

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

THAMYRES RIBEIRO DALETHESE

**Faz de conta que todos nós somos youtubers: crianças  
e narrativas contemporâneas**

Rio de Janeiro  
2017

**THAMYRES RIBEIRO DALETHESE**

**Faz de conta que todos nós somos youtubers: crianças  
e narrativas contemporâneas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação.

Orientadora: Profa. Adriana Hoffmann  
Fernandes

Rio de Janeiro  
2017

Catálogo informatizado pelo(a) autor(a)

D139 Dalethese, Thamyres  
Faz de conta que todos nós somos youtubers:  
crianças e narrativas contemporâneas / Thamyres  
Dalethese. -- Rio de Janeiro, 2017.  
173

Orientadora: Adriana Hoffmann Fernandes.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do  
Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação  
em Educação, 2017.

1. Crianças. 2. YouTube. 3. Consumo. 4.  
Narrativas. I. Fernandes, Adriana Hoffmann,  
orient. II. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
Centro de Ciências Humanas e Sociais - CCH  
*Programa de Pós-Graduação em Educação*

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

**Thamyres Ribeiro Dalethese**

**“Faz de conta que todos nós somos youtubers:  
crianças e narrativas contemporâneas”**

Aprovada pela Banca Examinadora

Rio de Janeiro, 10 / 07 / 2017

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Adriana Hoffmann Fernandes  
(orientadora)

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Paula Sibilia  
(avaliadora externa)

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Rita Ribes Pereira  
(avaliadora externa)

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Maria Luiza Sussekind  
(avaliadora interna)

## RESUMO

Pesquisa de mestrado que busca discutir as relações entre crianças com narrativas audiovisuais no YouTube. No cenário atual fortemente atravessado por imagens veiculadas pelas mídias digitais, o YouTube comparece como espaço muito presente no cotidiano das crianças. Assim, com o objetivo de perceber que sentidos culturais as crianças constroem nos modos de consumo e produção de vídeos neste ambiente virtual, realizou-se uma investigação com 7 crianças consumidoras ativas desta plataforma de vídeos. Para tanto, busco articular discussões de teóricos dos Estudos Culturais Latino-Americanos (Canclini, Martín-Barbero, Orozco-Gómez) que possam contribuir no diálogo sobre cultura, consumo e identidade em intersecção com processos da comunicação. Junto a isso, recorro ao pensamento do filósofo Walter Benjamin para problematizar como as interações com o YouTube podem se constituir em processos narrativos característicos na era contemporânea. Reflito sobre os possíveis sentidos formativos desses novos modos de narrar. Para tecer o caminho teórico-metodológico, articulo debates sobre a concepção de infância com estudos da etnografia. É preciso delinear com que crianças estou falando e de que lugares elas falam na pesquisa. Foram realizados encontros *off-line* e *online* com as crianças interlocutoras da pesquisa através de conversas presenciais e do exercício de pesquisadora-seguidora (Freire) ao segui-las em seus canais no YouTube. Para analisar os aspectos que sobressaíram, apoio-me em discussões sobre o caráter lúdico (Fernandes, Brougère) tanto no consumo quanto na produção de vídeos e a lógica do espetáculo (Sibília) nas interações com o YouTube. Aprofundo estas reflexões com outras questões pertinentes que dizem respeito às novas modalidades de narração baseadas na auto exposição, as identidades *gamer* e *youtuber* e a relação com o tempo nesses contextos culturais que as crianças formam enquanto são formadas. Por fim, organizo esses achados e reflexões e tento trazer contribuições para o campo da educação.

Palavras-chaves: Crianças, YouTube, Consumo, Narrativas.

## **ABSTRACT**

This Master's research dissertation seeks to discuss the relationship between children and audiovisual narratives on YouTube. In the current scenario strongly crossed by images conveyed by digital media, YouTube appears as very present space within children's daily lives. Thus, in order to understand what cultural meanings children construct through the consumption and production of videos in this virtual environment, an investigation was carried out with 7 active consumers of this video-platform. In order to contribute to the dialogue about culture, consumption and identity in intersection with communication processes, I articulate discussions with Latin-American Cultural Studies theorists – (Canclini, Martín-Barbero, Orozco-Gómez), I propose a discussion, based on the philosopher Walter Benjamin's concepts on how interactions with YouTube can be privileged environment for the new modes of narration in the contemporary era. I also reflect on the possible formative meanings of this new mode of narrative. In order to build the theoretical-methodological path, I articulate debates about the conception of childhood with studies of ethnography. It is necessary to outline which children have taken part in the research and from which places they talk. Online and offline meetings were held with the children who took part in the research through face-to-face conversations and by following them through their channels on YouTube. In order to analyze the aspects that stood out, I relied on the discussions about playfulness (Fernandes, Brougère) of both, the consumption and the production of videos, and the logic of the show (Sibilia) in interactions with YouTube. This discussion is deepened with other pertinent related to the new modes of narration based on self-exposition, the gamer and the youtuber identities, and the relationship with time within their cultural contexts that children create as they are formed. Finally, I organize these findings and reflections and try to bring contributions to the field of education.

Keywords: Children, YouTube, Consumption, Narratives.

## **AGRADECIMENTOS**

À todas as pessoas que me acompanharam nesse percurso.

À minha querida orientadora Adriana que já me “atura” há alguns anos. Obrigada pela sensibilidade, pelas motivações de sempre que foram imprescindíveis nesse aprender a ser pesquisadora.

Às professoras da banca examinadora Rita Ribes e Paula Sibília pelas leituras e contribuições para este trabalho. E à Luli que não faz ideia de como me inspirou na graduação de Pedagogia e na professora que hoje eu sou.

Às *minhas crianças*, como as chamo, Mateus, Yuki, Isaac, Talita, Samara, Alice e Diana, minhas parceiras e meus parceiros que deram sentido a essa jornada. E obrigada às famílias pela recepção e disponibilidade.

Ao meu amado grupo de pesquisa CACE pelas discussões, leituras, provocações e aprendizados que se desdobram nesta pesquisa.

À minha amiga Erika Lourenço, cúmplice das dores e dos sabores nessa coisa de mestrado, pelos momentos de parceria, risadas e cervejas que fizeram esse caminhar ser mais leve.

Ao Multibloco, sim, minha válvula de escape, meu suspiro e a lembrança de que o carnaval mora dentro de mim.

À Amanda e Bruna que mesmo longe estão sempre tão tão perto.

À Lia e Paulinho, por tudo e sempre.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	12
1 - CRIANÇAS E O CONTEXTO DAS MÍDIAS AUDIOVISUAIS .....	17
1.1 – YouTube como fonte de narrativas contemporâneas .....	29
1.2 – Crianças e narrativas audiovisuais em pesquisa .....	32
1.3 – YouTube e suas narrativas em pesquisa .....	38
2 - CRIANÇAS E O YOUTUBE: CONSTRUINDO UM OLHAR SOBRE INFÂNCIAS.....	43
2.1- Concepção de Infância .....	43
2.2 – Antropologia da infância .....	47
2.3 – Os movimentos das crianças no YouTube e a necessidade de ser “pesquisadora-seguidora” .....	53
3- NARRANDO O PERCURSO DE SEGUIDORA – OS CANAIS E PERFIL DAS CRIANÇAS NA PESQUISA .....	61
3.1 – Mateus.....	62
3.2 – Yuki .....	70
3.3 – Alice .....	78
3.4 – Diana .....	84
3.5 – Isaac .....	91
3.6 – Samara.....	96
3.7 – Talita .....	101
4 – CONSUMO E PRODUÇÃO DE VIDEOS: LUGARES DE PERTENCIMENTO.....	105
4.1- YouTube como mediador nas narrativas audiovisuais das crianças .....	105
4.2 – Filmar é brincar: o caráter lúdico com o YouTube .....	109
4.3 – YouTube, uma vitrine de si .....	116
5 – CRIANÇAS YOUTUBERS: NARRATIVAS E IDENTIDADES FLUIDAS.....	129
5.1 – 50 fatos sobre mim – o contar de si.....	129
5.2 – A vida é Pokémon: identidade <i>youtuber</i> e <i>gamer</i> .....	134
5.3 - Adeus ao canal e... O retorno! – as relações com o tempo no YouTube.....	142

NÃO DEIXE DE CURTIR OU CONCLUSÕES FINAIS .....	155
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	163
Anexo 1 - AUTORIZAÇÃO.....	170
Anexo 2 - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO .....	171
Anexo 3 - TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO .....	173

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Página inicial do canal de Mateus no YouTube.....	62
Figura 2 - Vídeo publicado no canal de Mateus.....	63
Figura 3 - Vídeo publicado no canal de Mateus.....	64
Figura 4 - Informações sobre o canal de Mateus.....	68
Figura 5 - Lista de vídeos do canal de Mateus.....	68
Figura 6 - Lista de vídeos do canal de Mateus.....	69
Figura 7 - Página inicial do canal de Yuki.....	72
Figura 8 - Vídeo publicado no canal de Yuki.....	74
Figura 9 - Vídeo publicado no canal de Yuki.....	75
Figura 10 - Postagem na página de Yuki no Facebook.....	77
Figura 11 - Página inicial do canal de Isaac.....	92
Figura 12 - Lista de Intro do canal de Isaac.....	95
Figura 13 - Página inicial do canal de Samara.....	97
Figura 14 - Vídeo publicado no canal de Samara.....	98
Figura 15 - Vídeo publicado no canal de Samara.....	100
Figura 16 - Página inicial do canal de Talita.....	102
Figura 17 - Ícone de descrição do canal de Talita.....	103
Figura 18 - Vídeo publicado no canal de Mateus.....	114
Figura 19 - Vídeo publicado no canal de Talita.....	114
Figura 20 - Vídeo publicado no canal de Samara.....	123
Figura 21 - Vídeo publicado no canal de Talita.....	123
Figura 22 - Proporção de canais no YouTube consumidos e/ou direcionados para o público infantil.....	135
Figura 23 - Vídeo de gameplay no canal de Isaac.....	137
Figura 24 - Vídeo de gameplay no canal de Samara.....	139
Figura 25 - Comentário de Mateus em seu canal.....	145

Figura 26 - Vídeo publicado no canal de Mateus.....	146
Figura 27 - Video publicado no canal de Mateus.....	146
Figura 28 - Video publicado no canal de Mateus.....	147
Figura 29 - Vídeo publicado no canal de Samara .....	148

## INTRODUÇÃO

Desde que comecei a trabalhar como professora do ensino fundamental, há cerca de cinco anos, as mídias audiovisuais foram objeto de atenção no meu fazer e saber pedagógico. No exercício de revisar os poucos anos que atuo em sala de aula no primeiro segmento do ensino fundamental reconheço que, em geral, esses artefatos não ocuparam lugares de destaque como objeto central dos processos de ensino-aprendizagem e avaliação. O que um olhar aguçado e inquieto para os *entrelugares* do cotidiano escolar me leva a perceber é que mesmo colocadas à margem, - e tantas outras vezes proibidas - as relações e sentidos oriundos de conteúdos e meios midiáticos circulam de alguma forma pelos *espaçotempos* da escola. É muito recorrente as crianças manifestarem em conversas, brincadeiras e nas próprias práticas em sala de aula determinadas leituras de mundo, gestos, falas e identidades que emergem das interações criadas com essas tecnologias e seus produtos. De acordo com o que afirma Fantin (2007), as práticas pedagógicas ainda estão muito distantes de problematizar as novas formas de leitura e escrita propiciadas pelas transformações tecnológicas.

Desde 2010, quando comecei a integrar o grupo de pesquisa *Cine Narrativas* coordenado pela professora Adriana Hoffmann – agora com novo nome de CACE<sup>1</sup> (Comunicação, Audiovisual, Cultura e Educação) e registrado no CNPQ, comecei a entrar em contato com as relações dos sujeitos com mídias audiovisuais em instituições de ensino formal e – nessa época, em especial o cinema - era o tema de pesquisa que começou a se tornar central nas minhas inquietações e reflexões pedagógicas sobre como integra-lo na escola. Dentro do grupo, participei nos dois primeiros anos do projeto *CINE CCH: aprendizagens com o cinema*, cineclube que na época exibia e debatia mensalmente filmes na UNIRIO projeto que realizou-se de 2010 a 2016) e em seguida também participei como bolsista de Iniciação Científica do projeto de

---

<sup>1</sup> Integra a linha de pesquisa “Práticas Educativas, Linguagens e Tecnologia” do programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Site: [caceunirio.wix.com/cace](http://caceunirio.wix.com/cace)

pesquisa *O cinema e narrativa de crianças e jovens em diferentes contextos educativos* (FERNANDES, 2010), onde pude realizar o trabalho de investigação com jovens do ensino superior frequentadores de um cineclube universitário.

Ao longo de dois anos, na graduação, estive envolvida na pesquisa que teve como objetivo perceber como as interações que os sujeitos construíam com o cinema integrava o processo de formação que atravessavam tanto na universidade como na vida. Essa minha participação gerou a escrita da monografia de final de curso de Pedagogia intitulada "*Cinema, narrativas e experiências: a formação atravessada pela prática cineclubista na universidade*" (DALETHESE, 2013) com a qual pude apresentar o resultado desse processo de construção que deu origem a minha entrada no mestrado e se desdobrou no tema desta pesquisa.

Nessa experiência vivida na pesquisa e também na extensão, me aproximei da noção de narrativa conceituada por Walter Benjamin que gerou a escrita de artigos apresentados<sup>2</sup> no ano de 2012, em co-autoria com minha orientadora e uma integrante do grupo de pesquisa. Essas leituras e produções trouxeram possibilidades de compreender a dimensão formadora do cinema para além da mera projeção de filmes. Assim, ocupei-me em problematizar como o cinema na dimensão do lazer, do entretenimento e do consumo pode se constituir expressivo fomentador de significação da cultura de acordo com os modos de recepção que os espectadores estabelecem com os filmes. A participação na pesquisa me fez perceber que a formação não residia no filme em si, mas nos sentidos coletivos e criativos estabelecidos no entrecruzamento das relações entre espectadores, filme e o contexto social. A exibição e debate coletivo no cineclube permitia isso. As significações construídas com os filmes, portanto, extrapolavam da tela para formas coletivas de viver e pensar sobre a realidade.

No âmbito desta pesquisa vivida anteriormente, entendo que, assim como o cinema tem valor significativo no cenário cultural em que vivemos,

---

<sup>2</sup> IV Congresso Internacional Cotidianos: Diálogos sobre Diálogos na UFF e VI Colóquio Filosofia e Educação na UERJ.

outras narrativas audiovisuais também atuam expressivamente nos modos como percebemos e construímos a cultura. Em 2015, já formada em Pedagogia e atuando como professora da rede de ensino do município do Rio de Janeiro, ingressei no curso de Mestrado e comecei a observar de perto as relações e sentidos das crianças com os audiovisuais na escola em que atuava. Ao optar em trazer as crianças como sujeitos em potencial para a pesquisa, a plataforma de vídeos YouTube era apontada constantemente como espaço muito utilizado por elas no cotidiano.

Em meio à diversidade de textos multimidiáticos com que as crianças se relacionam na contemporaneidade, o YouTube sobressaia, nas observações diárias numa turma de 3º ano de ensino fundamental, como meio muito presente na relação delas com o audiovisual. Pedidos recorrentes durante as aulas para “entrar no YouTube”, “colocar em tal vídeo” ou uma sugestão de vídeo para eu assistir em casa foram algumas das manifestações espontâneas vindas das crianças que me chamaram a atenção para pensar sobre a expressividade desse meio nas práticas culturais e sociais das crianças fora do contexto escolar. Vale ressaltar que tal sítio era bloqueado da rede *wifi* da escola.

Se as crianças estão estabelecendo fortes relações com esta ferramenta, podemos dizer que elas estão de alguma forma sendo educadas pelas narrativas que nelas se veiculam. Afinal, ao assumir lugares decisivos nas vivências cotidianas das crianças, o YouTube pode ser pensado como ambiente virtual que opera em modos de produzir conhecimento e informação na interação com crianças. Dessa maneira, é preciso olhar para o consumo de vídeos *online* como parte integrante nos processos de formação cultural e social das crianças.

Partindo dessas proposições é que a presente pesquisa – agora situada dentro do projeto de pesquisa *O cinema e as narrativas na era da convergência: modos de consumo, formação e produção de crianças, jovens e professores* (2013-2016) - amplia o entendimento do consumo de audiovisual que tem sido pensado dentro do grupo de pesquisa, tendo como foco investigar as relações culturais e sociais construídas pelas crianças com a plataforma de vídeos YouTube. Na apropriação das palavras de Fischer (2007) pretendo me

apoiar em perceber que modos de contar e ouvir histórias as crianças experimentam com este ambiente virtual. Os objetivos específicos nesse eixo da pesquisa são: mapear o repertório de vídeos que as crianças buscam e tem acesso, o que e como elas produzem audiovisualmente e, em oposição às linhas de pensamento que demonizam as mídias, buscar refletir sobre as possibilidades formadoras que existem nas interações que elas estabelecem com essa mídia fora do contexto escolar.

Dentro desta proposta do grupo de pesquisa institucional destaco as questões específicas que ajudaram a orientar o curso da investigação que ora apresento:

- Quais são as práticas de uso, consumo e produção culturais que as crianças estabelecem com o YouTube nos espaços particulares?
- Que dimensões formativas habitam o consumo audiovisual das crianças nesta plataforma?
- Que sentidos as crianças constroem com o YouTube?

Para desenvolver essa pesquisa organizei-a em 5 capítulos. No primeiro capítulo, trato do contexto das crianças no convívio com as mídias audiovisuais. Para tanto, busco articular discussões de teóricos dos Estudos Culturais Latino-Americanos (Canclini, Martín-Barbero, Orozco-Gómez) que possam contribuir no diálogo sobre cultura, consumo, identidade em intersecção com artefatos da comunicação. Assim, pretendo apresentar reflexões que nos ajudam a entender esse ambiente cultural no qual as crianças estão se formando sujeitos. Junto a isso, recorro ao pensamento do filósofo Walter Benjamin para problematizar como as interações com o YouTube podem se constituir em novos modos de narração na era contemporânea. Além disso, apresento um recorte de pesquisas acadêmicas encontradas no campo da Educação que abordam a relação de crianças com mídias audiovisuais e com o YouTube buscando dialogar com suas questões metodológicas e teóricas.

No segundo capítulo, trago o caminho teórico-metodológico percorrido apresentando autores que estudam concepções de infância (Pereira, Jobim e Souza, Sarmiento, Buckingham), sobretudo, estudos que lançam olhares para crianças no contexto das novas tecnologias da comunicação. Abordo também o

conceito de antropologia da criança (Cohn) que tomo emprestado na construção de uma proposta etnográfica da pesquisa. Assim, apresento os passos iniciais no campo, a busca pelos sujeitos, a entrada deles na pesquisa e como me constituí pesquisadora-seguidora nesse percurso traçado.

No terceiro capítulo, complemento essas discussões trazendo minhas narrativas sobre os encontros presenciais e *online* que tive com as crianças interlocutoras da pesquisa. Assim, busco apresentar cada uma delas em seus modos singulares de uso, consumo e produção com o YouTube.

No quarto, destaco os aspectos que sobressaíram como questões de análise como as mediações no contexto de consumo e produção de vídeos das crianças, o caráter lúdico desses processos para elas e a lógica do espetáculo nas interações com o YouTube.

No quinto capítulo, aprofundo as reflexões anteriores com outros aspectos surgidos como os modos de narrar, as identidades *gamer* e *youtuber* e a relação com o tempo nesses contextos. Por fim, organizo esses achados e reflexões e tento trazer contribuições para o campo da educação.

## 1 - CRIANÇAS E O CONTEXTO DAS MÍDIAS AUDIOVISUAIS

*Assim a comunicação se tornou para nós questão de mediações mais do que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos mas de reconhecimento. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 28)*

Pensar as relações que as crianças constroem com a cultura na atualidade implica inevitavelmente em trazer as mídias – das analógicas às digitais. Isso se dá pela evidente constatação da hegemonia das mídias nas inúmeras atividades e vivências do cotidiano. Os meios e conteúdos midiáticos vêm assumindo lugares cada vez mais centrais nas práticas e instituições sociais promovendo a intensificação de efeitos e mudanças nas formas como nos relacionamos e lidamos com o mundo. Assim, pode-se afirmar que as gerações mais recentes “estão na vanguarda de muitos dos processos ligados às mídias” (BUCKINGHAM, 2007), na compreensão que já nascem imersos nesse universo cultural protagonizado por essas tecnologias comunicacionais.

Na sociedade atual em que vivemos, pode-se dizer que os processos de interação são permanentemente tocados pelas tecnologias e seus conteúdos. Os sujeitos não são apenas constituídos pela cultura midiaticizada, mas, sobretudo, constituidores de sentidos da cultura. É através do coletivo das atividades humanas e das instituições sociais - permeadas pelas mídias - que a cultura é organizada.

As palavras de Jesús Martín-Barbero na epígrafe lançam pistas para refletir sobre a potência motora da comunicação nos contornos em que a cultura contemporânea se delinea. O estudioso sinaliza que os caminhos para se pensar essas novas configurações da sociedade devem ter como premissa os modos de recepção. Em convergência com esta perspectiva, outros autores dos Estudos Culturais Latino-Americanos (CANCLINI, OROZCO-GOMÉZ) têm como alvo de investigação a recepção dos meios massivos de comunicação para pensar a formação cultural dos povos latino-americanos. Encontro nos debates desses estudiosos a reflexão para entender as interseções entre o

esquema de comunicação impulsionado pelas novas tecnologias com a complexa trama cultural na qual a sociedade atual vem sendo redesenhada.

Estão em jogo as transformações nos meios de comunicação que deixam de ser máquinas para ocupar o papel de mediação em processos de significação da cultura. Quando Martín-Barbero (2006, p.54) diz que “a tecnologia remete, hoje, não a alguns aparelhos, mas, sim, a novos modos de percepção e de linguagem, a novas sensibilidades e escritas”, ele nos sugere a mudança na natureza da comunicação nos tempos atuais. Para o antropólogo, a revolução das tecnicidades inaugura novos modelos de sociedade proporcionados pela alteração nos modos de se comunicar. As novas tecnologias como as múltiplas mídias de hoje em dia exercem papéis fundamentais de mediadores na constituição da cultura.

Tal entendimento é claro se olharmos para nossa vida cotidiana nas redes que compõem nossas experiências e relações interpessoais, atentando para o valor significativo das mídias no curso dessas práticas. As diferentes telas e seus conteúdos com os quais lidamos diariamente como computador, *smartphones*, televisão, *tablets*, aplicativos, redes virtuais, entre tantos outros estão muito além de meras ferramentas para se comunicar com alguém. As mídias já encontram permanências em nossos comportamentos, imaginários, memórias e subjetividades. Sendo assim, não podemos mais conceber os meios como instrumento, na medida em que a comunicação não é algo externo à nós, mas é parte estruturante da cultura (BARROS, 2012). Os processos de comunicação são processos culturais.

