

ALGUMAS REFLEXÕES SOBRE O CONSUMO DE CONTEÚDOS DIGITAIS PELO PÚBLICO INFANTIL¹

Élsi Inês Ferster², Karina Marcon³, Igor Marcus Carvalheiro⁴.

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

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

³ Orientadora, Centro de Educação a Distância – CEAD – karina.marcon@udesc.br

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

Dados da pesquisa do CETIC¹ apontam que o uso das redes sociais pelo público infantil apresenta elevado crescimento nos últimos anos. Em 2021, cerca de 79,9% das crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos usaram as redes sociais. Muitas são as mídias digitais disponíveis que têm seus conteúdos voltados para atrair o público infantil, e pensando nessa vertente de estudo o projeto de pesquisa “Mídias Sociais e Escola: consumo de conteúdo do YouTube por crianças dos anos iniciais do ensino fundamental”, buscou entender e desvendar que interações as crianças estão tendo ao acessarem os conteúdos disponibilizados na plataforma Youtube.

Com o objetivo de compreender sobre o acesso das crianças às redes sociais, quais canais se interessam mais, que tipo de interação estão tendo ao acessarem os conteúdos produzidos, a pesquisa, que já foi finalizada, orientou-se a partir dos seguintes procedimentos metodológicos: 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 (CEP); Fase 03: Levantamento em campo; Fase 04: Observação sistemática; Fase 05: Análise dos dados.

O levantamento em campo foi desenvolvido por meio de uma roda de conversa com crianças do 1º, 3º e 5º anos do ensino fundamental da Escola Básica Municipal Prof.^a Judite Adelina Schurhaus, localizada no município de Santo amaro da Imperatriz/SC. A partir dos resultados obtidos nesta etapa, foi realizada uma observação sistemática nos 5 canais mais citados pelas crianças, buscando identificar o tipo de conteúdo que é produzido, assim como o número de inscritos, de visualizações dos vídeos e as possíveis interações dos usuários com o conteúdo.

Como resultados, a pesquisa conseguiu identificar que a maioria das crianças acessa a plataforma sozinhas; grande parte respondeu que costuma assistir vídeos com conteúdos de jogos, como Roblox e Minecraft, e indagadas sobre que tipo de conteúdo costumam assistir, a maioria respondeu que gosta de conteúdos de jogos.

Sobre a percepção dos vídeos que assistem, foi questionado se elas lembravam de algum vídeo que elas tivessem assistido e gostado, e elas não responderam necessariamente sobre os conteúdos dos vídeos, mas sobre os canais, relatando alguns nomes como BayBlade, MineCraft, Roblox, Rafinha, Lucas Neto e Gabriel & Shirley. Em relação à interação delas na plataforma do Youtube, algumas relataram que recomendam o que assistem para outras crianças, e outras não. Sobre os youtubers que elas costumam seguir no YouTube, responderam se referindo aos canais, citando alguns como Wiizinho & Franzinha, Maloucos, Minecraft, ET. Doido, Barbie e Homem Aranha. A maioria das crianças respondeu que gostariam de ser YouTubers e algumas delas

¹ Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação

afirmaram já terem gravado algo para o YouTube. Ainda, relataram sobre a questão comercial da plataforma, deixando claro que não simpatizam muito com as propagandas veiculadas, mas que se interessam pelos produtos ofertados no canal através dos YouTubers. De forma geral, pode-se ter uma visão mais ampla em relação aos tipos de conteúdos que elas costumam assistir, através dos canais que elas citaram durante os questionamentos.

Como um aprofundamento dos resultados, foi desenvolvido um artigo que teve por objetivo investigar o consumo de conteúdos do YouTube por crianças do 1º ano do ensino fundamental. A seguir, a tabela mostra como se deram esses resultados:

Tabela 01

Canais do YouTube citados pelos alunos da Turma do 1º ANO (Pesquisa 25/08/2022)			
Nome do canal	Principais conteúdos	Número de inscritos(milhões)	QTDE de vezes citado
Luccas Neto	Desafios, entretenimento	37,9	9
Turma da Mônica	Animação e desenhos	18,2	8
Dudu e Carol	Desafios e invenções	16,9	8
Melissa e Nicole (Planeta das gêmeas)	Diversão	14,7	7
Luluca (Crescendo com Luluca)	Games e desafios	12,7	7
Minecraft	Games	9,7	4
Wiizinho & Franzinha (Maloucos)	Diversão	9,02	3
Bel para Meninas	Brincadeiras, entretenimento	7,48	2
Roblox	Games e desafios	3,72	2
Gabriel & Shirley	Games, Paródias, Desafio	2,36	2
ET. Doido (Natasha Panda)	Games e desafios	1,86	1
Barbie	Animação e desenhos	1,64	1
Sonic	Games	1,57	1
Homem aranha (Marvel)	Animação e desenhos	1,21	1
BeyBlade Burst	Animação e desenhos	701 mil	1
Rafinha	Games	503 mil	1

Fonte: Elaborada pelos autores, 2022.

Nesse artigo desenvolvemos uma revisão narrativa de trabalhos acadêmicos voltados para o mesmo objetivo, especificamente em teses e dissertações, sendo que foram encontrados 42 estudos, dentre os quais foram selecionados 11 para embasar a nossa pesquisa. Dentre esses estudos podemos citar dois que mais se assemelharam com os resultados encontrados na nossa pesquisa, sendo as teses de Ribeiro (2020) e Araujo (2021), que fizeram uma análise aprofundada sobre os tipos de conteúdos mais acessados pelo público infantil. Os demais estudos abrangeram outras temáticas provenientes do uso do YouTube pelas crianças.

A partir dos resultados da pesquisa, 1 artigo já foi enviado para publicação e outros 2 textos estão em vias de finalização. Esses estudos nos mostram como o uso das redes sociais, mais especificamente o Youtube, interfere nas esferas educacionais, sociais e culturais do universo infantil, coexistindo com as práticas pedagógicas contemporâneas.

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