Disponível em: <https://www.cecs.uminho.pt/publicacao/criancas-jovens-e-media-na-eradigital-consumidores-e-produtores/>. Acesso em 06 de setembro de 2022.

SIBILIA, Paula. *Redes ou paredes: a escola em tempos de dispersão*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.