Enquanto componente na construção da cultura, o comunicativo por meio das novas mídias comparece como determinante mediador nas redes simbólicas e de socialização das pessoas. Atualmente, tão crucial quanto as tradicionais instancias – família, escola, religião - de formação, a comunicação nos interpela na maneira com que nos posicionamos nos grupos e contextos, nas formas de perceber e transformar na realidade.

Essa lógica supera leituras tradicionais que predominaram por um longo período em pesquisas na área da Comunicação, dentro das quais o receptor não ocupava outro lugar senão o da submissão, alienação e docilidade na relação com os meios de comunicação (FERNANDES, 2012). Nesse sentido, a

concepção de dominação e manipulação dos meios massivos de comunicação sob os indivíduos se faz insensata. Se admitirmos que a comunicação é parte integrante nos modos em que os sentidos culturais vão sendo construídos, torna-se inviável pensar que as relações entre meios e audiências ocorram em via de mão única, em que emissores transmitem mensagens a serem apreendidas passivamente pelos receptores.

O que esta linha de estudiosos da América Latina refuta é a ênfase dada aos meios de comunicação que foi sustentada durante décadas pelas grandes vertentes de pesquisa em Comunicação. Por isso em seus debates, esses autores propõem um mapa conceitual mais amplo e complexo de reflexão deslocando o eixo de debate dos meios para os sujeitos e a cultura. Isto é, pensar como a comunicação se dá considerando os diferentes modos de uso, apropriação e produção de sentidos que os receptores constroem com os meios no processo cultural. Entende-se que os meios midiáticos não funcionam mais para atender apenas a determinadas funções comunicacionais, uma vez que atuam num âmbito mais abrangente de produção, apropriação e circulação de sentidos que ao constituir a sociedade em que vivemos também nos constitui.

Para eles, o processo comunicacional não deve ser reduzido a apenas um dos pólos, quando há uma diversidade de elementos, grupos e contextos que perpassam e intervêm nas interações que as pessoas estabelecem com os meios. Ao colocar a recepção como lugar privilegiado na análise dos processos de comunicação, procura-se perceber o lugar de protagonismo desses sujeitos frente às mensagens e meios com os quais interagem no processo comunicativo.

O pensamento meios manipuladores/audiências dóceis não é mais suficiente para a compreensão do papel dos atores nesses processos culturais. Aliás, é uma reflexão que anula a ação do receptor na produção de sentidos no processo comunicativo. No intercâmbio com as mídias, receptores passam a assumir papéis de consumidores (CANCLINI, 2010), produtores e fomentadores de significações na cultura. Dessa forma, evidencia-se a importância de se considerar a multiplicidade de agentes de variadas naturezas que permeiam as interações emissores-receptores ou meios-audiências.

Pensar as partes isoladamente restringe a abrangência de possibilidades de compreender a comunicação como lugar estratégico na constituição da cultura.

Em seu livro *Dos meios às mediações*, Martín-Barbero (1997) analisa as mudanças de perspectiva no olhar para os modos de comunicação, argumentando que a preocupação dominante com os efeitos dos meios sobre as audiências deixava de ver que o cerne comunicativo estava na vida cotidiana em si, nas ruas, nos bairros, nos espaços domésticos. Centralizar a comunicação nos meios e suas mensagens é deixar de dar conta da comunicação como prática social no interior de processos de significação da cultura. Por isso o autor tem sua crença nas mediações como lugar estruturante da cultura, o espaço de conexão entre a comunicação e a cultura.

As leituras que fazemos do mundo são atravessadas por multirreferenciais. As mediações atuam como os *entrelugares* no processo comunicativo, espaços de fontes culturais muitas vezes imperceptíveis e transitórias entre a produção e a recepção. Assim, deve-se considerar os processos de mediação que habitam nas interações entre sujeitos e as tecnologias. Por que as pessoas assistem TV ou vídeos *online*? Como escolhem os conteúdos? Em que contextos isso ocorre? Com quem interagem ao fazerem uso desses meios? Olhar para os lugares que os mediadores ocupam no intercâmbio com as mídias é o atalho fundamental para perceber os processos de significação da cultura.

De acordo com Stuart Hall (1997), todas as práticas sociais contêm uma dimensão cultural. A escola, a universidade, a igreja, os círculos de amizade, a família, as celebrações e o mercado compõem como mediadores nas formas de percepção da realidade. São as múltiplas comunidades de pertencimento (CANCLINI, 2010) em diferentes espaços-tempos que transitamos ao longo da vida que atuam na mediação das formas com que os sujeitos se apropriam de bens e narrativas simbólicos que os circundam ao longo da vida. Tratar da cultura diz respeito a olhar para as ações das pessoas, os lugares que circulam, os papéis que exercem nos variados espaços sociais, os modos de comportamento e o consumo de bens materiais e simbólicos.

No contexto desta pesquisa, partimos da noção de que a cultura se concretiza no chão do cotidiano das pessoas. O que durante décadas foi

conceituada vulgarmente como sinônimo de padrões de erudição e elitista, dentro da abordagem dos Estudos Culturais Latino-Americanos passa a ser contemplada no campo da coletividade e do material nas práticas sociais, populares e cotidianas dos sujeitos. Em sua pluralidade, a cultura é constituída no interior das relações familiares, nos espaços particulares, nas ruas, no trabalho, nas celebrações, na religião, no consumo e nos tantos lugares mais concretos da vida. Na medida em que os atores sociais dão sentidos às suas práticas e relacionamentos, eles tecem fios que compõem a cultura.

Assim como a comunicação, a cultura não está a nossa volta, nem tampouco se refere a objetos, mas reside nos processos de significação que se criam na interação com os grupos. É nessa lógica que Canclini (2005) prefere atribuir o adjetivo “cultural” na lógica do diálogo e entrecruzamento entre as culturas numa dimensão intercultural ao invés de usar o termo “cultura” que parece nos levar a uma definição de algo acabado, já construído, substantivo. De acordo com seu pensamento, a definição de cultura nunca esteve tão imprecisa e extraviada devido as dinâmicas flexíveis e imprevisíveis que caracterizam os modos de organização dos sistemas culturais contemporâneos. Em tempos de fronteiras móveis e fluidas, é inviável conceber a cultura a partir da descrição particular e fechada de comunidades “puras”, identidades típicas e impenetráveis.

Não à toa, o conceito de cultura está sempre em “deslocamento” como observa Santaella (2003), já que no cenário global atual os conhecimentos e informações estão em constantes alterações e recombinações. Os códigos criados e compartilhados entre grupos e instituições sociais não são fixos, mas são construídos e reconstruídos permanentemente.

Os sentidos culturais se constituem em meio à intensa e ininterrupta trama de estímulos que se embarçam por diferentes naturezas e direções. Estímulos são fugidios, transversais e descontínuos havendo sempre o risco do choque e do embaraço. Pensar o cultural como sugere Canclini (2005) consiste em compreender as práticas e relações dos sujeitos em processos de disputa, negociação e reelaboração entre estruturas significantes que não cessam em se movimentar e se transformar.

Se nos apoiarmos na discussão do caráter cambiante e processual da cultura proposto por Canclini (2005), podemos afirmar que a cultura em si não existe, quando na verdade, devemos pensar em processos culturais. Ao trazer essa reflexão para as práticas de uso e consumo que as crianças produzem com mídias digitais, entende-se que as combinações de estímulos são múltiplas, mas não se repetem. Dessa forma, um mesmo vídeo ou o próprio YouTube podem ser apropriados de maneiras diferentes. Partindo dessa lógica é que nos propomos a perceber os sentidos criados nas interações entre crianças e vídeos no YouTube. Que tipo de trocas e aprendizados as crianças estão criando nesse espaço virtual? Como essas interações podem mediar processos culturais? Que produções estão sendo feitas por elas na interação com essa plataforma?

Diante dessa perspectiva da cultura atrelada à comunicação, entende-se que para perceber as dimensões formativas das crianças com o YouTube é preciso olhar mais para o conjunto de interações do que para seus conteúdos. Nesse sentido que Martín-Barbero (1997) sublinha a necessidade de se descortinar os diferentes fatores e contextos socioculturais presentes no cotidiano das crianças. Infere-se nisto a noção de que é no entrecruzamento de variáveis temporais, sociais, políticas, afetivas, geográficas e tantas outras da vida que as pessoas criam maneiras de recepção, formam gostos e critérios de seleção sobre o que assistem. Pretende-se buscar na multiplicidade desses agentes as possíveis práticas de mediação que atuam na tessitura de saberes e fazeres com narrativas audiovisuais online.

Na interação com as mídias, as audiências produzem simbolicamente formas coletivas de estar e agir no mundo, na apropriação de sentidos culturais. Com isso podemos pensar que não estamos lidando com tecnologias que produzem objetos mas, sim, estamos diante de um novo tipo de “tecnicidade cuja matéria-prima são abstrações e símbolos” (MARTÍN-BARBERO, 2006). Isto é, estamos diante de um contexto cultural cuja centralidade das mídias atravessam a (trans)formação de valores, gostos, posturas, sentimentos e ideias nas mais diferentes dimensões da vida em sociedade.

Ao tomar como princípio que as crianças já nascem imersas num ecossistema midiaticizado e virtualizado, entende-se que elas apresentam maneiras diferenciadas de se relacionar com o conhecimento (FERNANDES, 2012). De fato, as crianças já nascem e crescem num contexto cultural marcado por práticas e saberes híbridos em que cada vez mais o global se confunde com o local, o erudito e o popular se misturam, o tradicional se entrelaça ao moderno e o virtual se torna tão ou mais significativo quanto o presencial (BATISTA, 2014). O que é aprender nesse ambiente de fronteiras voláteis e conhecimentos deslocados? Como é ser educado em tempos de pertencimentos múltiplos, interculturais e simultâneos?

A noção de hibridação cultural que Canclini (2003) traz à tona ao discutir as culturas populares latino-americanas pode contribuir para problematizar o lugar das crianças da pesquisa em meio a sistemas culturais convergentes e divergentes ao mesmo tempo. De acordo com este estudioso, a heterogeneidade intercultural dos povos latinos é resultado do entrelaçamento de elementos sócio-culturais de espaços e tempos diferentes que se interpelam de maneiras imprevistas e desordenadas fomentando novas estruturas, práticas e objetos. A vida contemporânea se traduz numa dinâmica intercultural em que bens materiais e simbólicos de diferentes ordens estão em contínuos encontros. Isto é, elementos geográficos, históricos, políticos, afetivos e até mesmo imaginários se convergem, deslizam uns sob os outros, nunca funcionam de maneiras isoladas.

O intercâmbio entre diferentes matrizes culturais, no entanto, nem sempre ocorre de maneira harmoniosa e dialógica. Como Canclini (2003) salienta, a própria formação cultural da América Latina foi e ainda é intensamente marcada por processos de desigualdade e contradição. A combinação dissimulada e desarticulada entre identidades e práticas de sistemas culturais distintos é um campo de tensões ativado por processos simultaneamente de negociação e sujeição, disputas e justaposição, subordinação e reformulação. Assim, “a hibridação não é sinônimo de fusão sem contradições” (2003, p. 18), já que não há caminhos dialógicos entre diferentes sem aflorar conflitos.

Contudo, são as circunstâncias de crise provocadas pelo estranhamento com o “outro” o que nos coloca em confronto com nossas verdades, tornando possível a reelaboração das perspectivas supostamente fixas, a criação de novos olhares e mecanismo para agir no mundo. Portanto as crianças se constituem sujeitos e criam suas identidades em meio a esse cenário de incertezas e instabilidades. Simultaneamente à diversidade de informações e imagens, as crianças se formam no cruzamento de fenômenos e referenciais culturais múltiplos e caóticos (OROZCO-GÓMEZ, 2009). Num contexto cultural em que as manifestações identitárias se consolidam por sentidos transversais e migratórios, a fomentação dos processos de significação é invariavelmente entremeada de momentos de incômodo e tensão que são constituintes das culturas contemporâneas.

Convém então pensar que, intermediados pelo consumo e onipresença de artefatos midiáticos, os processos de formação das crianças na sociedade atual são processos iminentemente híbridos. Cada indivíduo constrói sua trajetória pessoal através de pedaços reunidos do fluxo constante de conteúdos dispersos e fragmentados dos espaços e contextos físicos e virtuais por onde circula. Por isso na malha híbrida de uma cultura protagonizada pelas mídias, sobretudo, a audiovisual, os sentidos são costurados de maneiras polissêmicas e aleatórias de acordo com os modos que cada sujeito deles se apropria. Ao transitar por variados estratos sociais, as crianças vão tecendo suas identidades em consonância com a cultura em que vivem. Podem criar desdobramentos potentes e criativos nesses intercâmbios que as instituições de formação talvez não entendam.

A construção de suas identidades, aprendizados e comportamentos escapam dos centros tradicionais de interação social - escola, família, grupos de bairro – para alcançar vias cada vez mais dispersas e incontroláveis por esses lugares outrora legitimadores do saber. Sem dúvida, a cultura digital impulsionou processos de *desterritorialização* do conhecimento. A Internet associadas aos meios de compartilhamento de conteúdos online como blogs, aplicativos para dispositivos móveis, YouTube e as redes sociais tem valor tão expressivo na aprendizagem das crianças quanto as agências oficiais de educação.

Tomando essas proposições, podemos afirmar que estamos diante de sujeitos cuja representação do mundo é ao mesmo multitemporal, multissituacional e transnacional. Os modos de conceber e processar a realidade não se associam mais aos códigos e símbolos típicos de uma comunidade ou contexto cultural. Por mais radicais e fiéis que sejam seus membros, eles são inevitavelmente afetados por estímulos globais decorrentes do mercado industrial e das mídias. Os conhecimentos e as identidades são construídos por contornos flexíveis e desfronterizados, no traçado desordenado de linhas maleáveis e desviantes que se redefinem permanentemente. As fronteiras são mais simbólicas do que físicas. O global não retira o local, mas na intersecção ambos se ressignificam.

A objetividade e rigidez de velhas convenções dualistas que tradicionalmente conceberam o saber dentro de espectros disciplinares se desmontam frente aos movimentos híbridos, descontínuos e transitórios de produzir e compartilhar conhecimentos e informações. As novas formas de linguagem possibilitadas pela digitalização e a predominância de narrativas audiovisuais alteram os sentidos da realidade que não se produzem mais por caminhos lineares e mensuráveis. A tendência racionalista de dicotomizar “o inteligível ao sensível e ao emocional, a razão à imaginação, a ciência à arte, e também a cultura à técnica, e o livro aos meios audiovisuais” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 53) torna-se incompatível com as dinâmicas culturais contemporâneas.

Como Baccega (2010) comenta, a sociedade atual está vivenciando o momento de disputas entre as agências socializadoras historicamente legitimadas na formação de crianças - escola, família, religião – com os novos aparatos tecnológicos. Por um lado, temos instâncias formais de educação que durante séculos foram responsabilizadas como fontes autênticas e seguras no processo de aprendizagem dos sujeitos. Por outro viés, os artefatos tecnológicos de informação e comunicação já despontam como mediadores cruciais na formação de identidades culturais, nas mudanças de comportamento e nos relacionamentos com o mundo e consigo.

De maneira geral, essas instituições que tradicionalmente lidaram com o saber também são envolvidas pelas novas tecnologias e, portanto, pelos

valores culturais disseminados nos meios de comunicação. Tão impregnados no cotidiano, porém ainda tão divergentes! Em consonância com os descompassos em enfrentar as novas dinâmicas na comunicação, essas instituições inevitavelmente integram a nova ecologia cultural midiaticizada. Aliás, é válido afirmar que as mídias já se sobrepõem aos contextos tradicionais na produção e circulação de saberes e fazeres. Para Baccega (2010) é na articulação dos campos da Comunicação e da Educação em que se manifesta esse debate e alerta que esses desencontros nunca representaram uma total ruptura. O verbo não foi substituído pelas novas telas, por exemplo. Na verdade, a linguagem verbal apenas perdeu sua centralidade para conviver com outras bases linguísticas.

Nesse contexto cultural hibridizado, é imprescindível não trazer a imagem nas interrelações sociais atravessadas por artefatos das mídias. Os novos artefatos midiáticos estão cada vez mais entrelaçados a imagens, em especial, imagens audiovisuais. Estamos rodeados a todo o momento por conteúdos, textos, informações narrados em imagem, som e movimento. Nossas práticas e relações sociais estão sob constante exigência de interagir com linguagens e formatos comunicacionais que operam no campo do audiovisual. Orozco-Gómez (2009) identifica os produtos audiovisuais como referentes-chaves nas dinâmicas socioculturais da nossa era. As novas telas estão no centro dos novos mapas culturais que são traçados na contemporaneidade.

As mudanças trazidas a partir do contato do homem com imagens em movimento já eram apontadas por Walter Benjamin em 1936 no seu ensaio *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica* (2012). Neste texto, o filósofo alemão argumenta que com o surgimento de técnicas de reprodução de obras artísticas, altera-se consideravelmente não apenas a própria natureza da arte, mas, sobretudo, a percepção humana sobre a realidade. Ao tratar do cinema, em especial, como uma das formas de arte propiciadas pelas novas técnicas de reprodução, Benjamin faz uma análise sobre as transformações na sociedade nos modos de conceber a existência na modernidade. Não é a obra de arte produzida em imagem e movimento a promotora dessas mudanças na

sociedade, mas tem sua existência fundamentada na já transformada vida cotidiana dos sujeitos modernos.

O que a atualidade dessa lógica nos leva a refletir é como a audiovisualização da cultura (FERNANDES, 2009) trouxe mudanças tão profundas nas formas de comunicação na era moderna conduzindo a novos modos de conceber a realidade simbolicamente. Conteúdos audiovisuais são, portanto, parte integrante nos processos de significação da vida, exercendo funções de expressivos mediadores nas relações interpessoais, na criação de identidades e espaços de pertencimento social.

É inegável que os contextos culturais e sociais que as crianças transitam são atravessados continuamente por uma diversidade de linguagens por meios nos quais as narrativas audiovisuais - desde as mais tradicionais às digitais – tem ganhado cada vez mais espaço como o celular, a Internet, a televisão e tantos outros que escapam da lógica objetiva e linear de conceber a aprendizagem. Reconhecer o caráter intrínseco que narrativas veiculadas em imagem, sons e movimentos assumem em nossas vidas é considerar que elas já atuam em nossas vidas, intervindo em nossos modos de aprender e existir (FISCHER, 2007).

Ao contrário das recorrentes visões apocalípticas e pessimistas, as novas tecnologias não estão desviando os sujeitos do saber legítimo pela tradição. O que pode ser condenado como prejudicial no processo da aprendizagem cartesiana, Martín-Barbero (2014) percebe um escape das barreiras de vigilância e controle na produção e reprodução do saber. É nessa perspectiva que ele qualifica a nova configuração da sociedade como consequência da disseminação, *deslocalização* e *destemporalização* do saber. Os saberes não são propriedades de lugares e figuras sociais específicas. Eles circulam por espaços dispersos e descentralizados. Ao transitarem por essa trama intercultural, as crianças vão sendo educadas, compondo suas identidades, hábitos e comportamentos por arranjos de “saberes-sem-lugar-próprio” (MARTÍN-BARBERO, 2014, p. 83).

As linguagens em imagem e som, dos jogos eletrônicos, de *softwares* propiciadas pelas mídias contemporâneas são tão importantes no processo de aprendizagem das crianças quanto a escrita e leitura verbal. Essas novas

redes de conhecimento apresentam outras combinações de linguagens, ritmos e sequências na organização do pensamento. As crianças investigadas estão habituadas a essa nova configuração do conhecimento que Martín-Barbero (2014) qualificou de *deslocalização* dos saberes. Diferentemente das gerações que vivenciaram a fase pré-digital virtual, os sujeitos dessa pesquisa já nasceram e crescem em ambientes estruturalmente hipermidiáticos, interconectados e interativos.

No entanto, é necessário salientar que esses novos meios e suportes tecnomidiáticos são ofertados por grandes grupos corporativos. Embora se reconheça a multiplicação de redes descentralizadas e colaborativas de informação e saberes no cenário atual de produção cultural, não se pode desconsiderar a lógica mercantil na mediação das atividades de recepção. O próprio ambiente virtual do YouTube foi criado no ano de 2005 e sua repentina popularização atraiu a empresa Google que comprou o sítio no ano seguinte, de acordo com o livro de Burgess & Green (2009). Estes autores afirmam que o YouTube constitui uma nova forma de negócio, na medida em envolve participação em dinheiro para os produtores de conteúdos e com vendas de anúncios publicitários. Em meio aos crescentes processos de comunicação que potencializam expressões coletivas e plurais através da circulação e apropriação de conteúdos e vídeos, os centros hegemônicos do capital fazem da cultura participativa um negócio.

Como Pretto e Assis (2009) nos chamam a atenção, o universo da comunicação é controlado por cerca de seis grupos que articulam “de forma intensa produção de cultura, produção simbólica e de discursos” (p. 77). Sendo assim, os usos, as posturas de consumo e apropriações que as crianças estabelecem com este meio podem também ser afetadas pelos tentáculos de conglomerados industriais que estão aliados aos interesses econômicos dominantes e relações de poder. Nesse jogo de olhar para os papéis dos agentes mediadores nas relações com o YouTube, “é preciso estar atento e forte”<sup>3</sup> para não embarcar nas armadilhas que podem existir em uma suposta autonomia e participação ativa de usuários na plataforma. O contexto da

---

<sup>3</sup> Trecho da canção “Divino, maravilhoso”, composição de Caetano Velo e Gilberto Gil, 1968.

cibercultura carrega tensões ao trazer condições de consumo ativo, interação e produção de conteúdos de usuários comuns sendo, ao mesmo tempo, também tocada por estímulos mercadológicos.

### **1.1 – YouTube como fonte de narrativas contemporâneas**

Estamos num contexto de novos modos de comunicar, novos modos de narrar como pondera Martín-Barbero (2014). Dentro dessa reconfiguração nos processos de produzir e circular o saber, a rede de compartilhamento de vídeos YouTube comparece como espaço próprio das novas lógicas de narrativas que emergem. A forma como narramos diz respeito as nossas experiências, as relações sociais, aos lugares que transitamos e, por isso, diz muito de quem somos, das posições que ocupamos no mundo, dos modos como produzimos cultura. Contar histórias é narrar o nosso tempo, nosso lugar no mundo, quem somos.

No sentido atribuído por Walter Benjamin (2012), a narrativa é sempre carregada de sentidos dialógicos e compartilhados, visto que ela só funciona dentro de uma comunidade. Afinal, se o YouTube está sendo considerado nesse trabalho como ambiente em potencial na mediação de processos de significação da cultura que é sempre coletiva e plural, que modos de narrar as crianças podem estar vivenciando com ele?

Tratar os vídeos do YouTube a partir dessa perspectiva se justifica na compreensão de que eles são formas de narrar eminentes da era midiática em que as crianças estão crescendo. Como marcas, vestígios das práticas e relações interpessoais de uma comunidade, ou de um contexto social, as narrativas são expressões vivas do que se produz e se compartilha culturalmente. Assim, conhecer o repertório de vídeos, os modos de uso e de apropriação do que elas assistem e produzem nessa plataforma pode conduzir a refletir sobre os sentidos que as crianças constroem porque são marcas de suas culturas.

Ao adensar nas reflexões filosóficas de Benjamin, no entanto, percebe-se em um primeiro momento o aparente tom radical e desanimador que ele se reporta as formas de narrativa existentes na dinâmica do mundo capitalista. Na

visão de Benjamin, a origem de toda narração está na experiência. O narrador legítimo é quem tem a autoridade da sabedoria e do conselho e, portanto, a capacidade de intercambiar experiências coletivas na criação e perpetuação de histórias. Simultaneamente o narrador puxa fios de sua memória, de suas histórias de vida, ele recorre a histórias relatadas por outros. Por isso, toda narrativa é a manifestação de um coletivo em que diferentes subjetividades, espaços, tempos, olhares, palavras e gestos ao se entrelaçarem são reinventados. No ato de narrar, diferentes espaços-tempos se cruzam e se reconstróem. O passado trazido para o presente na narração oral é contado de uma nova maneira, assim como o presente vai sendo construído.

Toda narrativa se origina do fio de outra narrativa, ou de várias ao mesmo tempo, que ao ser contada, ela é narrada de outras formas, escutada por outros ouvidos, posto que é entremeada às experiências de quem as compõem. A narrativa é sempre atravessada pelas experiências de narradores e ouvintes. Há um interesse mútuo na troca de experiências. Isto é, o contar não está na coisa narrada em si, mas pressupõe narradores e ouvintes inclinados a serem transformados pelo o que se fala e o que se escuta respectivamente. É neste sentido que a vida, as experiências dos sujeitos se impõem de alguma forma ao que é narrado.

Em diálogo com esse pensamento, Larrosa (2002) concebe a experiência como algo que não se esvazia ao final de seu ocorrido, mas que permanece e modifica as pessoas. Para ele, a experiência é algo que nos afeta, o que nos acontece, o que produz efeitos para além do fato ocorrido. Dessa forma, a verdadeira narração seria aquela que nunca se esgota no imediatismo do dito, mas se conserva em outras experiências, outras histórias.

A experiência que para Benjamin é a fonte por onde se alimentam todos os narradores, é “a arte de contá-las de novo, e ela se perde quando as histórias não são mais conservadas. Ela se perde porque ninguém mais fia ou tece enquanto ouve a historia” (2012, p. 221). É nesse ponto que ele sinaliza a progressiva perda da prática de contar oralmente a história, isto é, de compartilhar e passar adiante, perpetuar artesanalmente experiências e ensinamentos que se prolongam de geração em geração.

Em sua afirmação que o narrador “não está absolutamente presente entre nós, em sua eficácia viva” (p. 213), o autor admite a crença no fim da tradição oral de contar histórias. Sendo assim, ele se preocupa com o empobrecimento das experiências nos tempos modernos, tendo em vista que os sujeitos perderam a capacidade do sentido de entrega, de abertura e de paciência que denotam o valor de continuidade da narrativa. São constatados que com o abandono progressivo do ato de contar história, portanto, perdeu-se a capacidade de compartilhar experiências. Os hábitos, comportamentos e estilos de vida condicionados na modernidade e trazidos pela lógica capitalista e da indústria de massa, desvencilham cada vez mais mulheres e homens de práticas de comunicação intimistas, ritualísticas e duradouras.

Benjamin denuncia o advento da imprensa e do romance – formas genuinamente burguesas e urbanas de comunicação – como determinantes para o desaparecimento da arte de narrar, uma vez que são incompatíveis com a tradição oral. Numa esfera de vida regida pela novidade e pelo excesso na qual os indivíduos vivem imersos a uma exposição maciça de imagens, anúncios, informações, manchetes e mensagens, a prática tradicional de narração torna-se antiquada. A rapidez e profusão dos fatos do dia-a-dia, das trocas de mensagens, dos meios de comunicação com que lidamos, dos espaços físicos e – cada vez mais - virtuais que circulamos acarretam em atividades que *não afetam, não atravessam os sujeitos* (LAROSSA, 2002).

A dramaticidade com que Benjamin se refere às cidades modernas demonstra sua preocupação pelo imediatismo e brevidade dos fatos e das vivências que impossibilitam as pessoas de criar vínculos. Habitadas ao fluxo fragmentado e desconexo que regem as tramas culturais, as pessoas são *insaciáveis de notícias, eternamente insatisfeitas* (LAROSSA, 2002, p. 23), porque vivem os fatos no instante em que eles ocorrem. Assim que a informação nos chega ela já é descartada e ocupada por outras.

Antagônica ao intercâmbio de experiências, a informação surge nas brechas entre o trabalho, eventos e compromissos funcionais. Estas exigências práticas do cotidiano que ocupam grande parte do nosso tempo são o que Larrosa (2002) denota como as experiências particulares vividas isolada e fugazmente, pois não deixam rastros, elas apenas acontecem e não nos

acontece. De acordo com a sua análise sobre a filosofia benjaminiana, essas vivências são próprias da realidade contemporânea em que o sujeito moderno não tem tempo suficiente para trocar e cultivar experiências. No mundo moderno, onde os acontecimentos ocorrem como um choque e as vivências são instantâneas nada toca os sujeitos, porém tudo os agita, os excita, os choca, mas nada lhes atravessa.

Se nos reportarmos ao que nos diz Benjamin, surgem indagações se estaríamos vislumbrando novos modos de experiências nos dias de hoje, que nos levam a problematizar como a narrativa sobrevive em tempos atuais. O diagnóstico drástico de que a sociedade está decadente e vazia de experiências, pode não ser um lamento de uma tradição oral perdida, mas um convite para trazer à tona questionamentos das formas de narrativas que predominam nos dias atuais. Podemos tentar perceber como a narração oral se incorpora às novas práticas e funções das narrativas modernas, redimensionando as perspectivas de produzir e intercambiar narrativas coletivas e significativas em meio às experiências fragmentadas e efêmeras da contemporaneidade.

Tal assertiva nos conduz a problematizar o consumo de vídeo no YouTube como espaço possível para as novas formas de narrativas reconfiguradas na vida cotidiana. Como site de repositório e compartilhamento de imagens em som e movimento, o YouTube integra processos de produção, consumo e circulação de bens simbólicos que são constituintes das identidades, valores e posições sociais. A rede de vídeos em formato digital apresenta variadas possibilidades de uso e experiência estética que extrapolam a mera função de exibir vídeos. Diferentemente da televisão, a maneira de ser audiência no YouTube é marcada pelos processos fragmentados e desordenados como o saber e a informação que circulam em nossa era.

## **1.2 – Crianças e narrativas audiovisuais em pesquisa**

Nessa parte do capítulo, busco dialogar com pesquisas no campo da Educação que destacam a relação de crianças com diferentes mídias

audiovisuais. Após algumas incursões por variadas fontes acadêmicas, indicações de colegas, professores e de referências bibliográficas, apresento o recorte que realizei sobre os estudos cujas leituras intercedem nas questões trazidas no trabalho.

Foi encontrada uma série de trabalhos acadêmicos na educação com diferentes formas de abordagem sobre o tema criança e o audiovisual. Dentre os achados, descartei estudos que discutiam os efeitos das mídias provocadas nas crianças, outros que analisavam representações de infância em filmes ou em programas televisivos, que apresentavam trabalhos pedagógicos no uso de filmes ou conteúdos audiovisuais como apoio didático. A revisão desses estudos tomou como critério a seleção de pesquisas que privilegiavam a criança no lugar de receptora ativa, crítica e participativa com o que assistem, na compreensão de que a interação com imagens audiovisuais pode se constituir em experiência formadora.

É com essa perspectiva que Salgado, Pereira e Jobim e Souza (2006) realizam uma pesquisa no âmbito escolar com o objetivo de compreender como as interações das crianças com desenhos animados da televisão fazem parte da produção de conhecimento sobre a cultura midiática contemporânea. Partindo do pressuposto de que a imagem ocupa um lugar hegemônico no contexto cultural que elas vivem, compreende-se que os desenhos animados são elementos expressivos do cotidiano das crianças e, portanto, dos modos como elas percebem o mundo. No artigo intitulado “Da recepção à produção de mídia: as crianças, a cultura midiática e a educação”, as autoras relatam o percurso de realização de oficinas que tiveram como intuito a produção de desenhos animados por crianças de 5 a 6 anos de idade junto às suas professoras e as próprias pesquisadoras.

Dentro de uma concepção de pesquisa-intervenção, as atividades se propunham a incitar o conhecimento de diferentes aspectos que circundam os aparatos midiáticos. Ao longo do processo de criação que vai desde a elaboração do roteiro à sua materialização em imagens coloridas, os sujeitos envolvidos tem a possibilidade de vivenciar outras experiências midiáticas na condição de produtores. Colocando-se no lugar de quem idealiza, planeja e transforma imagens, as crianças “tomam suas produções como objetos de

reflexão e crítica” (p. 175), na medida em que começam a problematizar tanto o próprio trabalho quanto os papéis de espectadoras de televisão.

Assim, essas atividades se constituíam como espaços desencadeadores de questionamentos não somente das imagens produzidas mas, sobretudo, das representações sociais e valores estéticos construídos ao interagir com desenhos animados. Era nos momentos de experimentação de técnicas de animação, nas discussões e organizações coletivas das etapas de produção, que as crianças traziam as referências simbólicas que atravessavam seu imaginário, evidenciando as formas como se apropriavam dos gêneros televisivos, como se posicionavam frente à eles e o que aprendiam nessa interação. É justamente na proposta de uma experiência compartilhada entre crianças e adultos na produção de imagens de animação que as autoras procuram analisar o papel social dessas pessoas na cultura midiática contemporânea.

A pesquisa de Fernandes (2012) também aborda a relação entre crianças com desenhos animados na recepção de meios televisivos. Seu trabalho de mestrado originou o livro “As crianças e os desenhos animados: mediações nas produções de sentidos” no qual a pesquisadora procura entender os sentidos que as crianças atribuem aos desenhos que assistem na televisão. Para conhecer o universo cultural em que elas já estão inseridas, a autora optou pelo espaço escolar como campo de investigação. Tendo como campo de pesquisa uma escola da rede municipal e uma escola particular, realizou oficinas e entrevistas coletivas com crianças na faixa etária de 9 e 10 anos de idade, como alguns dos instrumentos metodológicos da investigação.

As oficinas consistiram em seis encontros em cada escola com a exibição de desenhos animados escolhidos uma parte pelas crianças e outra pela própria pesquisadora. Após cada episódio, eram propostas atividades como conversas ou brincadeiras a partir do que assistiram ou a produção de um texto ou desenho. Os dados empíricos reunidos nessas atividades foram analisados segundo a concepção de multimediasções de Orozco-Gómez (2001 apud FERNANDES, 2012) ao entender que a recepção ocorre em variadas instâncias da vida social. Fernandes comenta que investigar sob a ótica da mediação, amplia o sentido de leitura dos meios pelas crianças.

Como a recepção ocorre no interior das relações sociais, os sentidos que a criança constrói sobre o que vê na TV são fruto da pluralidade das relações que ela estabelece nas instituições que frequenta, no convívio com amigos, pais, professores e outras pessoas que fazem parte de suas relações cotidianas. (2012, p. 43)

Dessa forma, a interação com a TV é sempre intermediada por diferentes fatores que não estão apenas no instante da recepção, mas circulam por espaços e meios que desafiam a família e a própria escola. São nas trocas em grupo que as crianças demonstram suas reações sobre o que assistem, apontam seus personagens preferidos, criam finais alternativos para as histórias, e acabam trazendo suas referências simbólicas. Fernandes (2012) percebe que nas falas, escritas e leituras com a televisão emergem marcas do que é ser criança na contemporaneidade. E conclui que no consumo de desenhos animados elas se constituem como receptoras críticas e participativas, produzindo significações acerca da cultura em que vivem.

A proposta de um olhar histórico e contextualizado na interação da criança com o audiovisual também é abordada na pesquisa de Duarte e Alegria (2008) que apresenta um estudo exploratório com crianças de classes populares de cerca de 7 a 13 anos de idade sobre a relação que elas têm com o cinema. Os pesquisadores se propõem a conhecer as experiências que as crianças constroem com o cinema em seu cotidiano (o que veem, como veem, onde veem, com que frequência veem, com quem veem, o que gostam, o que não gostam), realizando inicialmente entrevistas individuais e coletivas e, posteriormente, atividades lúdicas com imagens dos filmes citados pelas crianças.

Constatou-se que as crianças são ávidas consumidoras de filmes, porém, ficou evidente que a grande maioria dos filmes que apareceu em suas falas era comercial de origem norte-americana e os poucos infantis eram animação. Embora as crianças tenham demonstrado muito gosto por assistir filmes, um contato muito íntimo com narrativas cinematográficas, observou-se que não havia distinção nos critérios de julgamento trazidos por elas. Todos os filmes eram bons na avaliação das crianças, sem exceção. Para os autores isso se deu porque os formatos e estéticas dos filmes eram muito semelhantes,

qualificados pelas crianças como histórias divertidas, de aventura e com final feliz. Com isso eles concluem que

O contato com diferentes formatos estéticos e narrativos, modos de narrar de diferentes culturas, línguas e países, e o acesso à diversidade é uma fonte importante de aquisição dos conhecimentos que tornam possível a elaboração de critério pessoais de avaliação de qualidade (2008, p. 72)

A preocupação de Duarte e Alegria também é perceptível neste estudo. Mesmo vivendo num ambiente culturalmente protagonizado por mídias audiovisuais e assistindo a uma grande quantidade de filmes por semana, que olhares elas estão criando para analisar e avaliar o que assistem? Em relação a minha pesquisa sabemos que atualmente as crianças acessam diferentes tipos de vídeos no YouTube. São sempre os mesmo vídeos e canais? Percebe-se que estar inserido numa cultura mergulhada em uma multiplicidade de imagens não significa necessariamente estar interagindo com diferentes padrões de produção de imagens.

É nesse sentido que esses últimos autores falam na importância em se educar o olhar para o cinema através do encontro com diferentes narrativas cinematográficas. Ampliar o repertório de gêneros, temáticas e nacionalidades é ampliar a capacidade de análise e reflexão sobre o que assistimos. A formação estética passa pelo exercício de ver, interpretar, avaliar e apreciar que só são viáveis quando nossas referências imagéticas são diversificadas em características não em quantidade.

Infere-se nisto a compreensão de que a postura na recepção de imagens, os modos como as crianças consomem implicam nos modos de como podem produzir com imagens. Com isso, podemos pensar que a experiência de ver filmes, narrativas audiovisuais são modos de saber transitar, pertencer e agir na realidade em que vivem. A formação estética audiovisual está intrínseca à formação geral das pessoas.

O caráter formador do cinema é a questão central do trabalho de Fantin (2006) apresentado no artigo “Mídia-educação, cinema e produção audiovisual na escola”, parte de sua pesquisa de doutorado. Em seu estudo, a autora defende a presença do cinema na escola enfatizando a produção das crianças. Sem apresentar uma metodologia definida, ela discute sobre possibilidades

educativas com o cinema no âmbito da educação escolar e propõe um trabalho que seja construído na inter-relação do cinema enquanto “instituição, dispositivo e linguagem”. Essas três possibilidades são o educar *com*, *sobre* e *através* do cinema (os pressupostos da Mídia-educação já discutidos desde sua concepção). Nestes a autora discute *o cinema como instrumento* para tratar algum tema ou disciplina, *o cinema como próprio objeto de estudo*, sua história, linguagem e estética; e *o cinema como meio de produção*, expressão de ideias e sentimentos.

Compreende-se que o potencial formativo do cinema está no cruzamento dessas três formas de abordagens e, não no isolamento ou predominância de uma sobre as outras. Fantin (2006) nos lembra que o mais recorrente é o cinema ser contemplado como recurso nas salas de aula. Concordamos com a autora que reduzir o audiovisual a apenas uma ferramenta didática é negá-lo como campo latente para a construção de outras práticas escolares. Se o cinema envolve práticas sociais de uso de meios, consumo, fruição e produção, é preciso estimular outras experiências que não somente de espectadores. Assim, dentro de uma perspectiva da mídia-educação, o trabalho com o cinema na escola deve funcionar de maneira integrada de modo a estimular a formação de diferentes posturas nas crianças – de consumidoras, espectadoras à produtoras - frentes as múltiplas facetas que o cinema possibilita.

O elo em comum entre os estudos levantados se dá na importância que tais pesquisas consideram em captar as relações que as crianças constroem com meios e narrativas audiovisuais através dos olhares delas próprias. Busquei traçar referenciais teóricos e metodológicos pertinentes na problematização de como essas narrativas podem atuar como elementos fomentadores no processo de aprendizagem das crianças.

Articulando possíveis pontes entre as discussões que foram apresentadas, é inegável que imagens são construções decisivas e coletivas do nosso tempo. Ver filmes, desenhos animados, televisão são modos também de ver e se relacionar com o mundo. O que essas pesquisas sinalizam é que a concepção de leitura e escrita na contemporaneidade também passa por imagens, sons e movimentos e, no acesso às múltiplas possibilidades de

narrativas, as crianças podem tecer suas próprias leituras e produções de sentidos. Por isso, interagir com mídias audiovisuais não se reduz apenas a prática de espectador, mas se configura, sobretudo, na apropriação de significados de uma linguagem, na ampliação e construção de formas de leitura e de experiências.

As imagens em si não educam as crianças, uma vez que elas não atuam exclusivamente no *ambiente simbólico das pessoas* (FANTIN, 2006). O valor formativo está nos sentidos que as crianças criam ao entremear as imagens que assistem com os referentes afetivos, ideológicos, locais e da memória para ler/ver. O que quer dizer que a relação entre crianças com narrativas audiovisuais é permeada constantemente por diversos fatores sociais, culturais e políticos que formamos e nos formam ao longo desse encontro e de suas experiências de vida.

### **1.3 – YouTube e suas narrativas em pesquisa**

Foi realizada uma busca no Banco de teses e dissertações do portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), através dos descritores abordados nesse estudo: YouTube, criança e infância. Encontrou-se um total de 32 trabalhos acadêmicos que trazem “youtube” como palavra-chave que datam entre os anos de 2009 e 2015: 15 na área de Comunicação, 7 em Educação, 4 em Linguística, 3 em Ciência da Computação e 3 em Letras. Assim como o próprio YouTube, a percepção da expressividade e das transformações desse fenômeno nas tramas sociais ainda é recente no âmbito das pesquisas acadêmicas.

Contudo, dentre estes achados não foi apresentado nenhum registro de dissertação ou tese que relacionasse o termo “youtube” com “criança” ou “infância” nem mesmo que os articulasse ao longo do texto. Essa constatação evidencia a relevância social do meu projeto tendo em vista que a criança é colocada em primeiro aspecto na relação com o YouTube, o que se diferencia das demais pesquisas encontradas.

A partir disso, tomei por critério selecionar as pesquisas acadêmicas do campo da Educação, a fim de verificar o *corpus* de debate nessa área no Brasil acerca da plataforma de vídeos YouTube, o que está sendo traçado nessas produções científicas e de que maneira o YouTube é abordado nessas investigações. Dentre um total de 9 dissertações e 1 tese, todas fundamentadas em métodos qualitativos, evidenciou-se três eixos de percurso investigativo: o YouTube como campo de investigação, YouTube como ferramenta para coleta de informações e análises de atividades educativas com o YouTube.

Cada um em seu propósito, as dissertações de Santana (2012) e Batista (2014) se ocupam em investigar práticas de sujeitos que produzem vídeos no contexto do YouTube. Santana afirma que nunca se produziu tanto conteúdo audiovisual quanto na atualidade. Situando o YouTube como “*lócus* formativo contemporâneo” que estimula os novos modos de pensar e agir de jovens e crianças, o autor tem como objetivo compreender como a construção de processos autorais de *youtubers* pode gerar processos de formação característicos dos nossos tempos.

Apoiado na concepção da etnografia, seu trabalho metodológico é traçado a partir de observações e registros de vídeos publicados, os comentários e as interações captadas entre usuários nos canais e posteriores entrevistas semiestruturais. Num estudo de imersão no campo YouTube, Santana busca perceber as dinâmicas das redes que se formam e conclui que a produção envolve também práticas de apropriação tecnológica, compartilhamento e colaboração que não estão isoladas nesse ciberespaço, mas encontram desdobramentos na vida *off-line*.

Essa percepção do YouTube como fenômeno que desponta novos comportamentos sociais é o que permeia a pesquisa de Batista (2014) que busca compreender os aspectos que levam jovens a produzir vídeos e manterem um canal no YouTube. A construção da sua metodologia de pesquisa se baseou em questionários estruturados sobre o repertório cultural e o perfil tecnológico dos jovens entre 15 e 20 anos de idade, instrumentos que apontaram o YouTube como fonte preferencial deles no consumo de vídeos. Nesse caminho, a pesquisadora questiona até que ponto o consumo de mídias

em geral está relacionado a produção de vídeos. Para tanto, ela procura mapear as referências midiáticas desses sujeitos, analisar como aprenderam a fazer vídeos e mapear os usos que fazem dessa mídia.

Batista comenta que as narrativas audiovisuais são partes substanciais de como os jovens interagem e criam suas identidades. E o YouTube permite que as pessoas não apenas produzam conteúdos, como manipulem o próprio meio e conteúdos de mídias clássicas a seu modo, criando novos agenciamentos sociais.

Diferentemente dos estudos anteriores, as dissertações de Kamers (2013) e Santos (2011) tem como foco de investigação o uso do YouTube em práticas pedagógicas. A interatividade e a possibilidade de autoria são aspectos do YouTube que levaram Kamers (2013) a refletir como o uso dessa ferramenta pode contribuir em aulas de física do ensino médio. Segundo ele, o YouTube pode ser uma estratégia pedagógica para “trazer o mundo vivencial do aluno para a sala de aula” (p. 13). Com o objetivo de explorar como o YouTube é utilizado no cotidiano escolar, o autor aplicou questionários com estudantes e realizou entrevistas semi-estruturadas com professores. A partir dos dados, ele procurou discutir a visão dos sujeitos sobre o uso de mídias no processo educacional e qual a repercussão de linguagens midiáticas nas práticas de sala de aula.

Na pesquisa de Santos (2011), o YouTube também é ao mesmo tempo objeto e instrumento metodológico. Para investigar o uso que professores fazem das mídias digitais, a pesquisadora procurou analisar como as “práticas no/do/com o cotidiano escolar” (ALVES, 2001 apud SANTOS, 2011) são construídas a partir das experiências mediadas pelas redes de conhecimento. Situando professores-cursistas de um curso de EAD da Faculdade de Educação da UERJ, a pesquisa aconteceu via imersão nas mídias digitais e redes sociais na internet como YouTube, Orkut, Twitter e Blogger. Na concepção epistêmico-metodológica baseada na “bricolagem” de dispositivos de conversas presenciais e *online* é que foram produzidos os dados de análise.

E o eixo entre os trabalhos acadêmicos que mais aparece é a abordagem do YouTube como instrumento para análise de vídeos. São 6 estudos que buscam em vídeos postados no YouTube subsídios para suas

questões de pesquisa na Educação. A dissertação de Schallenberger (2010) se ocupa em investigar como as comunidades surdas se manifestam na Internet. Para cumprir sua proposta de identificar e valorizar produções culturais surdas, o pesquisador tem como procedimento descrever e analisar 20 vídeos de canais de humor de diferentes países veiculados em língua de sinais. Entremeadado com noções de comunidade e identidade, o trabalho percebe como os vídeos carregam marcas da vida e das experiências do que é ser surdo e acredita que o registro de vídeos seja uma maneira de perpetuar as culturas surdas.

Menegon (2013) também utiliza o YouTube com foco na análise documental de 20 vídeos para alcançar o objetivo de compreender como as narrativas visuais são construídas nessa ferramenta. Tomando como critério selecionar vídeos com alto número de visualizações, a autora pretende observar os usos que indivíduos fazem do YouTube, refletindo em consonância com os papéis da escola em relação às novas tecnologias. A partir da transcrição e análise dos vídeos, ela destaca o exibicionismo como um dos principais comportamentos e características observados nos vídeos, “indivíduos que atuam para serem vistos” (p. 91). A vida particular, atividades cotidianas e registros familiares são substratos que os usuários buscam para narrar seus vídeos.

As dissertações de Lopes (2014) e Ferraro (2013) trazem propostas semelhantes ao analisar as relações tão próximas e ao mesmo tempo distantes entre professores e alunos. O foco central do estudo de Ferraro é a disputa entre a educação escolar e os produtos da indústria de massa. A partir da análise de vídeos caseiros que expõem situações de tensão e desentendimentos entre docentes e discentes em sala de aula, a pesquisadora discute “processos educativos na sociedade de consumo, podendo servir também, como setas indicativas no caminho da busca de soluções” (p.14).

Sob uma ótica metodológica semelhante, Lopes (2014) investiga 8 vídeos publicados por estudantes no YouTube que revelam momentos de estranhamento e agressividade entre estudantes e professores com o propósito de compreender como se configuram as relações professor-aluno num contexto mediado pelas novas tecnologias. Segundo a autora, o YouTube pode

se constituir num ambiente favorável para interpretar o olhar do estudante sobre o papel que a escola exerce diante de um cenário em que as expressões culturais encontram novos espaços e sentidos.

A busca por compreender expressões de jovens através de vídeos também é o que permeia a dissertação de Alves (2011). De acordo com a autora, o YouTube é “*corpus* privilegiado para analisar a maneira como as identidades juvenis, na contemporaneidade, são elaboradas” (p. 91) e, por isso, os vídeos são fontes de subjetividades que emergem questões entre cultura, mídia e educação. Nesse entendimento, a autora tomou como base dois vídeos confessionais publicados no site YouTube que se expressam como os diários tradicionais, porém abertos na web, conteúdos sobre o cotidiano, autobiográficos e pessoais. Ao narrar sobre si, os jovens dos vídeos trazem fragmentos culturais de onde vivem, de como percebem a realidade e o que esperam dela. Com isso, Alves (2011) abre reflexões sobre privacidade, narcisismo e sociedade do espetáculo.

A cultura juvenil é destaque também na tese de Boll (2013) que analisa vídeos de trabalhos escolares produzidos por estudantes em forma de paródia. No desejo de entender as motivações que levam jovens a compor vídeos para disciplinas da escola e publica-los abertamente na Internet, a pesquisadora procura identificar perfis estéticos dos jovens contemporâneos. O que é constatado nesse percurso metodológico é que os jovens são os grandes protagonistas das produções feitas por tecnologias digitais. Com suas câmeras digitais, celulares e *tablets* eles manipulam e criam imagens, interagindo com textos hipermidiáticos.

A narração transmidiática se oferece nesse lugar do YouTube como uma possibilidade agregadora de sentidos estéticos pois que sua composição atende as linguagens típicas de um jovem contemporâneo (2013, p. 32).

Boll (2013) acredita que os conhecimentos intertextuais e intermediáticos próprios dos fluxos comunicativos das mídias digitais podem colaborar na produção de trabalhos para a escola. Assim, os vídeos carregam marcas de seus criadores, marcas que são coletivas e podem revelar elementos típicos da cultura digital juvenil.

## 2 - CRIANÇAS E O YOUTUBE: CONSTRUINDO UM OLHAR SOBRE INFÂNCIAS

Nesse momento, busco apresentar as reflexões teórico-metodológicas que orientam a construção da pesquisa, narrando os caminhos trilhados e a se trilhar, os conceitos, lugares e sujeitos que foram atravessados ao atravessar esse percurso investigativo.

Nos exercícios de leitura, estudos, conversas e revisão, surge a necessidade de discutir as concepções de infância. Como Pereira (2012) salienta, pesquisar com crianças é firmar um posicionamento, demarcar de que lugares sociais e epistemológicos o conhecimento está sendo formulado. Por isso, a investigação sobre a relação de crianças com o YouTube não se dá ao acaso, mas é enredada a determinadas escolhas científicas, epistemológicas, filosóficas e políticas sobre o mundo e a infância. A produção do conhecimento deve estar em consonância com a postura de pesquisa que pretendo construir. Isso exige uma reflexão de como estou considerando esse sujeito que assiste vídeos *online*, interage e se apropria deles a sua maneira. Compreender a infância na contemporaneidade é parte imprescindível na elaboração desta pesquisa e, por isso, me aproximei de alguns teóricos que trazem discussões sobre modos de ser criança, de pesquisar *com* as crianças.

### 2.1- Concepção de Infância

*As crianças, esses seres estranhos dos quais nada se sabe, esses seres selvagens que não entendem nossa língua. (LARROSA, 1998)*

Falar sobre a infância é algo que nos instiga e desestabiliza ao mesmo tempo. Parece que já sabemos o que as crianças querem, o que precisam e o que podem nos oferecer. Mas a infância pode se revelar muito mais complexa e perturbadora, há sempre algo nas crianças que nos inquieta e nos surpreende. O que pode ser visto apenas como a fase da vida em que se é

criança, traz um universo de lógicas, linguagens e sentidos que por vezes não sabemos decifrar. As palavras de Jorge Larrosa caracterizam esse sentimento recorrente ao tratar da infância, que é algo estranho a nós adultos de modo que a subordinamos em nossas culturas. A infância, para este autor, é um enigma, mas que buscamos traduzir sob nossas lógicas e linguagens.

Admitindo-se que as crianças podem estabelecer relações formadoras com narrativas audiovisuais produzidas e acessadas na *web*, percebo-as como produtoras de sentidos das leituras que fazem na interação com as mídias e com o contexto. Essa percepção surge no momento de problematizar qual o lugar e o papel que elas ocupam nessas andanças da pesquisa. Afinal, de que criança estamos falando? Como pensar essa infância que se constrói em uma era hipermediática?

O conhecido trabalho do historiador Phillippe Ariès (1981) trouxe o entendimento de que a concepção de infância é uma construção histórica e social, portanto, foi sofrendo modificações conforme as transformações nos modos de organização das sociedades. Segundo o historiador, a preocupação com a infância se origina na era moderna vinculada ao projeto econômico e social da classe burguesa que ascendia após a Revolução Industrial. A família, a escola e a igreja foram tradicionalmente as instituições legitimadoras de padrões na socialização e aprendizagem das crianças a serviço das exigências do mundo pós-industrial. Os sentimentos associados à família nuclear como território do afeto, da segurança e da intimidade entre seus membros. E a escola, território da moral, da civilização e dos bons costumes. As noções da criança como ser “fragilizado” e “paporicado” como Ariès descreve, evidencia um olhar institucionalizado da infância que se estende até os dias de hoje. É no interior do contexto da família, da educação escolar burguesa que se criaram perspectivas do que é ser criança, do que elas precisam e de como devem agir.

No entanto, essas instâncias da vida social já não exercem mais o mesmo domínio e o controle das experiências das crianças, no âmbito cultural das tecnologias da informação e da comunicação. Os modelos de infância ancorados numa filosofia econômico-social moderna são postos em jogo no cenário globalizador em que as tecnologias de informação e da comunicação

assumem papéis tão ou mais expressivos na formação das crianças. À medida em que as instituições tradicionais vão perdendo a centralidade na orientação e educação das crianças, as relações entre criança e o conhecimento vão sendo rearticuladas, assim como os olhares para a infância.

Contudo, Buckingham (2007) nos lembra que os comportamentos supostamente típicos da infância são definições e limitações de um discurso produzido por adultos prioritariamente para adultos. Dessa forma, a tentativa de falar sobre a infância incorre em falar de modelos de infância que não foram pensados e criados por elas, mas *para* elas. Ao longo da história, as crianças são tratadas de modo a corresponder ao que esperamos delas e acreditamos que seja o melhor para elas. Desde os modos de se vestir aos programas infantis de televisão e até mesmo os brinquedos passam num primeiro momento pelo planejamento e percepção do adulto.

É com tal reflexão que Pereira (2009) discute o caráter social e cultural que circunda a produção e circulação de brinquedos e o ato de brincar em si das crianças.

São os adultos que, em primeira instância, oferecem brinquedos às crianças. Ao imaginar e produzir brinquedos para as crianças, os adultos interpretam ao seu modo a sensibilidade infantil, pressupondo e inferindo aquilo que as crianças necessitam ou desejam. (p. 2)

Observa-se sob essa ótica uma concepção *adultocêntrica* da infância (JOBIM E SOUZA, 1996) que invoca a criança como aspiração para a fase adulta, um espelho de si. Dessa forma, ela não é outra coisa senão aquilo que nós mesmos colocamos nela, tomando-as como um de nós mesmo (LARROSA, 1998). As representações da infância são atravessadas pelos anseios, fantasias e projeções dos adultos, associadas aos sentimentos de proteção, dependência e autoridade de pais, professores, Estado. Situar a infância nesta perspectiva é legar às crianças o lugar de seres incompletos, passivos e indefesos diante da cultura e da vida.

Mas como regular os papéis e lugares das crianças num contexto de saberes que escapam dos centros de normatividade? Como conceber a infância através de parâmetros sociais legitimados à luz homogeneizante da

razão e do capitalismo? Para perceber a dimensão formativa dos usos que as crianças constroem com as mídias, há de se romper com esse olhar universal e instituinte em que as crianças nada mais são do que vistas como objetos das expectativas e temores criados por adultos.

É inviável conceber a existência de uma única infância - tendo como modelo a criança ocidental burguesa – no interior de um trabalho que está situando as crianças no fluxo de uma sociedade hibridizada. Se elas estão crescendo e aprendendo num contexto em que as novas tecnologias e mídias intensificam a dispersão dos sentidos e saberes, as identidades e culturas infantis também estão concomitantemente se multiplicando e se transformando. Reconhecer a natureza provisória e diversificada das infâncias contemporâneas (BUCKINGHAM, 2007) é dar visibilidade as diversas maneiras de ser criança.

As experiências das crianças são afetadas por essa fragmentação, deslocalização e diversidade que caracteriza a cultura na atualidade. A pluralidade de referências simbólicas e culturais - que não se concentram mais apenas no espaço familiar e escolar como outrora - provocam a variação dos modos de perceber e pertencer à cultura. Ampliam-se as possibilidades de combinar e mesclar os diversos espaços, linguagens, grupos e mensagens com que elas lidam cotidianamente. Diferentes usos e leituras de mundo, diferentes manifestações na infância.

No contexto de estímulos globais e da diluição das fronteiras, as expressões da infância das crianças não estão isoladas em um sistema cultural exclusivo às crianças, mas são tecidas conforme a heterogeneidade de fatores que atravessam o universo social e simbólico em que elas vivem. A infância contemporânea é uma infância que só é possível na sua multiplicidade, por isso crianças também sofrem constante instabilidade em suas identidades. Pode-se dizer que a criança contemporânea é sujeito híbrido e, portanto, não é regulável, nem mensurável, nem objetivável. Ela não cabe nas perspectivas institucionais sobre elas e encontra brechas de escape dos recorrentes processos colonizadores de especialistas, de adultos que tendem a reservar papéis e lugares iguais para todas as crianças.

O desafio científico aqui é entender a infância em sua *pluralização*, de acordo com o que diz Sarmiento (2004), no esforço de perceber as crianças em sua ação e autonomia, construtoras de seus próprios lugares na sociedade. Do contrário, a infância é apenas mero objeto reduzido aos projetos, teorias e imaginários produzidos por adultos. Perceber as crianças como atores sociais nos permite entendê-las em sua diferenciação, pois “há um universo inteiro de diferenças” (p. 11) que as distingue entre seus pares e do mundo dos adultos.

Por isso, concordo com Sarmiento quando defende que a questão fundamental na pesquisa com criança é buscar interpretar os processos de significação constituídos por elas. As crianças em seus espaços, suas brincadeiras e relacionamentos criam a consciência de si, dos outros e do mundo. Com esse princípio epistemológico é que o presente trabalho procura encarar as crianças nos lugares em que elas ocupam, que são plurais e são outros.

É preciso *desinstitucionalizar* o olhar sobre as crianças, procurando percebê-las nos “espaços sociais e culturais de onde emergem a sua voz e o seu desejo” (JOBIM E SOUZA, 1996). Considerar como as culturas das crianças se manifestam é conhecer e diferenciar as formas com que elas ao viverem, atuarem e participarem da realidade em volta dão sentido à ela. Pesquisar com crianças implica em abarcar a imensidade de fatores, vozes, gestos e contextos que perpassam a dinâmica cultural que elas atravessam ao mesmo tempo em que são atravessadas pela cultura como sujeitos múltiplos e únicos integrados às suas práticas cotidianas, aos contextos e interações sociais em que atuam.

## **2.2 – Antropologia da infância**

A acepção de pesquisa que se fundamenta na heterogeneidade das identidades sociais nas infâncias, alinha-se às orientações metodológicas que não se propõe a falar sobre crianças, mas falar a partir do encontro com crianças. Esta pesquisa não quer criar um lugar ou entender os lugares das crianças, mas quer ser levada pelas crianças para outros lugares. Afinal, o que

podemos integrar dos mundos das crianças em nosso mundo? Que lugares eu como pesquisadora posso habitar nesse caminho investigativo?

Estes questionamentos me aproximam de uma proposta etnográfica de investigação, por acreditar nesse método como mais adequado ao objetivo da pesquisa de entender os sentidos que as crianças constroem nos usos do YouTube.

Em sua pesquisa com crianças indígenas Xikrin, a pesquisadora Cohn (2005) recorre a esta perspectiva metodológica para analisar a concepção de infância existente nessa tribo. O que ela chama de antropologia da criança é a condição dos estudos com crianças que leva em conta os contextos socioculturais em que elas estão rodeadas, pois permite entendê-las por elas mesmas.

Ao contrário de seres incompletos, treinando para a vida adulta, encenando papéis sociais e formando sua personalidade social, passam a ter um papel ativo na definição de sua própria condição. Seres sociais plenos, ganham legitimidade como sujeitos nos estudos que são feitos com elas (2005, p. 21)

Pensar as crianças por meio de suas próprias ações e atuações é percebê-las como sujeitos sociais que estão criando e recriando os papéis que assumem a todo instante. É nesse sentido que a opção por uma abordagem etnográfica se traduz na construção de uma metodologia que escape de imagens preconcebidas de infância e possibilite “o descentramento do olhar do adulto como condição de percepção das crianças e de inteligibilidade da infância” (SARMENTO & PINTO, 1997, p.26). Como seres atuantes, as crianças não são meras receptoras passivas na incorporação de papéis e comportamentos sociais, mas formulam sentidos sobre os lugares que transitam e ocupam dentro da sociedade em que vivem.

Para compreender e interpretar os sentidos que criam, que podem se manifestar nos usos e apropriações que elas estabelecem com narrativas audiovisuais no YouTube, recorro ao que Geertz (1989) chamou de *esforço intelectual*. Isto é, a tarefa investigativa está além de técnicas determinadas como “estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever, textos,

levantar genealogias, mapear campos, manter um diário” (p. 4). O etnógrafo vasculha pelos significados produzidos nos fatos, nas ações e fenômenos de determinada sociedade ou grupo. Para tanto, é imprescindível ao pesquisador buscar um contato estreito com os membros da realidade investigada que evite um mero exercício de observação e descrição superficiais. Somente numa imersão no universo investigado, na aproximação entre pesquisador e pesquisados através de conversas, trocas, negociação e colaboração mútuas que o conhecimento é tecido.

A ideia de que para conhecer uma cultura é preciso um mergulho em profundidade nela, vem de uma tradição da antropologia defendida por Gilberto Velho (1978) que entende ser esse procedimento eficaz para apreender aspectos que não são explicitados, que não aparecem à superfície. É com esta lógica que a concepção etnográfica se fundamenta, na tarefa de captar os ditos e os não-ditos, desvendar nos subterrâneos das falas e dos gestos, na delicadeza dos acontecimentos os sentidos produzidos que não são claros e visíveis e nos escapam como piscadelas. Escapam porque nos são estranhos, porque não nos são próprios.

O antropólogo tem como eixo central de seu trabalho a diferença (TRAVANCAS, 2006), ocupa-se do que lhe é desconhecido, mesmo que este desconhecido esteja dentro de seu próprio universo. O ato de se aproximar é de quem está de fora e, portanto, não está familiarizado com regras e lógicas compartilhadas pelos “nativos”. Parece estar aí a premissa etnográfica: encontrar com o novo, o inusitado e o que é distante de nós. E quanto mais estreitamos a relação e o olhar com o outro, mais nos afastamos de quem somos e de onde viemos. É como ouvir os *anthropological blues*, como sugere DaMatta (1978), sentir saudade de casa, das nossas verdades. Viver a experiência da solidão por não estar no seu lugar de pertencimento para buscar sentidos nos lugares de outros.

Eis aí a situação etnográfica: ouvir os acordes que os sujeitos insistem em tocar, mesmo que para isso seja preciso esquecer notas conhecidas. Estranhar é estar só, é a dupla tarefa que nos fala DaMatta de ao mesmo tempo se distanciar de seu universo, mas estar diante de outro que ainda lhe é obscuro. O antropólogo se permite entrar num jogo com seus informantes de

abandonar provisoriamente suas velhas canções pela possibilidade do acaso. As culturas das crianças podem revelar um mundo complexo de diferentes arranjos e ritmos, que somente a escuta atenta, sensível e paciente para apreender e descortinar seus acordes e possíveis desarranjos.

A escolha pela concepção etnográfica na pesquisa com crianças tem fundamento no que Geertz (1989) afirmar ser uma “descrição minuciosa na esperança de tornar cientificamente eloquentes as simples ocorrências” (p.19). Isto é, perscrutar nos aspectos breves e fugidios, as redes de significações que os sujeitos tecem para dar sentido as suas práticas e relações culturais. É neste sentido que esta pesquisa assume a dimensão de um fazer metodológico que vai sendo construído e interpelado na ação contínua, nas ações, falas e gestos de todos os indivíduos que nela estão envolvidos. É na *descrição densa* da realidade investigada que pretendo buscar uma ciência que emerge das perspectivas de seus próprios participantes, o que dizem, como agem e como compreendem os lugares que se encontram na cultura. Desse modo, o saber científico da pesquisa vai sendo produzido com base nas leituras teóricas prévias e procedimentos técnicos entrelaçados aos “cheiros, cores, dores e amores” (DAMATTA, 1978, p. 24) compartilhados entre pesquisadora e pesquisados ao longo de seu processo.

Uma condição fundamental seria buscar construir o dispositivo de pesquisa nos contextos onde as crianças vivem e transitam (...) e não com questões tão somente emergentes a partir das espacialidades próprias do pesquisador – sua universidade, sua rede de relações científicas seu círculo de interesses acadêmicos e assim por diante (CASTRO, 2008, p. 30).

Perceber como as crianças conduzem suas melodias exige do pesquisador este exercício etnográfico de situá-las como os interlocutores nesse diálogo. Perseguir suas vozes e entonações significa se debruçar sobre o que é relevante para elas. São os sentidos que as próprias crianças atribuem para suas experiências que trazem motivações ao processo de construção da pesquisa, portanto, a criança deixa de ser mero “objeto a ser conhecido”, quando é visto como “um sujeito que dispõe de um saber que deve ser reconhecido e legitimado” (JOBIM E SOUZA, CASTRO, 1997, p. 83). Na

medida em que admito que as ações e movimentos que as crianças produzem nos usos que fazem com o YouTube são elementos fomentadores desta pesquisa, concebo-os como atores tanto quanto autores desta pesquisa.

O processo metodológico é um fazer de parceria e colaboração entre as crianças com a pesquisadora. Sendo assim, elas também exercem em certa medida controle sob o itinerário a ser percorrido na investigação, sem esvaziar o lugar de autoria e autoridade da pesquisadora nesse processo. E é justamente nisso que se dá a complexidade do trabalho etnográfico, deixar-se conduzir pela música que o outro apresenta, mas é o pesquisador quem irá compor seus passos e ritmos para acompanhar seu interlocutor. Conforme o pesquisado vai desvelando seus movimentos, ele interfere no curso da produção do conhecimento, alterando pesquisador e sua pesquisa. Mesmo admitindo o precioso amparo dos referenciais teóricos no processo de delimitar e formular as questões norteadoras da pesquisa, seria inviável em um trabalho de caráter qualitativo deixar-se cristalizar por abordagens metodológicas, em detrimento da flexibilidade e imprevisibilidade inerentes a natureza humana. É inevitável que os problemas iniciais sejam afetados, na medida em que os sujeitos-investigados vão deixando rastros, eles modificam e criam novos atalhos na pesquisa.

Tais proposições me levam a refletir sobre onde me localizo no trabalho com crianças, que ações devo empreender e com o que vou me deparar num campo que me é ao mesmo tempo familiar e estranho. A criança é o outro nesta pesquisa. Infere-se nisto a perspectiva etnográfica da ação metodológica que parte de um contexto necessariamente marcado pela *alteridade adulto-criança* (MACEDO, SANTOS, FLORES & PEREIRA, 2012, p. 100). Mesmo se tratando de um espaço virtual que me é familiar, em que eu sou usuária frequente e conhecedora das regras e lógicas de funcionamento, as redes de significações e subjetividades trançadas entre as crianças no YouTube me são desconhecidas pelo simples fato de que eu não ocupo o lugar social das infâncias. E se não pertenço a este lugar, não posso antecipar ou dizer como é interagir, pensar e criar sentidos culturais enquanto criança nesse ambiente.

As crianças como sujeitos participantes e criadores das infâncias é que trilhando o trajeto a ser percorrido na pesquisa me conduzirão pelos territórios

culturais que elas estão demarcando *no* e *com* o YouTube. Eu sou estrangeira nesse universo cultural produzido por crianças no YouTube. Partindo desse entendimento é que me percebo então como viajante que percorre trilhas, interpreta e segue os sinais que aparecem e decide pelas direções que tomar. O movimento de quem viaja é um movimento de se deslocar do lugar para se embrenhar num universo desconhecido que não lhe é particular. Tecer “itinerários permitidos, prescritos, previstos, aceitos pelos interlocutores/interagentes” (SILVA, 2009, p.176) dentro do qual as interações que crio com seus atores sociais, as condições que encontro e possíveis fronteiras são constituintes do modo de fazer pesquisa com crianças.

Há nesse caminho investigativo uma melancolia característica de uma viagem. Jorge Larrosa (2002) reflete a noção da palavra *experiência* a partir de sua terminologia em alemão *Erfahrung* – que contém *fahren* que significa viajar e *Gefahr* equivalente a perigo. Para ele, a associação entre esses dois termos sugere a ideia de que a experiência é uma forma de aventura, estar disposto a atravessar “*um espaço indeterminado e perigoso, pondo-se nele à prova e buscando nele sua oportunidade, sua ocasião*”. (LARROSA, 2002, p. 25). Pesquisar é como uma viagem, porque é também correr riscos. Ao sair de seu lugar, o pesquisador aceita viver os riscos do desconhecido, renuncia a segurança das certezas e previsibilidade dos acontecimentos de seu universo particular.

Despir-se temporariamente de quem somos e entrar no universo específico do outro, é permitir ser conduzido para outros lugares, criar novos olhares e sensações sobre a cultura do outro, seus participantes e sobre a própria postura e atuação enquanto pesquisador. O pesquisador consiga se distanciar temporariamente de suas experiências e lógicas sobre determinado objeto para que possa refletir, negociar e ressignificar os sentidos a partir do diálogo com o outro. Olhar por outros ângulos, percorrer caminhos não conhecidos, indagar-se sobre o que não havia pensado antes. O diferente, o elemento que nos revela que não estamos habituados é o que irá exigir de nós sua atenção, uma outra sensibilidade que talvez não tenhamos mas teremos que criar. De repente descobrir nas crianças algo que não percebemos até então.

O olhar da criança se oferece ao adulto como um promissor desvio ao seu olhar habitual. Esse desvio pode nos levar a ver coisas que não teríamos como encontrar da posição em que irremediavelmente estamos. A criança nos fornece, então, ângulos de visada do mundo e de nós mesmos não captáveis por nossa total incapacidade de ver desse lugar de onde ela vê e nos vê. Não se trata de comparar ou hierarquizar esses olhares, mas de entender que essas diferentes formas de olhar abrem espaço para descobertas insuspeitadas na pesquisa (MACEDO, SANTOS, FLORES & PEREIRA, 2012, p. 106).

E essa reflexão me leva às palavras de Bartolomeu Campos de Queiroz que diz que “os olhos tem raízes pelo corpo”, pois o etnógrafo tem a mania “*mergulhar com todos os sentidos*” (ALVES, 2001, p. 15). Entre trocas de olhares e na captura das piscadelas é que a pesquisa ganha sons, sabores, cheiros e texturas... Processo que instiga e instabiliza sem esvaziar de sentido, visto que no balanço e desequilíbrio imprescindíveis no percurso de investigar, torna-se possível criar significações, questões e descobertas outras sobre o campo e sobre o próprio trabalho de pesquisar.

É nessa lógica que a etnografia foi procedimento metodológico encontrado por propiciar a incursão da pesquisa nas práticas cotidianas desses sujeitos relativos ao YouTube. Isto é, compreender essas interações e suas dimensões formativas dentro deste universo. Assim, ao assumir o lugar de pesquisadora procuro nas vozes desses sujeitos outras vozes, que nos são próprias e ao mesmo tempo externas, descobrindo o exótico em nós mesmos, o outro que nos constitui.

### **2.3 – Os movimentos das crianças no YouTube e a necessidade de ser “pesquisadora-seguidora”**

Até o momento, discutiu-se como a vida das crianças de hoje são atravessadas profundamente pelas mídias audiovisuais e outras tecnologias. Esses aparatos característicos de nossa era hipermidiática não são apenas meios de comunicação, mas, sobretudo, mediadores da dinâmica cultural na contemporaneidade. A tessitura das redes sociais que compõem o ambiente em que as culturas das infâncias estão se formando em consonância com as

práticas de consumo e apropriações que as próprias crianças estabelecem com as mídias.

Nesse cenário cultural protagonizado pelas mídias, procuro entender os lugares que as crianças ocupam nesse diversificado universo de imagens em sons e movimentos. A proposta inicial de pesquisa é perceber as relações formativas que as crianças construíam com o audiovisual, os usos e sentidos que atribuíam com mídias e narrativas em imagens e sons. Embora a pesquisa tenha como objetivo investigar as relações com crianças e narrativas audiovisuais fora do contexto escolar, a proximidade e o contato diário com crianças na escola em que trabalho inevitavelmente afetaram meus questionamentos e os rumos por onde seguir com a pesquisa.

Como professora do primeiro segmento do ensino fundamental de uma escola pública, foram as próprias crianças da turma em que atuei no ano de 2015 que me trouxeram os primeiros indicativos para refletir e traçar questões nesse caminho de investigação. De início, esses indicativos surgiram de maneira espontânea sem propósito de pesquisa, mas foram aos poucos trazendo inquietações, provocando reflexões imprescindíveis para os horizontes em que este estudo se desdobrou.

O que começou a me inquietar foi o fato com recorrência de algumas crianças pedirem ou perguntarem se seria exibido algum filme ou vídeo quando eu fazia algum movimento para ligar o retroprojeter na sala de aula, ou o notebook. É necessário explicar que eu trabalhava com bastante frequência projetando imagens ou páginas do caderno pedagógico no quadro. Porém, todas as vezes que o *datashow* era ligado, algumas crianças não apenas perguntavam se íamos assistir a algum filme ou pediam um vídeo específico. A partir dessa percepção, resolvi questioná-los sobre a associação que faziam entre a projeção no quadro com a exibição de algum vídeo, fato que, por vezes, me causava momentos de irritação. Tentei captar na recorrência dessas situações possíveis rastros interpretativos para as relações que as crianças estabelecem com o audiovisual. Sem a intencionalidade direta, já estava tecendo os primeiros fios da minha narrativa investigativa.

Sobre isso que Ginzburg (1989) chama de *paradigma indiciário*, busquei encontrar nos pequenos e mais imperceptíveis acontecimentos aparentemente

triviais, dados e informações representativos sobre o coletivo a se pesquisar. Mesmo não estando no planejamento investigar com as crianças *na* escola, elas já apontavam indícios dos caminhos a se trilhar e das questões a se pensar. O método de seguir os sinais e vestígios consiste na “capacidade de, a partir de dados aparentemente negligenciáveis, remontar a realidade complexa não experimentável diretamente” (p. 151). Quando me dei conta, a pesquisa já estava sendo produzida nos registros que anotava em um caderno sobre essas situações recorrentes em sala de aula. Pormenores considerados sem importância, resíduos e gestos marginais no cotidiano das práticas pedagógicas eram sinais e vestígios reveladores da realidade a ser investigada neste estudo.

Como estratégia para decifrar o que estava submerso nos detalhes e nas repetições das ações e falas das crianças, iniciei conversas semanais em momentos despretensiosos. Comecei questionando o que elas esperavam que ia acontecer quando eu ligasse o *datashow* e o *notebook*, que vídeos eram aqueles que elas sempre pediam, pressupondo que eu teria ou instantaneamente iríamos encontrar. Como eu suspeitava, ficou claro que muitos dos vídeos que eles solicitavam para exibir na sala eram o que costumavam acessar na Internet, assistir no seu dia-a-dia fora da escola, filmes, desenhos animados, videoclipes e vídeos “viralizados” na *web*. Tendo isto em vista, busquei compreender como se relacionam com o audiovisual, qual era o perfil midiático de cada um e o repertório de narrativas audiovisuais que gostavam de ver e por que.

Em meio a essas conversas, uma menina expressou a fala que foi decisiva para desviar, ou melhor, focalizar o olhar da investigação. Ao serem questionados por mim como assistiam esses produtos, como tinham acesso, uma aluna disse: “Só vejo televisão pelo YouTube.” Essa frase que habita múltiplas interpretações e pensamentos norteou o rumo das discussões em sala abrindo brechas para que outras crianças se manifestassem sobre suas relações com o citado site de compartilhamento de vídeos.

Tomei este momento como crucial porque possibilitou um recorte dentro do extenso repertório de mídias, linguagens e conteúdos audiovisuais que as crianças lidam na atualidade. Inicialmente – pela minha experiência anterior de

pesquisa – havia pensado em focalizar meus estudos na relação das crianças com os filmes. Mas foi a partir dessas percepções iniciais que comecei a focar no YouTube em minhas conversas com as crianças. Ao centralizar as discussões sobre suas relações com o YouTube para entender qual o valor de sua presença na vida cotidiana delas algumas questões surgem. O que procuram, o que assistem? Como tem acesso e com que frequência?

Assim como a fala da criança acima, as reações das crianças na sala diante do ato de a professora ligar o notebook revelam a instantaneidade e manipulação sob o que acessam habitualmente que são característicos do consumo de vídeos feito por elas na Internet. As relações e lugares que elas estão formando nos modos de uso e apropriação com o audiovisual na contemporaneidade é o que Orozco-Goméz (2009) conceituou de *sujeitos interagentes*. Diferentemente das mídias tradicionais como a televisão em que a audiência é refém dos horários fixos dos programas e do tempo de duração, a Internet possibilita que as audiências assumam lugares de “usuários, produtoras e emissoras” (p. 171) tornando o produto audiovisual manipulável ao seu gosto, desejo, necessidade em um clique. Que contextos e grupos sociais participam das mediações no consumo de vídeos no YouTube pelas crianças? Como as crianças se constituem sujeitos interagentes nessa relação? As crianças também produzem/narram audiovisualmente? O que e como narram?

No curso dessas conversas e reflexões, eu tive a evidência do quanto o site do YouTube era bastante presente e expressivo no cotidiano das crianças e nas relações que elas constroem com narrativas em imagens e sons. Diante disso, tomei o YouTube como foco da pesquisa ao perceber a importância que este espaço virtual assume nas interações das crianças com o audiovisual e com a cultura em que vivem.

No entanto, o trabalho de imersão nas infâncias que circulam e produzem culturalmente no e com o YouTube se esbarrava no ambiente e na postura institucionalizada da escola. Sendo assim, optei por realizar a pesquisa com crianças fora da dinâmica escolar. Eu queria encontrar meus interlocutores nos seus contextos particulares, em suas redes de socialização e

conhecimento relacionadas ao universo midiático e tecnológico dentro das quais se formaram espectadores e produtores de audiovisual.

Tive como critério buscar crianças que produzissem vídeos ou que tivessem canal nessa plataforma. Um dos meus alunos acabou integrando a pesquisa e as demais crianças busquei através da solicitação a amigos, colegas de trabalho e trocas com o grupo de pesquisa CACE. No total, foram sete crianças interlocutoras entre 7 e 12 anos de idade, seis moradoras de diferentes regiões da cidade do Rio de Janeiro e uma do município de São Gonçalo. Após entrar em contato com as famílias das crianças, obtive retorno positivo de todas que concordaram em participar de minha pesquisa, de modo que cinco tinham canais públicos no YouTube e duas não.

Havia a necessidade de uma escuta direta dessas crianças, “nativas” desse ambiente, para encontrá-las e ouvi-las sobre suas trajetórias como produtoras de audiovisual, conhecer quais as práticas e relações sociais envolvidas com o YouTube e o lugar do site nesses processos de formação delas. Uma conversa presencial no ambiente da própria criança foi pensada como uma boa estratégia metodológica para um mergulho em suas realidades conseguindo apreender a perspectiva desses sujeitos.

Ao elaborar as abordagens nas conversas, tomei como base os quatro eixos norteadores que Batista (2014) delimitou para realizar entrevistas com jovens *youtubers* para sua dissertação: “o que produzem, o que os leva a produzir, como produzem e o que fazem com o que produzem” (p. 49). Cada eixo me ajudou a estruturar um roteiro que pudesse guiar as conversas com as crianças, buscando me aprofundar nos sentidos que as crianças atribuem às suas narrativas audiovisuais, às práticas de interação que constroem com e através do YouTube, as motivações que as levaram a produzir vídeos ou criar um canal para o site e perceber os possíveis papéis de mediação do YouTube na produção audiovisual. Todos os encontros foram realizados na casa das próprias crianças e as conversas foram gravadas e transcritas. Em cada encontro, também busquei registrar em um diário de campo as anotações sobre o contexto das conversas, possíveis interferências externas, as reações dos interlocutores e situações observadas que pudessem complementar as transcrições.

Assim, o roteiro ficou da seguinte maneira:

EIXOS	OBJETIVOS/PERGUNTAS
<b>1- O que produzem?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falar sobre o canal. Como começou, já produzia vídeos antes?</li> <li>• Que tipo de vídeo posta/produz?</li> <li>• Formatos, gêneros.</li> </ul>
<b>2- O que os leva a produzir?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repertório de consumo de audiovisual: TV, cinema, internet.</li> <li>• Motivações, interesses.</li> <li>• Referências na produção de vídeo.</li> <li>• Com quem frequência acessam.</li> <li>• Que canais acompanha, segue, é inscrito?</li> </ul>
<b>3- Como produzem?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que equipamentos usa: celular, câmera, webcam?</li> <li>• Temas, processo de criação, autoria.</li> <li>• Alguém ajuda/participa na produção de vídeos? E no canal?</li> </ul>
<b>4- O que fazem com o que produzem?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por que fazer/postar vídeos?</li> <li>• Expectativas.</li> <li>• Autoavaliação sobre os próprios vídeos e/ou canal.</li> </ul>

Diferentemente do que supunha, não foi tarefa simples conseguir agendar um encontro presencial com as crianças a fim de conhecê-las pessoalmente, estabelecer uma relação pesquisadora/interlocutora e trazer

informações para a investigação. Todos os contatos iniciais para apresentação da proposta de minha pesquisa de Mestrado e as negociações de dias e horários para um encontro foram feitos com as mães das crianças. Apesar de todas terem sido muito solícitas em colaborar, por diferentes situações e motivos, alguns encontros demoraram a ocorrer e com algumas crianças não foi possível uma segunda conversa como eu gostaria.

<b>Crianças</b>	<b>Canal no YouTube</b>	<b>1ª conversa:</b>	<b>2ª conversa:</b>
<b>Yuki – 9 anos</b>	Yuki Tube	24/05/2016	30/11/2016
<b>Mateus – 10 anos</b>	Playeriron Maiden	21/05/2016	-
<b>Alice – 7 anos</b>	Não	26/05/2016	02/11/2016
<b>Diana – 12 anos</b>	Não	26/05/2016	02/11/2016
<b>Talita – 10 anos</b>	comassim.png	16/11/2016	-
<b>Samara – 10 anos</b>	Samara Pita	13/11/2016	-
<b>Isaac – 9 anos</b>	Isaactnz	06/12/2016	-

Nos casos das crianças que tinham canal aberto no YouTube, esse meio serviu como fonte prévia de informações para a pesquisa. Portanto, considero que o primeiro campo de estudo com essas crianças se constituiu no próprio YouTube. O canal de cada uma foi um bom campo de exploração para perceber as características narrativas, estéticas de seus vídeos, seus interesses e perspectivas sobre si, sobre a realidade e sobre o próprio site YouTube. Busquei observar e registrar também dados objetivos como o total de vídeos postados, a frequência de postagens entre os vídeos e o quantitativo de “gostei” e “não gostei” além dos comentários, entendendo-os como elementos não estatísticos, mas como pistas sobre as práticas sociais de interação do autor do canal no ambiente virtual do YouTube.

Tomo emprestado o termo de *pesquisadora-seguidora* atribuído por Joana Freire (2015) para qualificar esse exercício metodológico exercido pela

autora em sua pesquisa com crianças e seus usos na internet. Um exercício que eu também passei a empreender na minha pesquisa. Encontrar as crianças em seus canais se mostrou uma tarefa literalmente de *seguir* como se fala comumente nas redes sociais. Acompanhar, vasculhar, comentar, curtir e observar as movimentações e rastros que elas deixam em seus canais. Passei a *seguir* as crianças em seus espaços virtuais ao me inscrever em seus canais, acompanhar suas atualizações, mudanças, interações com outros usuários, para encontrar nesses espaços o que elas dizem sobre si, sobre o que é ser e viver enquanto criança no YouTube.

A pesquisa se deu tanto na tarefa de seguir os movimentos que as crianças criam com o YouTube como na interação direta com as crianças através dos encontros. Dessa forma é que pretendo trazer as narrativas do trabalho etnográfico realizado ao longo de oito meses acompanhando e perseguindo os passos e rastros que elas foram construindo no e com o YouTube.

### 3- NARRANDO O PERCURSO DE SEGUIDORA – OS CANAIS E PERFIL DAS CRIANÇAS NA PESQUISA

Na compreensão de que os artefatos audiovisuais do YouTube estão fortemente presentes no cotidiano dessas crianças, essas relações apontam pistas que nos ajudam a pensar em uma outra lógica do consumo que atravessa todas as relações sociais (BACCEGA, 2010). Segundo Nestor Garcia-Canclini (1995), o consumo é muito mais complexo do que gastos supérfluos e massivos, pois ele não está relacionado apenas a atividades de mercado. Entender o consumo das pessoas serve para pensar a sociedade em que vivem, pensar como os usos de bens materiais e imateriais são práticas indispensáveis à existência. O consumo passa, portanto, por maneiras de se integrar socialmente, dando sentido de pertencimento em tempos de certezas e identidades tão fluídas e diluíveis.

As conversas com as crianças me possibilitaram ampliar a percepção das relações culturais que elas constroem com o consumo e a produção de vídeos no YouTube e também trazendo questões comuns nas práticas e consumo delas e outros aspectos que aparecem em cada uma particularmente.

Narrar os passos de seguidora das crianças em seus canais e vídeos é minha tarefa nesse capítulo da pesquisa. Perseguir os movimentos de cada uma para pensar o que elas podem me apresentar. A partir disso, trago também o perfil de cada um desses que foram meus sujeitos de pesquisa. Destaco que para a realização da pesquisa pedimos autorização a criança e seus responsáveis (modelo de autorização em anexo) e que optamos por apresentar as crianças com seus próprios nomes entendendo que por estarmos fazendo uma pesquisa “com” as crianças omitir a identidade das mesmas nesse percurso seria desrespeitá-las como sujeitos de pesquisa e como sujeitos que querem ser vistos no YouTube.

Trago a seguir então uma narrativa dos movimentos de cada criança da pesquisa, de seus canais e suas produções refletindo junto com esses movimentos. Cada criança traz sua singularidade. Assim, aqui narro o que me

surpreendeu em cada uma delas, o que elas apresentam que não aparece nas outras, de maneira singular. Trago o que elas narram sobre suas experiências com o YouTube, sobre suas próprias narrativas e o que narram audiovisualmente nos vídeos e práticas de consumo e produção que realizam.

### 3.1 – Mateus

Mateus tem 11 anos de idade, cursa o 5º ano do primeiro segmento do ensino fundamental em uma escola particular e mora com os pais em um bairro da zona oeste da cidade do Rio de Janeiro.

Meu primeiro contato com Mateus foi através da indicação de seu canal no YouTube chamado **Playeriron Maiden**. Nas minhas primeiras anotações sobre minha itinerância pelo canal, registrei que na descrição feita pela criança é um canal de “coisas de *nerd*”, mas a criança iria mudar outras vezes isso. O canal de Mateus existe desde fevereiro de 2015, tem 51 inscritos e 6.561 visualizações e apresenta diversos vídeos caseiros em que a criança narra enquanto joga Minecraft, Happy Wheels e Five Night at Freddy's. Nos meses em que fui seguidora do canal, Mateus foi publicando vídeos que traziam elementos pertinentes para se pensar sobre seus interesses pessoais e referências de consumo no próprio YouTube.

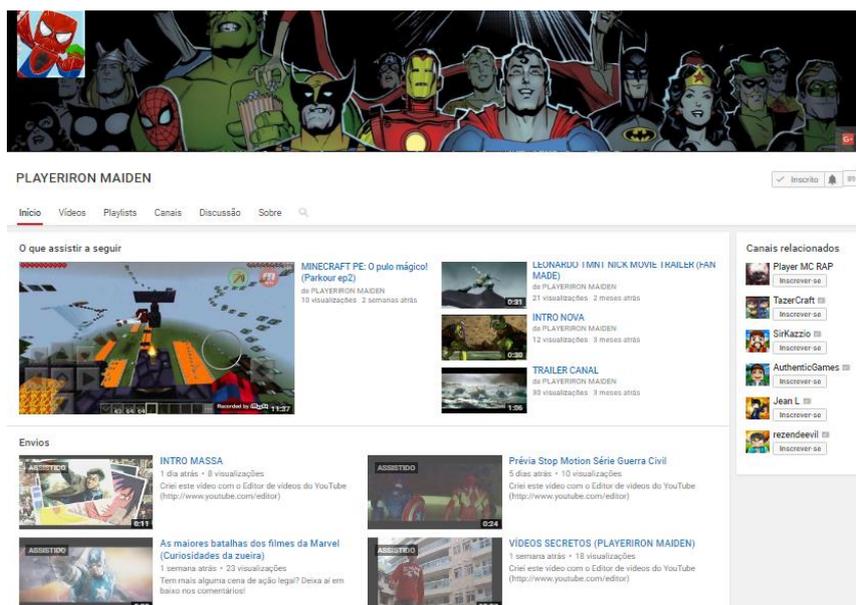


Figura 1 - Página inicial do canal de Mateus no YouTube

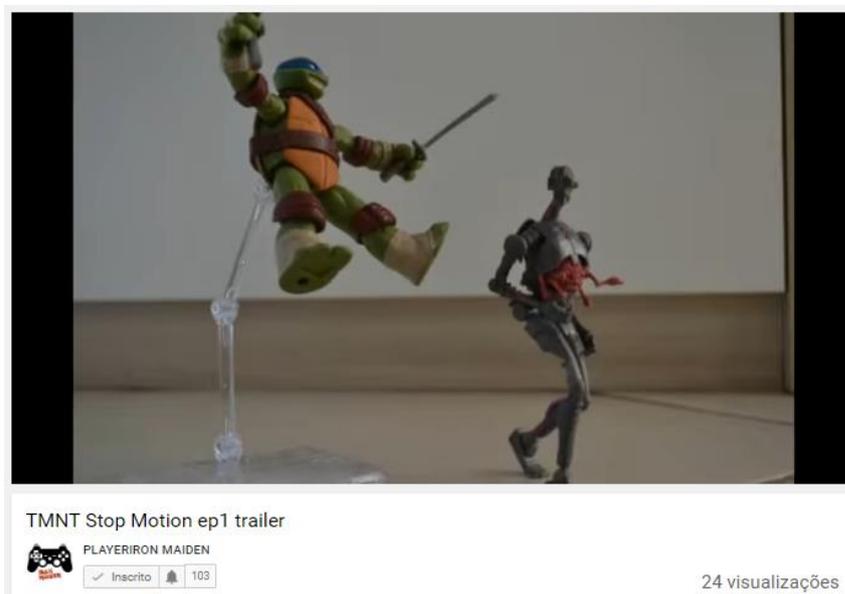
Em pouco menos de um mês explorando seus vídeos *online*, conseguimos marcar uma conversa presencial que acabou sendo a única. Segundo Mateus me contou, ele começou a produzir vídeos depois de ter participado de uma oficina de *stopmotion* e chegou a postar uma narrativa nesse formato em sua página pessoal do Facebook. Depois disso, alguns amigos e familiares lhe motivaram a criar um canal no YouTube. Ele comprou uma revista que explicava como “mandar vídeos” para o YouTube e assim iniciou seu canal. Alguns meses após nosso encontro, ele postou um primeiro vídeo em *stopmotion* no canal e anunciou uma série de postagens nesse formato. Ele também me mostrou uma caixa com dezenas de bonecos de personagens do desenho Tartarugas Ninja e, ao longo de nossa conversa, ligou o computador em seu quarto para me mostrar o vídeo em *stopmotion* feito com os bonecos que estava publicado em seu perfil no Facebook.



**Figura 2 - Vídeo publicado no canal de Mateus**

Como vemos na imagem acima, Mateus postou um vídeo em *stopmotion* feito com seus bonecos. O título do vídeo traz o nome de um dos personagens do desenho animado e sugere que haverá uma continuidade de episódios nesse formato. No entanto, após 3 meses dessa publicação que ele voltaria a postar um vídeo em *stopmotion* anunciando uma sequência de publicações

neste formato, como mostra a imagem abaixo, uma espécie de *trailer*, como ele chama, sobre uma série do canal.



**Figura 3 - Vídeo publicado no canal de Mateus**

Ele gravava seus vídeos com uma câmera filmadora antiga de seu pai que, segundo ele, ninguém usava em casa. Então os pais concordaram que ele poderia ficar com ela para fazer suas produções. Mas a grande parte de seus vídeos é produzida com imagens captadas na própria Internet utilizando o editor de vídeo do próprio YouTube para criar suas narrativas colocando áudios, músicas, legendas, fazendo recortes e sobrepondo diferentes imagens.

Mateus não aparece em nenhum de seus vídeos, apenas os narra. Ele chegou a aparecer em alguns vídeos, mas os excluiu em pouco tempo. Todos os vídeos em seu canal ele produz sozinho, mas já fez vídeos com amigos e procura em outros canais ideias do que produzir para postar. Mateus gosta dos canais rezendeevil<sup>4</sup>, o canal oficial da Marvel<sup>5</sup>, 7minutoz<sup>6</sup> e admite que busca inspiração neles para produzir vídeos para postar. De fato, Mateus tem postado

<sup>4</sup> Canal no YouTube voltado para jogos Minecraf. <https://www.youtube.com/user/rezendeevil>

<sup>5</sup> Canal da empresa americana Marvel Entertainment, <https://www.youtube.com/user/MARVEL>

<sup>6</sup> Canal de paródias musicais, <https://www.youtube.com/user/7minutozo>

vídeos sobre diversos super-heróis e personagens de HQs que tiveram filmes lançados recentemente pela empresa Marvel, feito *raps* e narração de jogos.

Mateus admitiu que estava “começando a parar de ver os canais, eu tô mais é ligado no meu.” O tempo que gasta ao acessar o YouTube está cada vez mais voltado para pesquisar conteúdos em outros canais para produzir seus próximos vídeos, carregar vídeos para postagem e administrar o canal. Ele acessa o YouTube diariamente, menos nos dias em que tem muito dever da escola. Ele traz indicativos em sua fala que levam a pensar que mesmo quando não está no YouTube está fazendo coisas em função do canal. Quando estive em sua casa ele me falou que viu um efeito em um vídeo que gostou e perguntou nos comentários como o usuário havia feito aquilo. Ele pesquisou no site de buscas Google o programa de edição que o dono do canal lhe sugeriu e o baixou em seu computador, mas me disse que ainda estava estudando o programa porque era muito complicado.

Pesquisadora: E quando você entra no YouTube você fica quantas horas mais ou menos?

Mateus: No YouTube eu fico um pouquinho, por causa que eu mais mando e quando manda demora. Eu fico fazendo outra coisa, mas no computador eu fico muito tempo!

Pesquisadora: Você fica fazendo o que no computador?

Mateus: Eu fico estudando coisas pra fazer outros vídeos, vendo o que que tem. Minha mãe fala que eu fico muito tempo, mas eu nem falo o que que eu faço, por causa que eu tô só pensando no próximo vídeo... montando... Como é que eu vou falar? Indo em um montão de site só pra pensar no próximo.

Pesquisadora: Você fica entrando nos sites pra buscar ideia, né?!

Mateus: Uhum... Ou seja, é uma hora mais ou menos só de ficar procurando. Aí, minha mãe fala: “Sai”.

Mateus tem um computador no próprio quarto e o uso do aparelho também é compartilhado com os pais. Em meu diário de campo, anotei que ficamos a sós em seu quarto por sugestão de sua mãe por ser o “mundinho dele”, como ela disse. Chamou minha atenção a variedade de bonecos, pôsteres, acessórios, livros e gibis em seu quarto. Ele parece bastante orgulhoso desses objetos e foi me mostrando e explicando o valor de cada um em seu “mundinho” que tem como referência Harry Potter, Tartarugas Ninja, Naruto, o filme Guerra Civil, Minecraft, Star Wars, Chucky o boneco assassino,

Homem-aranha, Deadpool, Angry Birds, dentre outros que possivelmente me escaparam. São objetos referentes ao cinema, jogos eletrônicos, quadrinhos e desenhos animados. Não por coincidência, muitos desses elementos aparecem em seus vídeos no YouTube.

Ao longo de duas horas em que estive na casa de Mateus, conversamos sem intervenção de outra pessoa. No restante do tempo, nossa conversa era sempre intermediada por diferentes situações que achei muito pertinentes ao entendimento do comportamento que desponta nas culturas infantis na atualidade. Em determinado momento, Mateus falou dos vídeos em *stopmotion* que fez com bonecos das Tartarugas Ninja. Ele então, pega em seu armário uma caixa grande e abre para me mostrar os bonecos. Eu me surpreendo com a grande quantidade de bonecos e falo que não lembrava que tinham tantos personagens no desenho que eu assistia quando tinha a idade dele. Ele vai me mostrando um por um, falando com entusiasmo sobre cada personagem, seu nome e características até que eu falo de um que não conhecia. Imediatamente, ele liga o computador que tem em seu quarto, mas continua falando dos bonecos. De repente, eu percebo que ele ligou o computador para me mostrar o personagem do desenho das Tartarugas Ninja dos anos 80 que eu havia lhe dito que assistia, para que eu pudesse me lembrar de qual personagem se tratava.

Na mesma hora ele entra no site do Google e digita o nome do personagem no campo de busca. Rapidamente, ele abre outra guia e entra no site do YouTube e digita “tmnt trailer 2016” no campo de busca e aparecem diversos resultados para *Teenage Mutante Ninjas Turtles*. Ele abre o primeiro resultado, fala que é o *trailer* do novo filme das Tartarugas Ninjas que vai estreiar no dia de seu aniversário. Quando aparece um homem de máscara no vídeo, ele chama a minha atenção: é o personagem do boneco que eu não havia reconhecido. Ele então retorna para a janela com a busca do Google e faz a associação entre a imagem do personagem Casey Jones da primeira versão do desenho animado com o seu boneco e com o filme recente das Tartarugas Ninja. Mas não foi o suficiente. Além de assistirmos o *trailer* do filme em inglês, ele retornou a tela dos resultados e clicou no *trailer* em japonês e depois em português. Percebi que ele fazia isso com frequência, assistir a

vários vídeos que aparecem como resultado da busca no YouTube para o filme que ainda não havia estreado.

Eu pedi para ele me mostrar os vídeos que disse que havia feito com os bonecos. Quando terminei de assistir, volto para o quarto dele e vejo que ele está assistindo algum vídeo no YouTube. Perguntei o que ele está vendo e ele respondeu que era o canal *rezendeevil*, que ele já havia dito que gostava de assistir. Eu me sentei ao seu lado e vamos assistindo e conversando, enquanto eu posso observar a dinâmica dele ao estar conectado no YouTube. É tudo muito rápido e muitas coisas ao mesmo tempo! Pedi para ele me mostrar os canais em que é inscrito. Entre um vídeo e outro, ele sempre abre mais janelas para entrar em outro site, muitos para me mostrar alguma relação com o vídeo em que assistíamos.

Percebi que em muitos vídeos ele repetia as falas o que apontava que já havia assistido outras vezes. Ele afirmou que sempre assiste aos mesmos vídeos e abriu na tela o *Canal Nostalgia*, também muito popular no YouTube. Achei curioso quando ele falou que sempre acessa este canal para assistir ao mesmo vídeo, nunca viu nem se interessou pelas demais.

O que observei destes canais que Mateus gosta de assistir e de buscar ideias para produzir seus próprios vídeos, é que a maioria é feita por jovens com mais de vinte anos de idade e são canais muito famosos, sem contar com canais oficiais de empresas norte-americanas de entretenimento.

No período de 8 meses acompanhando o canal, foi possível observar alguns movimentos interessantes na dinâmica de produção e interação de Mateus no YouTube. De todas as crianças interlocutoras da pesquisa, Mateus é sem dúvida o mais ativo em atualizações no YouTube, publicando pelo menos 3 vídeos por semana em seu canal. Após esse intervalo de tempo, os números de inscritos e de visualizações aumentaram, assim como a descrição havia sido alterada como percebemos abaixo.

## PLAYERIRON MAIDEN

Início Vídeos Playlists Canais Discussão **Sobre** 🔍

104 inscritos • 17.575 visualizações  
Inscreevou-se em: 26 de fev de 2015

Enviar m

### Descrição

Olá meu nome é Mateus, tenho 11 anos e o Playeriron Maiden é o canal perfeito pra vc que curte: Terror, Marvel, Minecraft e outras coisas da cultura POP! Inscreva-se!

**Figura 4 - Informações sobre o canal de Mateus**

Encontrei uma variedade de tipos e temas nos vídeos publicados em seu canal que são: gravações narrando jogos do Minecraft, Happy Wheels, Agar.io e Five Nights at Freddy's; dublagens com a voz de Mateus de cenas do filme *As Tartarugas Ninja: fora das sombras* e de um desenho do Mickey; *raps* compostos e interpretados por ele; narrativas em *stopmotion* com bonecos; e montagens de cenas de desenhos e filmes editadas por ele.

Este último é uma constância no canal de Mateus que posta com muita frequência vídeos somente para anunciar próximos temas que serão abordados ou mudanças de conteúdo do canal. Estes vídeos ele nomeia como "Intro" que são vinhetas sobre o próprio canal ou séries. Na imagem da lista de vídeos abaixo em seu canal, vemos que ele posta um vídeo criando um suspense sobre um possível fim do canal, mas logo em seguida posta outro para quebrar a dúvida.



### EU SUMI? NÃO! TÔ DE VOLTA!

3 meses atrás • 6 visualizações

Criei este vídeo com o Editor de vídeos do YouTube (<http://www.youtube.com/editor>)



### AVISO: FIM?

3 meses atrás • 4 visualizações

Criei este vídeo com o Editor de vídeos do YouTube (<http://www.youtube.com/editor>)

**Figura 5 - Lista de vídeos do canal de Mateus**

É relevante dizer que a maioria desses vídeos “intro” foi excluída, provavelmente porque não teve continuidade da temática no canal. Este foi o caso das postagens anunciando que o canal ia mudar e seria voltado para filmes e personagens de terror. Após publicar alguns vídeos de chamada da nova temática, foram postados mais alguns vídeos descrevendo o personagem *Chucky, o boneco assassino* e em seguida todos os vídeos foram apagados ficando apenas os mais antigos sobre jogos. Pouco mais de uma semana sem novas postagens, o canal passou a ser atualizado com imagens do filme “As Tartarugas Ninja: fora das sombras” que, não coincidentemente, havia estreado nos cinemas há poucos dias.



#### TMNT Redublagem: O comercial do Bebop: "Sem Internet"

4 meses atrás • 52 visualizações

Criei este vídeo com o Editor de vídeos do YouTube (<http://www.youtube.com/editor>)



#### TMNT Redublagem: Jason VS. Os ninja do fracasso

4 meses atrás • 67 visualizações

Criei este vídeo com o Editor de vídeos do YouTube (<http://www.youtube.com/editor>)



#### INTRO QUE VAI PERMANECER

4 meses atrás • 7 visualizações

Criei este vídeo com o Editor de vídeos do YouTube (<http://www.youtube.com/editor>)



#### TMNT 2 comercial de tv com estilo TMNT MUTANTS IN MANHATTAN

4 meses atrás • 15 visualizações

Criei este vídeo com o Editor de vídeos do YouTube (<http://www.youtube.com/editor>)



#### INTRO NOVA

4 meses atrás • 12 visualizações

Criei este vídeo com o Editor de vídeos do YouTube (<http://www.youtube.com/editor>)

Figura 6 - Lista de vídeos do canal de Mateus

Acima, nota-se que em período curto de tempo, Mateus postou vídeos seguidamente com a temática dos Tartarugas Ninja com imagens tanto do filme recém lançado como do desenho animado, utilizando o editor de vídeos do YouTube. Ele criou histórias curtas dublando com sua própria voz imagens editadas do trailer com esses referentes, mas os temas sempre variavam.

O canal costuma ter de 12 até 20 visualizações por vídeo, porém uma observação me chamou atenção em duas publicações. O vídeo intitulado “*Música Tartarugas Ninjas Fora Das Sombras*” ultrapassa 15.000 visualizações. É um videoclipe sobre os personagens principais com cenas do filme em questão e a música de fundo. E o outro vídeo postado é “*Rap do pistoleiro (Esquadrão Suicida)*” com 457 visualizações. Este tem uma imagem congelada ao longo de todo vídeo do personagem citado no título com a voz de Mateus cantando um rap sobre o personagem do filme citado no título.

### 3.2 – Yuki

Yuki tem 9 anos de idade, cursa o 4º ano do ensino fundamental em uma escola particular e mora com a mãe, a irmã e o irmão mais velhos e a empregada em um bairro do subúrbio da cidade do Rio de Janeiro.

Eu recebi a indicação de seu canal no YouTube chamado **Yuki Tube**. Assim, assisti aos vídeos publicados no canal antes de nosso primeiro encontro presencial. De acordo com anotações que fiz nessa época, o canal foi criado em julho de 2014 e tinha 27 inscritos. Desde então, o canal tem apenas seis vídeos publicados, de modo que ele não é atualizado desde setembro de 2015. Portanto, quando conheci seu canal, ele já não postava mais vídeos há mais de seis meses.

Segundo Yuki contou, ele pediu para a mãe para criar um canal no YouTube. Ao longo de nossas conversas, pude perceber que ela exercia um papel fundamental no processo de produção de vídeos dele. Antes de criar seu canal, Yuki já fazia vídeos juntos com os dois irmãos e a mãe. Muitos desses vídeos com os quatro foram publicados na página do Facebook e no canal do YouTube de sua mãe que apenas fui descobrir após essa conversa inicial.

Yuki: Fui eu que pedi para fazer o canal só que ela que faz quase todas as ideias.

Pesquisadora: Então você começou a fazer seus vídeos sozinho depois que você abriu o canal?

Yuki: Tipo... "Mãe eu quero abrir um canal." "Ok, então, vamos fazer tudo do meu jeito. Você só vai dar umas ideiazinhas."

Pesquisadora: Então pra você ter um canal você tinha que fazer junto com a sua mãe?

Yuki: Sim. Ela me ensinou a postar vídeo. Só que eu aprendi e desaprendi em dois segundos.

Em seu canal, Yuki postou apenas vídeos sozinhos, mas com a colaboração direta de sua mãe. Os irmãos também participaram algumas vezes dando sugestões. Yuki usava uma câmera semi-profissional compartilhada por todos da família para gravar seus vídeos. Ele não tem celular. Sua mãe é quem sempre filmava e fazia a edição de seus vídeos, segundo ele, porque ainda não sabia editar e também disse ter preguiça.

Pesquisadora: Antes do seu canal no YouTube, você já fazia vídeo?

Yuki: Não. Não! Fazia vídeos com a minha mãe. Tipo aquele das férias. Também eu comecei o canal em 2014 e ate agora eu só postei uns 7 vídeos. Daqui a pouco eu vou fazer aniversario de 5 anos do canal sem vídeo praticamente.

Pesquisadora: Aquele vídeo o diabinho e do anjinho, você editou sozinho?

Yuki: Não. Foi minha mãe que editou aquele negocio porque eu não sei editar muito bem.

Pesquisadora: Mas você fez sozinho?

Yuki: Não, minha mãe só botou no tripé e ficou ali. Corta. Não. Tá errado esse negócio. Vamos fazer de novo.

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Yuki Tube'. At the top left is a blue square with a white letter 'Y'. Below it, the channel name 'Yuki Tube' is displayed. To the right of the name are buttons for 'Inscrito' (Subscribed), a notification bell, and the number '25' representing subscribers. Below this is a section titled 'Envios' (Uploads) containing five video thumbnails with their respective titles and view counts: 'Yuki jogando Super Smash Bros.' (36 visualizações), 'Faça o que eu digo, mas não faça o que eu faço! - Yuki Takimoto' (452 visualizações), 'Lenin O Leão Ocupado' (255 visualizações), 'Atenção, crianças!' (407 visualizações), and 'Meu primeiro vídeo!' (523 visualizações). Below the uploads is a section titled 'Inscrições' (Subscribers) showing ten channel avatars and names: Coisa de Nerd (6M), Jazzghost (3M), TazerCraft (6M), guilhermeoss (999), SmooG (999), rezendeevil (10M), Narrador de Vídeos (1M), Budokkan (999), Castro Brothers (1M), and vinicius13 (2M).

Figura 7 - Página inicial do canal de Yuki

Diferentemente das páginas de abertura dos canais das outras crianças interlocutoras da pesquisa, a página de Yuki não tem uma arte na parte superior de identificação do canal, não traz ícones de descrição sobre canal e dados automáticos como total de visualizações e data de início do canal. Esta informação eu peguei baseada na primeira postagem de vídeo no canal. As únicas informações que vemos são o número de inscritos no canal no canto a direita, abaixo no ícone “Envios” estão os vídeos publicados e mais abaixo os canais em que ele é inscrito. Em uma navegada superficial por esses canais, percebi que a maioria deles é focada em jogos. Alguns deles, Yuki chegou a citar em nossas conversas para dar exemplo do que gosta de assistir no YouTube.

Os vídeos que ele publicou no canal são bem simples, como o próprio Yuki os descreveu “só câmera e voz” que consistem nele falando sobre diferentes temas como racismo, dicas de segurança para outras crianças na Internet, de leitura de livro e de proteção ao andar de skate. Embora alguns vídeos tragam assuntos sérios, Yuki fala de forma leve e com alguns momentos de humor. Antes de conhecer Yuki, apenas tendo assistido seu canal, já supunha que havia uma figura adulta junto a ele na produção de suas narrativas no YouTube. Isso porque é possível notar que alguém sempre filma a criança, que há um roteiro prévio para cada vídeo e por se tratarem de alguns

temas muito complexos e delicados que parecem ser orientadas por uma pessoa mais madura. Acabou sendo confirmada a mediação da mãe em suas produções. Ai então, me bateu a dúvida: até que ponto Yuki tinha autoria em seu canal e nos vídeos?

Nos dois encontros que tivemos, a mãe de Yuki pediu para acompanhar, mas nos deixou a vontade para conversar. Em alguns momentos, ela fez comentários que ajudaram a ampliar a compreensão quanto a sua participação no canal do filho. Como, por exemplo, quando Yuki disse que os vídeos foram ideias de sua mãe, ela explicou que, na verdade, ele quis ter um canal no YouTube, mas nunca se dispunha a fazer vídeos por conta própria. Quando eles conversavam sobre algum assunto que estava em evidência nos noticiários, ou que chamasse a atenção de Yuki, a mãe sugeria que ele gravasse um vídeo falando o que pensava sobre aquilo. Ela disse que também já havia sugerido que ele fizesse vídeos de resenhas de livros e de conteúdos escolares, mas Yuki não se interessou.

Sendo assim, percebi que Yuki precisava de alguém para motivá-lo a gravar vídeos para seu canal. Em muitos momentos de nossas conversas, Yuki colocava a preguiça como justificativa para não fazer mais vídeos ou não atualizar mais seu canal no YouTube. Yuki quer estar no YouTube, ter um canal, mas é preciso que a mãe o incentive a filmar, sugira ideias e edite os vídeos, do contrário o seu canal ficaria apenas no campo da vontade.

Pesquisadora: Por que você tem preguiça, Yuki?

Yuki: Porque eu quero brincar e jogar vídeo game.

E foi nesse contexto que recordei com ele que havia um vídeo em seu canal que escapava do formato dos demais. Dentre os vídeos que seguia essa forma narrativa de falar diretamente para a câmera sobre um assunto, lembrei com Yuki que o vídeo intitulado “Yuki jogando Super Smash Bros” é exatamente o que a chamada diz: a criança narrando um jogo de videogame na televisão. Como eu suspeitei, é o único vídeo do canal que não foi gravado com a mãe. Ele me explicou que esse tipo de vídeo ele teria que fazer por conta própria. No entanto, foi apenas um vídeo.

Pesquisadora: Tem um vídeo seu que você está jogando. Aquele vídeo foi ideia da sua mãe?

Yuki: Não. Minha mãe só me deu o tripé e a câmera.

Pesquisadora: Você botou a câmera em frente a TV e gravou você mesmo jogando?

Yuki: É. Eu queria comprar uma tela de captura.

Pesquisadora: Para botar na TV?

Yuki: Computador, TV, monitor...

Pesquisadora: Você já fez mais vídeos desse tipo?

Yuki: Não.

Pesquisadora: Por que não fez mais?

Yuki: Não sei. Porque eu sou preguiçoso.



Figura 8 - Vídeo publicado no canal de Yuki

Em geral, os vídeos em seu canal têm entre 200 e 500 visualizações, o que achei um número alto para quem não atualiza o canal há meses. Mas o vídeo em que ele narra o jogo tem apenas 37 visualizações. Essa constatação pude entender mais adiante. Como falei anteriormente, a mãe de Yuki tem uma página no Facebook com muitos seguidores que apenas fui conhecer depois que Yuki já estava integrado à pesquisa. É necessário falar que sua mãe é uma figura muito ativa nas redes sociais pelo seu posicionamento político e textos humoradas sobre fatos atuais, crônicas do cotidiano além de ser autora de um *blog* premiado e de livros. Assim, passei a segui-la no Facebook e descobri que ela compartilhou alguns vídeos de Yuki para seus seguidores e muitas de suas postagens *viralizaram* na Internet. O vídeo de Yuki jogando não foi compartilhado por ela.

Comentei com Yuki sobre isso e percebi que ele não tinha muita noção ou dava tanta importância ao desempenho de seu canal no YouTube. O que pude compreender depois de nossas conversas e navegando tanto em suas páginas quanto às de sua mãe no Facebook e no YouTube é que Yuki não atualiza mais seu canal como também parecia ter o deixado, como pode-se perceber nesse diálogo:

Pesquisadora: Você pensa em voltar a atualizar seu canal?

Yuki: Não sei. Não faço a mínima ideia. Talvez eu até abandone aquele e crie outro.

Pesquisadora: Mas, por que criar outro? Você pode continuar.

Yuki: Não sei, porque o meu primeiro vídeo que é só avisando que eu ia ter um canal teve tipo 215 *views* e o resto só teve uns cento e pouco.

Pesquisadora: Ah, então você tem que volta lá para olhar. Tem uns vídeos com mais de 500 visualizações.

Yuki: Só que o primeiro é o que mais *bombou*.

Mãe de Yuki: Ela está sabendo mais que você.

O primeiro vídeo de Yuki tem mais de 500 visualizações, como pode-ser verificar na imagem abaixo.

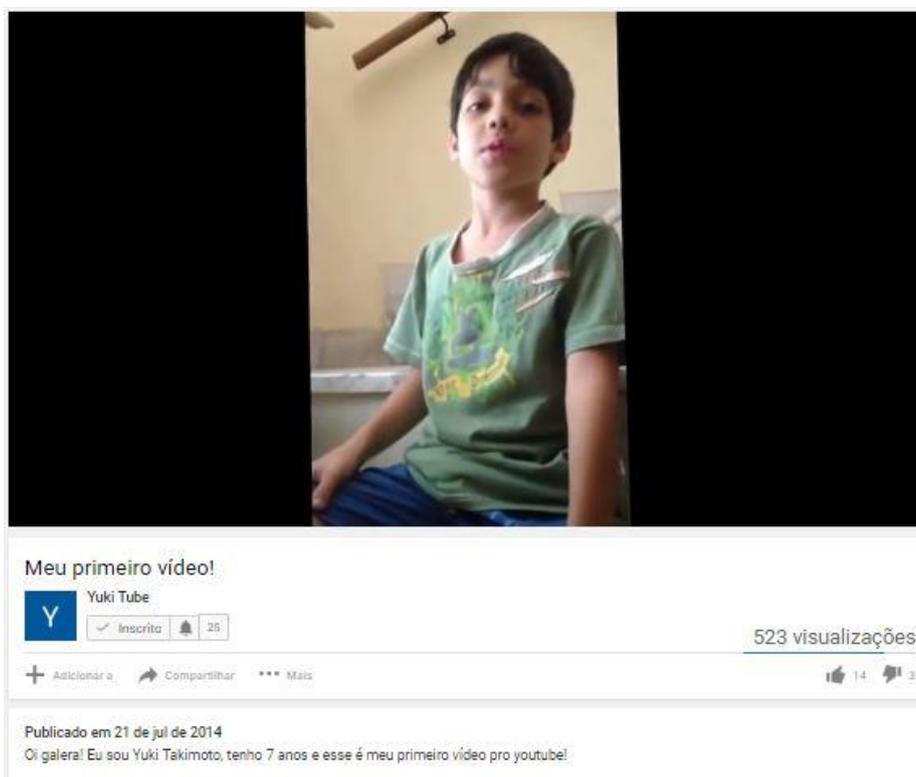


Figura 9 - Vídeo publicado no canal de Yuki

Além do YouTube, acabei também descobrindo em nossa conversa que Yuki também tinha uma página no Facebook com o mesmo nome de seu canal. Yuki havia me dito que não atualizava mais o canal porque a internet de sua casa demorava a carregar os vídeos para o YouTube. Contudo, quando fiz a busca pela sua página no Facebook notei que ela foi criada posteriormente ao último vídeo publicado no YouTube. Ou seja, Yuki havia parado de atualizar seu canal, porém continuou publicando novos vídeos em sua página no Facebook até março de 2016. Seu canal tem 27 inscritos e sua página no Facebook tem mais de 500 curtidas.

Yuki: No face assim, o que bombou mais que eu aproveito e já jogo lá no perfil e aí sempre viraliza.”

A mãe dele comentou nesse momento que ele estava dizendo isso baseado nela tendo em vista que suas publicações no Facebook têm sempre um desempenho muito alto de curtidas, comentários e compartilhamentos. Eu concordei, mas Yuki pareceu não ter essa percepção. Para ele, o Facebook era um espaço de maior visibilidade. Curiosamente, Yuki disse que tinha liberdade para acessar o YouTube e assistir vídeos, o que não era da mesma forma no Facebook que só podia fazer uso junto com a mãe.



**Figura 10 - Postagem na página de Yuki no Facebook**

Yuki acessa o YouTube todos os dias depois das tarefas da escola, como ele disse. Ele consome vídeos do YouTube através do aparelho de videogame Xbox que tem essa função. No YouTube, ele gosta de assistir vídeos de *gameplay* e também faz busca por vídeos de campeonatos e manobras de *skate*. Uma das atividades favoritas de Yuki é andar de *skate*. Os jogos que ele assiste no YouTube, ele também joga no seu videogame.

Pesquisadora: E que canais você acessa?

Yuki: Você sabia, Portal do Skate, Skate in roça, já dá pra ver que eu sou amarrado em Skate!

Pesquisadora: É, to vendo!

Yuki: Muitos canais de *gameplay*. Yoshigamer, Rezendeevil o mais famoso por enquanto, TazerCraft, AuthenticGames...

Alguns canais desconhecidos que não são famosos.

Pesquisadora: Quais são os canais desconhecidos?

Yuki: Poucos. Skatista BR é um deles, não é muito conhecido.

Vários canais de Skate são desconhecidos.

Pesquisadora: E como é que você achou esses canais?

Yuki: Esses canais? Eu simplesmente achei e cliquei. Também peguei inspiração com o que eu tenho. Eu sou fanático por

Skate, eu sou fanático por Skate de dedo. Por que não pesquisar?

Pesquisadora: Skate de dedo!

Yuiki: S-K-A-T-E...

Pesquisadora: Então, tem *vídeozinhos* do pessoal fazendo manobra com Skate de dedo?

Yuki: Não tem *vídeozinho*... Porque é de campeonato! Eu assisto metade por dia! Eu assisto meia hora daquele vídeo, aí eu pauso, eu salvo, vou pra outro canal, no outro dia eu vou naquele, naquela pasta que eu salvei e vejo os vídeos que eu não terminei.

Nesse diálogo, eu senti e entendi o que ser uma estrangeira sem sair do lugar e não deixar de perceber nas aparentes pequenezas algo de grande. Aprendi a não deixar passar adiante o que pode parecer pequeno, menor. Para Yuki, os vídeos de skate têm algo de valor porque é parte do que consome, do que lhe habita e, portanto, de quem ele é.

### 3.3 – Alice

Alice tem 7 anos de idade, estuda no 1º ano do ensino fundamental em uma escola pública e mora com os pais, os dois irmãos e o avô em um bairro da zona sul da cidade do Rio de Janeiro.

Ela foi indicada como criança em potencial para a pesquisa por ser usuária frequente do YouTube e pela prática constante em fazer vídeos. Na época de nosso primeiro encontro, que aconteceu em maio de 2016, Alice ainda não tinha canal no YouTube porque, segundo ela mesma, não tinha permissão dos pais. Ela demonstrou muito desejo de ter seu próprio canal. Grava vídeos com seu próprio celular que também empresta para os irmãos, já que é a única delas que tem esse aparelho.

Alice: Eu faço vídeo, eu adoro fazer, mas... Eu não posto.

Alice acessa o YouTube diariamente pelo seu próprio celular, ou pelo notebook que é utilizado por todos em sua casa. O que ela mais gosta de assistir no YouTube são vídeos de histórias e de jogos. Outro uso frequente que ela dá para o YouTube é para assistir videoclipes de suas músicas preferidas.

Pesquisadora: Fala o que que você gosta de assistir no YouTube!

Alice: Eu gosto de assistir como fazer coisas, gosto de assistir histórinha, gosto de assistir, não sei, qualquer coisa que você pode imaginar eu gosto de assistir!

Pesquisadora: Qualquer coisa?

Alice: É, porque eu gosto de assistir muita coisa!

Ela citou muitos canais em que é inscrita: Julia Silva, Kids Fun, Juliana Baltar, Luba TV, Felipe Calixto, Bel para meninas, Roberta Puppi, Pupigames, Marina Inspira e Dora Dorinha, esta última é de uma menina de sua escola. Mas sempre que acessa o YouTube, a primeira atividade que faz é assistir aos vídeos atualizados do canal Julia Minegirl, sua *youtuber* favorita. Em diferentes momentos de nossas conversas, Alice falou com muita ênfase deste canal. O curioso é que essa *youtuber* não aparece em nenhum vídeo, apenas sua voz narrando os jogos The Sims, Robloks e Minecraft.

Alice: Eu queria que quem assistisse (seus vídeos) fosse a minha *youtuber* FAVORITA!

Pesquisadora: Quem?

Alice: Julia Minegirl, ela é muito legal! Ela grava vídeos de jogos, sabe? Ela nunca mostra o rosto dela, mas ela é muito legal!

Alice: A Julia postou um vídeo hoje e até agora não vi o vídeo porque a Diana tá usando o celular.

Pesquisadora: E o que que você faz quando entra no YouTube?

Alice: Eu olho, eu procuro logo Julia Minegirl.

Pesquisadora: Vai logo pra Julia?

Alice: É! Uma vez eu não vi nenhum vídeo dela assim, aí eu fiquei, aí meu Deus, eu preciso ver todos os vídeos!

Pesquisadora: Mas você joga Minecraft?

Alice: Jogo!

Pesquisadora: É só Minecraft o canal dela?

Alice: Não! Tem Roblocks, tem outros, tem vários jogos.

Pesquisadora: E é só ela mostrando o jogo, ela narrando o jogo, é isso?

Alice: É, ela narra com a mãe dela. Quase todos os vídeos são com a mãe dela e alguns são com o pai também, e alguns são com ela sozinha mesmo!

Segundo Alice, ela gosta desses canais porque são divertidos e se inspira neles para fazer seus próprios vídeos. Quando fiz a busca para

conhecer esses canais é que pude conhecer o que ela caracterizava como vídeos de histórias, formato que apareceu em todos esses canais citados por ela. São narrativas postadas em ordem cronológica, uma espécie de novela ou série como os próprios canais definem, produzidas com bonecos, avatares de jogos eletrônicos ou os próprios youtubers atuando.

Além do YouTube, Alice acessa outras redes sociais de compartilhamento de vídeos audiovisuais como Snapchat e musical.Ly. Diferentemente do YouTube, ambos existem apenas como aplicativos de aparelhos móveis e os vídeos postados são feitos na hora. Ela faz uso do Snapchat porque gosta dos efeitos de imagens próprios desse aplicativo que permite criar vídeos de até dez segundos. Nele, Alice segue apenas Luba, como ela disse, que também é um *youtuber*. Já o musical.Ly ela tem feito bastante uso, criando vídeos de dublagens de músicas e conteúdos de áudio que é o que o aplicativo permite. Quando estive em sua casa, ela me mostrou muitos vídeos feitos com esse aplicativo, mas nenhum deles ela postaria no YouTube. Cada vídeo característico para sua rede social.

Alice quis me mostrar um recurso em seu celular que tem usado para gravar seus vídeos. Ela pediu para que eu observasse o seguinte: ela falou “Capture” com o celular próximo à boca, em seguida disse “gravar vídeo” e me mostrou a tela do aparelho que havia começado a filmar automaticamente. Ela me contou que descobriu esse comando de tanto utilizar a função de gravação de vídeo no celular. Segundo Alice, quando ela não está fazendo tarefas da escola, ela está assistindo vídeos no YouTube, fazendo vídeos ou jogando pelo celular ou pelo computador. Essas são as principais atividades de que se ocupa no seu tempo livre. São atividades que estão relacionadas ao momento de brincar, quando não há mais funções obrigatórias da rotina escolar e de casa.

Alice: É muito raro eu não ficar no computador, no celular vendo o YouTube, jogando jogo. É muito raro!

Ela admitiu que assiste cada vez menos televisão e que perdeu o interesse em novelas televisivas que costumava acompanhar. Em suas

próprias palavras isso se deve porque “na televisão é só o que passa” e no YouTube ela “pode ver filme, pode ver tudo, e vídeos de outras pessoas”.

Nos dois encontros que tivemos, pedi que ela me mostrasse seus vídeos, tendo em vista que ela ainda não tinha conteúdos publicados *online*. No diário de campo que fiz na primeira vez que nos vimos, relato que sua irmã mais velha e a mãe se juntaram a nós para assistirem também aos vídeos. E assim ela foi abrindo os vídeos que queria que eu visse. Foi interessante esse momento de aproximação das duas, pois pude observar também as reações delas em relação aos vídeos de Alice. A irmã, que também participa desta pesquisa, fazia vários comentários sobre os vídeos de Alice. Descrevi no diário que o primeiro vídeo a criança filma o que faz durante o dia em casa: toma banho, escolhe a roupa, come, brinca com sua boneca Barbie, canta e apresenta alguns cômodos de sua casa. Ela mostra para a câmera cada produto que vai usar no banho, o que está comendo e alguns objetos na casa. A irmã disse que ajudou a filmar o vídeo e sugeriu ideias ao longo da gravação.

A mãe de Alice confirmou que depois que ela ganhou um celular, ela está sempre filmando. Alice grava vídeos praticamente o tempo todo. Como ela mesma disse, quando não está assistindo vídeos, ela está gravando vídeos. Há um desejo de registrar em vídeo tudo o que se faz, o que está comendo, do que e com quem está brincando, aonde e com quem está. Isso também se confirmou na fala de sua irmã que me comentou que é muito frequente os irmãos estarem brincando juntos e, de repente, Alice começar a gravar a brincadeira. Para Alice, esse tipo de vídeo se chama *vlog*, também muito comum no YouTube.

Nas duas vezes em estive em sua casa, percebi claramente que quando Alice não estava mais conversando comigo ela estava gravando algo com o celular. Nos momentos em que eu conversei com sua irmã, ela interrompia constantemente para mostrar o que tinha acabado de filmar, ou para pedir ideias para a irmã sobre o que gravar. Em uma determinada situação, ela ficou ao nosso lado na janela cantando e filmando a si mesma. Em seguida, virou-se para nós e disse nos mostrando a tela do celular: “Olha a música que acabei de inventar”.

Há dezenas de vídeos arquivados no celular, mas sua mãe comentou que ela guarda muito mais no computador. Alice também me mostrou vídeos de histórias feitos por ela com suas bonecas Barbie e outros feitos junto com os irmãos. Como ela havia dito, são os tipos de vídeos que ela gosta de assistir no YouTube. Nos vídeos em que ela faz com os irmãos, é sempre a irmã mais velha quem grava e edita.

Alice: Eu também gosto de gravar série.

Pesquisadora: Como que é, o que que é série?

Alice: **Série, tipo vários episódios.**

Pesquisadora: Fazer histórias?

Alice: É, uma série.

Pesquisadora: Você grava vários vídeos sobre uma história, é isso?

Alice: Aham. Às vezes eu gravo com boneco, às vezes com eu mesmo, igual aquele episódio da sereia.

Pesquisadora: Ah, sereia é uma série?

Alice: Esses dois. A gente tá fazendo o da fada, né! Eu ia falar isso, a gente está fazendo um de fada também!

Esses vídeos citados são no formato de dramatização, histórias encenadas e, na sua maioria, filmadas pela irmã mais velha. Um deles, como ela falou, Alice interpreta uma menina que vira sereia. O vídeo foi gravado no banheiro de sua casa e Alice aparece com uma calda rosa nas pernas que ela disse ter comprado pela Internet. Alice confessou que as duas produziram o vídeo na pretensão de convencer a mãe a permitir que ela publicasse no YouTube, o que não funcionou. E o vídeo da fada, como ela falou e me mostrou em seguida, ainda não estava editado mas elas também esperavam poder postar. Ela me mostrou pelo celular e disse que havia gravado no teatro em que foram com a mãe. Ela e a irmã estavam brincando do lado de fora enquanto esperavam a peça e resolveram criar e filmar uma história inventada na hora.

Pesquisadora: Você falou que você assiste seus próprios vídeos. Quais que você assiste?

Alice: Os dois e todos os vídeos que eu tenho!

Pesquisadora: Esse da cauda da sereia e o outro?

Alice: É, eu gosto de assistir todos os meus vídeos.

Pesquisadora: Mas quais que você mais gosta, que você fez?

Alice: Esses dois. Eu gosto de ficar assistindo.

O que me chamou atenção em seus vídeos foi que em todos eles Alice repete a mesma forma de saudação: “Oi, gente! Tudo bom com vocês?” E no final de cada vídeo, ela sempre se despede dizendo: “Se inscreve no meu canal e se você gostou, deixe seu *joinha!*” Fazendo sinal positivo com o polegar. Não pude deixar de registrar que sua irmã ironiza essa atitude, comentando que Alice sempre faz isso nos vídeos. Embora Alice ainda não tivesse canal no YouTube, ela acaba reproduzindo algumas falas que são recorrentes nos *youtubers* que assiste.

Em nossa segunda conversa, em novembro de 2016, Alice já havia conseguido negociar com a mãe e tinha criado um canal chamado **Alice no país da diversão**, porém até o final desta pesquisa não havia nenhuma conteúdo publicado. Segundo ela, os vídeos teriam de ser vistos previamente pela mãe para ela autorizar (ou não) sua postagem no YouTube.

Pesquisadora: Depois que eu vim aqui, você criou um canal?

Alice: É. Só que a gente tinha postado aqueles dois vídeos, só que a gente tirou.

Pesquisadora: Eu não achei o seu canal, qual é?

Alice: Alice no país da diversão. Mas aí, como agora não tem nenhum vídeo não consegue achar.

Pesquisadora: Ah tá, fica difícil. Depois você me mostra. Mas porque você tirou os dois vídeos?

Alice: Porque minha mãe falou pra gente tirar pra ela ver.

Pesquisadora: E como é que você conseguiu convencer ela a postar os vídeos, ou você não falou e postou sem ela saber?

Alice: Ela falou que a gente podia gravar vídeo pro YouTube. Aí a gente postou e ela não sabia. Depois ela falou pra gente tirar, aí depois a gente tirou, aí a gente vai botar outros vídeos.

Embora o canal leve o seu nome, os vídeos que Alice produz para postar no YouTube são feitos junto com a irmã. A irmã é quem fica por trás da câmera, gravando, orientando Alice nas falas, em como se posicionar e o que fazer. Alice demonstra gostar tanto de filmar quanto de ser filmada. Segundo Alice, elas inventam juntas a história e ao longo da filmagem a irmã sempre vai dando sugestões do que fazer.

Nesse encontro, presenciei algumas cenas interessantes dessa dinâmica entre ela e a irmã. Uma delas foi logo quando cheguei a sua casa em que elas estavam terminando de gravar um vídeo juntas. Pedi para que continuassem o que estavam fazendo. Na gravação, Alice ia apresentando sua

casa de boneca, mostrando em detalhes a cozinha, a sala, o quarto e cada brinquedo. Em seguida, elas discutiram como fariam a despedida do vídeo. Alice se despediu para a câmera dizendo: “Bom, pessoal, espero que vocês tenham gostado. Esse foi o vídeo da minha casa de boneca. Não deixem de se inscrever no meu canal, deixar o seu *like* e me seguir nas redes sociais!”

Elas nomearam o vídeo de “Tour pela casa de boneca”. Notei que a irmã de Alice além de filmar é quem edita o vídeo através de um aplicativo de edição pelo próprio celular. Esse seria um provável vídeo para seu canal no YouTube. Assim como os vídeos de desafio, histórias e *vlogs*, Alice demonstrou também estar na expectativa de mostrar este da casa de boneca para a mãe para, quem sabe, poder publicá-los no YouTube. Diferentemente dos vídeos de dublagem e de efeitos produzidos respectivamente nos outros aplicativos de vídeo, esses vídeos foram pensados e produzidos para serem postados no YouTube.

Pesquisadora: Você falou da outra vez que fica cheia a sua memória do celular, e que às vezes você tem que apagar. Que vídeo assim, que você não apaga de jeito nenhum, aquele que você quer que fique lá pra sempre?

Alice: Os dois! (da sereia e da fada)

Pesquisadora: Por que eles são especiais?

Alice: É porque são os únicos vídeos que são, na verdade, eu tinha outros vídeos que eu também não queria tirar e acabou tirando. Mas esses vídeos são especiais pra mim porque eu já fiz tudo com eles.

### 3.4 – Diana

Diana tem 12 anos de idade, cursa o 7º ano do ensino fundamental em uma escola particular e mora com os pais, os dois irmãos mais novos e o avô na zona sul da cidade do Rio de Janeiro. É irmã mais velha de Alice que também participa da pesquisa.

Diana assiste a vídeos com muita frequência no YouTube pelo celular dos pais ou da irmã, ou pelo computador, mas não todo dia por conta dos deveres da escola. Além de acessar o YouTube, ela também usa esses aparelhos eletrônicos para jogar. Segundo ela, só assiste televisão quando

está de castigo: “Quando eu estou com o meu computador, aí, é só computador.

Já criou vários canais no YouTube e os apagava a cada vez que se arrependia das publicações, dos nomes ou não tinham visualizações. Seu último canal foi excluído por ordem de sua mãe quando descobriu que a filha publicava vídeos *na internet*. Na época de nossa primeira conversa, Diana estava em fase de negociação com os pais sobre um provável novo canal, porém com algumas condições: ela teria que criar e apresentar um projeto do que seria o seu canal para a mãe e os vídeos só poderiam ser postados depois da aprovação dela.

Diana: Agora eu tô pensando em criar um canal, mas levar mais a sério ele.

Antes de excluir o último canal, chegou a publicar tutoriais de maquiagem, histórias com bonecas Barbie e jogos de “desafios”, temas muito populares no YouTube. Segundo ela, esses tipos de vídeos que costumava gravar e postar não eram o que ela gostava de fazer. O que ela contou é que filmava com a câmera de seu antigo celular cuja imagem e som não lhe agradavam. Além disso, considerava baixo os números de visualizações dos vídeos o que também a levava a deletados. Esses fatores lhe desanimaram a continuar com o canal. Todos os vídeos que havia feito acabaram perdidos no celular antigo. Desde então, ela não grava mais vídeos próprios, apenas filma para a irmã mais nova.

Os vídeos que possui arquivados são feitos com a câmera do celular da irmã feitos com os dois irmãos mais novos. Diana me mostrou diversos vídeos que fez com os irmãos mais novos como jogos de desafios, de histórias e *vlogs*. Em um dos vídeos, o desafio consiste em vedar os olhos de cada um por vez e ser desafiado a comer um ingrediente aleatório que é mostrado para a câmera pelos demais. A criança diz “sim” ou “não” sem saber o que terá que provar. Pedi que ela me mostrasse exemplos de *vlogs* e ela abriu no celular da irmã um vídeo gravado por ela no carro. Ela apresenta as pessoas que estão no carro, o pai dirigindo, a mãe no banco do carona, os irmãos e ela no banco de trás. Ela diz para a câmera que estão indo ao teatro. Elas e os irmãos fazem

caretas e mandam beijo para a câmera. Ela disse que não postaria esse vídeo, pois foi gravado “do nada”. Um vídeo seu para ser publicado não pode ser feito espontaneamente, sem preparado e roteiro. Afinal, para postar vídeos em um canal próprio precisa ser “levado a sério” e os vídeos que faz com os irmãos são levados mais na brincadeira.

Assim como a irmã mais nova, Diana também expressou muito desejo em voltar a ter um canal apenas seu. No entanto, não grava mais vídeos por conta da baixa qualidade da imagem e som do celular da irmã celular que ela utiliza. Ela espera que a câmera do pai que quebrou seja consertada, ganhar seu próprio computador e as férias para recomeçar seu novo canal com as ideias atuais. Como Diana não tem um canal no YouTube, ela não vê sentido em fazer vídeos. Ela tem produzido mais vídeos com os irmãos, especialmente com sua irmã como ela conta:

Diana: Eu sempre to gravando pra Alice, porque a Alice, acho engraçado porque ela tem potencial. O problema é que se ela não tiver uma direção ali, o vídeo dela vai ter meia hora e ela não vai chegar ao ponto. Eu quero encurtar e fazer dela uma *youtuber*.

Em muitos momentos, ela demonstrou essa atenção com a produção de vídeos da irmã, de como gosta de filmá-la e editar os vídeos que ela faz sozinha. Embora a irmã também não tenha canal, nem publique ou compartilhe vídeos *online*, a relação que ela tem no processo de produção de vídeos com a irmã me pareceu estar muito relacionada ao YouTube.

Por um momento, Diana esteve presente na conversa que tive com sua irmã quando esta me mostrava seus vídeos pelo celular. Muitos dos comentários e reações de Diana durante os vídeos da irmã mais nova foram pertinentes para refletir sobre sua própria relação de consumo com o YouTube e, por isso, não pude deixar escapar. Registrei os seguintes comentários de Diana enquanto assistíamos: “Eu editava essa parte”, “Eu teria cortado isso”, “Nossa, eu teria feito diferente.” Em um dos seus vídeos, Alice diz: “Não deixe de se inscrever no meu canal e não se esqueça de deixar o seu joinha.” Ao que Diana comentou: “Ela só põe assim pra gravar e vai inventando.” Em outro

vídeo de Alice parece feito por um aplicativo *Talking Ben* de um cachorrinho que repete o que o usuário fala e Diana comenta: “Ela não tem assunto”.

Diferentemente de Alice, Diana não costuma filmar tudo o que faz no seu dia-a-dia e o tempo todo, como ela mesma quis deixar claro. Ela admitiu que grava vídeos bem menos que a irmã que está sempre filmando alguma coisa com o celular. Para ela, é importante organizar bem as ideias do que gostaria de fazer em um vídeo e pensar no que falar diante da câmera e elaborar bem elementos técnicos como iluminação, som e edição.

Diana gosta de canais *teen*, como ela mesma classificou. Em nossa conversa, recordei com ela seus comentários enquanto assistíamos aos vídeos da irmã. Segundo Diana, a irmã tem outro estilo de gravar vídeos porque ela assiste outros tipos de canais.

Diana: Gosto de fazer negócio pra pessoas tipo teens, como eles usam atualmente, sabe? Ah, youtuber teen sabe, quer dizer, gravar pra essas pessoas. Ela não, tipo, ela já faz pra pessoas da idade dela, sabe?

Ela citou os *youtubers* Kéfera, Nomegusta, Christian Figueiredo e Coccioelo para dar exemplos do que seriam, na sua percepção, canais *teens*. Como ela me explicou, são jovens de vinte e poucos anos que falam diretamente para a câmera abordando temas como virgindade, homofobia, primeira vez, *bullying* e puberdade de formas bem-humoradas. Para Diana, são canais que tratam de assuntos que interessam a pessoas de sua idade, e não para a idade da irmã. Ficou claro que Diana não se reconhece mais como criança. Ela quis deixar bem nítido essa diferenciação entre ela e sua irmã. Os canais que ela assiste se difere dos da irmã, assim como o modo de fazer vídeos, de se comportar frente à câmera.

Achei interessante quando chamei sua atenção para o fato de que seus canais favoritos não são feitos por pessoas de sua faixa etária. E lhe questioneei sobre os temas que ela gosta de assistir no YouTube e se inspira para criar ideias que são encontrados em canais de pessoas jovens, porém adultas. Este é o momento em que nós pesquisadores somos pegos de surpresa pelos interlocutores, na espera que vamos fazê-los refletir sobre o que dizem, quando somos nós que somos colocados na parede.

Diana: Eles não fazem vídeos para a faixa etária deles.

Ela quer ser alguém que fala para pessoas da sua própria idade, uma fase de transição entre o ser criança e o adolescente. E são esses canais que ela toma como referência para gravar seus vídeos e para pensar no canal que pretende criar. Percebi que ela tem muitas ideias do que gosta de gravar, do que gostaria de postar e sobre o que pensa sobre ser *youtuber*. Diana vem pesquisando bastante no próprio YouTube, vídeos que ensinam técnicas e dicas de edição, programas e como ter sucesso nesse ambiente virtual.

Diana: A gente (ela e a irmã) fez um que eu postei no canal, mas, depois eu tirei. Não deu muito certo. Teve visualização... o que? Dos meus amigos.

Pesquisadora: Mas, por que não deu certo?

Diana: Eu tava com uma câmera meio ruim, eu não tava muito inspirada pra fazer, eu tava fazendo o tipo de vídeo que eu não gosto de fazer, sabe?

Pesquisadora: Aí, você excluiu o vídeo?

Diana: Excluí! E aí, o nome do canal... Jesus! Tava horroroso, tipo, Di TV. Tava um nome muito comum. Eu quero um nome impactante, tipo o nome dele, do cara é Gustavo, nomegusta (canal do YouTube). Ficou interessante esse nome, por quê?

Pesquisadora: Com a parte do nome dele, né!

Diana: É, e também tipo, não é "nome: Gusta", sabe? Eu achei isso muito interessante: 5minutos (canal da Kéfera). Eu quero ter um canal assim: Com um nome! Eu quero começar bem! Eu tô muito indecisa com o nome porque nome é uma coisa que você tem que pensar pra criar o canal. Porque se você colocar o nome, por exemplo... Vamos supor que eu vou colocar assim, Florzinha 321. Quando eu ficar um pouquinho mais velha e postar vídeos mais maduros vai ficar esquisito Florzinha 321.

A criação do nome para seu canal também é um aspecto de muita importância pois é a forma que ela vai se identificar no YouTube e, novamente, a preocupação com a maturidade. A meu ver, Diana estava muito focada em pensar no canal que gostaria de abrir e esse planejamento passa por um cuidado em não ser mais criança, ou não estar no lugar de criança no YouTube. Além do nome de identificação, era muito recorrente em sua fala, ela apontar elementos percebidos por ela em canais do YouTube como a qualidade da imagem, do som, luz, edição e a desenvoltura do *youtuber*, que faz parte desse processo de elaboração do canal que quer criar.

Diana: Uma coisa que eu acho muito engraçado, é quando as pessoas não fazem... Lógico que os primeiros vídeos não vão ser páh, os melhores, mas você vai ganhando experiência sempre. E uma coisa que eu, cara, eu tenho que falar pra todas as pessoas que querem ter um canal no YouTube. Ter uma ótima edição no vídeo, uma ótima iluminação, uma ótima qualidade, não vai fazer do seu vídeo bom! Quer dizer, vai sim ter alguma parte boa, porque as pessoas vão ter um áudio bom assim, sabe? A qualidade da câmera pode ser uma bosta, bosta mesmo, e tudo embaçado. Se o cara tiver um assunto interessante, for engraçado, tem entretenimento, ele vai ganhar visualizações!

E mais uma vez eu iria ser surpreendida por Diana sobre suas pretensões no YouTube. Pedi que me falasse como ela iria por em prática todas as ideias que ela havia discorrido em nossas conversas, quando finalmente estivesse de férias e com uma câmera nova de boa qualidade. Confesso que a resposta não estava próxima de nada que eu estivesse esperando de nenhuma das crianças na pesquisa.

Diana: Eu quando sento e ponho aquela câmera na minha frente e começo a falar... Quando eu sento e começo a falar, eu gosto de falar de assuntos, de expor a minha opinião. Por exemplo, quando a câmera voltar, eu já sei qual vai ser meu primeiro vídeo que vai ser sobre machismo e feminismo, que é uma coisa que, sabe... Eu sou feminista, mas eu sou uma feminista diferente, sabe?

Ela quer fazer *vlogs* que, segundo ela, é uma forma de filmar falando diretamente para a câmera sobre variados assuntos com humor. O feminismo é um dos temas que lhe interessam, e ela vê o YouTube como uma possibilidade de ser vista e ouvida sobre o que ela pensa. Não pude conter meu espanto que foi imediato ao ouvi-la falar que era feminista, de modo que ficou tão nítida minha reação que Diana riu. Eu falei que na sua idade provavelmente nem havia ouvido a palavra “feminismo”. Ela explicou que uma amiga na escola falava muito sobre essa questão e que vem conversando com uma prima e a mãe a respeito, além de pesquisar no próprio YouTube vídeos que tratam de feminismo e machismo. Para ela esse é um assunto sério, mas, segundo contou, pretende aborda-lo com humor e sem criar polêmica. Pedi para que ela

me dissesse o que ela pensava sobre feminismo, por que se considerava uma jovem feminista como ela mesma disse.

Diana: Eu acho isso um absurdo o cara pegar cinco... Pegar é uma gíria de hoje em dia... Eu acho que você sabe porque você é jovem. Então, eu acho que o cara pega cinco mulheres em uma festa, e aí ele é chamado de “o cara”, sabe? E a mulher pega cinco homens em uma festa é chamada de piranha!

Pesquisadora: Isso é machismo né?!

Diana: Isso é completamente absurdo porque se uma mulher quando pega cinco homens é piranha, o homem que pega cinco mulheres é babaca. Entende? E é isso que eu quero fazer, eu gosto de conversar. Por exemplo, esse negócio que na minha faixa etária de idade as pessoas já estão entrando na puberdade. Tem meninas que hoje em dia sabe, já tão sendo estupradas na esquina, tão sendo abusadas, tão sei lá, tão tendo relações sexuais antes da hora. Antes da hora entre aspas, né, porque esse negócio de idade não existe.

De fato, Diana tem pensamentos muito maduros para o que na visão *adultocêntrica* espera-se encontrar em uma criança. Ela abordou questões que passam pela sua visão de mundo, que lhe chamam atenção das quais ela quer falar. Mas esse falar passa por uma busca em ser visto, em como se colocar frente às telas globais da internet. Talvez todo esse cuidado na organização e elaboração de seu canal, em não repetir os mesmos deslizes com a qualidade da imagem, do som e fazer vídeos que “não são sua praia” tem a ver com sua pretensão em ter um canal. Diana vê o YouTube como uma ponte para tentar ser atriz e, conseqüentemente, buscar reconhecimento nessa profissão. Para alcançar esses objetivos, Diana precisa levar a sério seu canal, como ela mesma havia dito. Levar a sério é não fazer vídeos de brincadeiras como desafios, ter uma ótima qualidade na imagem, no som e na edição que só é possível com uma boa câmera.

Diana: O principal motivo do meu canal é botar minha opinião na internet para as pessoas verem outros pontos de vista. Não só aquilo da mamãe, papai, família e amigos. De outras pessoas por aí. Acho isso importante.

### 3.5 – Isaac

Isaac tem 9 anos de idade, está no 3º ano do ensino fundamental em uma escola pública e mora com os pais na região central da cidade do Rio de Janeiro.

Ele foi meu aluno no ano de 2016 e no segundo semestre do ano letivo ele me disse que tinha um canal no YouTube. O canal se chamava **Isaactns** e os vídeos eram sobre jogos e *vlogs*, como ele me definiu. Nessa época, registrei que o canal tinha 51 inscritos e o primeiro vídeo datava de abril de 2015, mas não havia informações de quando o canal foi aberto, nem o ícone de descrição que o próprio usuário faz sobre o canal. O canal tinha um grande número de vídeos publicados e a maioria dos vídeos varia entre 3 e 10 visualizações.

Isaac: Tem vários vídeos de jogos, Vlog que eu faço. Várias coisas tem lá no meu canal.

Assim como seus vídeos, ele criou o canal por conta própria. Foram principalmente os canais de jogos que lhe motivaram com a ideia de também postar vídeos no YouTube.

Isaac: Lá no *Roblox* (jogo eletrônico) tem um mapa que você joga. Aí, ninguém percebeu. A gente chega num posto ai tem assim um bandido. Não é estranho? Com a cara meio estranha. Aí, eu falei “ué, eu nunca vi isso aqui não”. Aí, eu achei legal para fazer um vídeo (sobre isso).

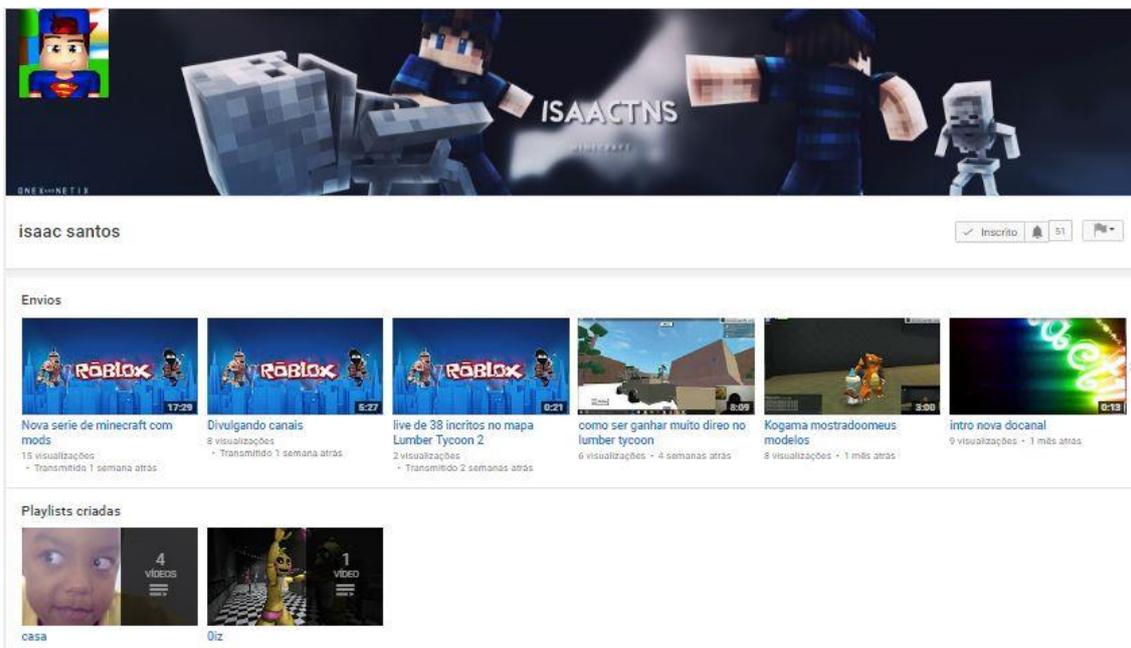


Figura 11 - Página inicial do canal de Isaac

Aso longo dos meses que segui seu canal percebi que ele o atualizava com novos vídeos toda semana. Os primeiros vídeos publicados eram gravações triviais em que Isaac ficava apenas saudando para a câmera com frases como “E aí, galera? Tudo bem, galera?”, diz aonde está e logo se despede. Isaac disse que esses vídeos foram gravados com o celular de sua mãe. Há também dois vídeos de apresentação escolar e outro de uma festa sua de aniversário. São esses vídeos caseiros que ele chama de *vlog*.

Os vídeos publicados em seguida eram dos jogos eletrônicos Roblox e Kogama, gravados pela própria tela do computador que Isaac jogava *online*. A arte na parte superior da página inicial traz a identidade de seu canal no YouTube: jogos eletrônicos. São esses tipos de vídeos que predominam em seu canal. Os vídeos de jogos não se resumem apenas a comentários sobre jogos, há vídeos em que ele apresenta modelos de *avatars* de um jogo, dicas sobre os jogos, divulgação de outros canais, tutoriais e transmissão ao vivo. Este último aspecto é uma função do YouTube também conhecida como *Live Stream*, como o nome diz, possibilita que seus inscritos o assistam no instante em que está sendo gravado sem interrupção. Essa prática é muito comum entre *youtubers* que publicam vídeos de jogos.

No dia em que fui à casa de Isaac para conversarmos, ele estava no computador jogando. Reparei que havia uma janela no canto com a imagem de uma outra criança. Isaac me explicou que era seu amigo, que estavam jogando juntos e eles sempre jogavam dessa forma, conectados ao Skype. Os vídeos de jogos são todos produzidos nesse contexto, ele está sempre conectado e combina *online* com algum amigo para entrar no ambiente virtual de determinado jogo. Isaac me mostrou que havia feito o *upload* de um programa que grava as atividades na tela do próprio computador e isso vira um vídeo. Ele contou que não sabe editar, por isso posta os vídeos inteiros na forma como eles foram gravados. Eu desconhecia esse modo de capturar as ações executadas da tela em forma de vídeo e foi Isaac quem me ensinou. Ele me mostrou o processo que fez para fazer o *download* do programa. Pelo o que entendi, é uma extensão que se encontra no ícone de aplicativos na barra de ferramentas do navegador *Google Chrome* e através da busca por “*screen capture*” aparecem opções de diferentes extensões para esta função. A extensão usada por Isaac é *Loom* e para utiliza-la ele precisa estar com a janela do navegador do Google aberta, ou pelo menos minimizada.

Pesquisadora: Mas como que você faz esses vídeos? É você jogando?

Isaac: É, como eu posso dizer.. Sim! Eu jogando ou às vezes é com meu amigo e às vezes é com a minha prima.

Pesquisadora: Eles vem aqui na sua casa?

Isaac: Não! A gente joga longe.

Pesquisadora: Ah, ele joga lá e você aqui? Mas como é que você grava o jogo? Não entendi.

Isaac: O gravador. Ele tem um negócio que ele compartilha tela do jogo, ou então eu posso compartilhar outra janela.

Embora o meu desconhecimento, pelos vídeos de jogos em seu canal é possível notar que todos foram gravados direto da tela do computador. Os vídeos mostram não apenas o jogo em si, mas eventualmente aparecem também janelas de conversas *online* pelo Skype de Isaac com outras pessoas, ele acessando *sites* de jogos eletrônicos, abrindo diferentes janelas, navegando pelo próprio YouTube, entre outras atividades no computador. Inclusive, há um vídeo em que é exibido rapidamente uma conversa em que ele está combinando com alguém de jogar *Kogama*. Nas transmissões ao vivo,

ele divulga o seu nome de usuário no Skype para avisar no seu canal que está *online* para conversar com seus espectadores. Entrar em contato com essas pessoas no *chat* tem como intuito o jogo.

Como Isaac está sempre conectado no computador jogando, ele costuma gravar esses jogos e tem muitos vídeos nesse formato. Ele disse que joga todos os dias, mas fica mais tempo assistindo vídeos de *gameplay* no YouTube. Isaac assiste a tantos vídeos dos seus jogos favoritos que uma vez se reconheceu num vídeo que viu aleatoriamente numa busca por *gameplay* de *Roblox*. Ele fez uma busca rápida pelo vídeo no YouTube para me mostrar e, pelo que pude perceber, ele já vinha assistindo àquele vídeo diversas vezes. No jogo, Isaac havia “matado” o avatar do usuário que havia postado o vídeo. Curiosamente Isaac me contou que depois de assistir ao vídeo ele criou outra conta no site do jogo com outro avatar e nome diferentes.

Isaac: Quando eu tava jogando, eu tinha matado ele sem eu saber.

Pesquisadora: Ele postou o jogo que você jogou com ele?

Isaac: Sim, mas eu não sabia que era ele.

Pesquisadora: Você conhece ele?

Pesquisadora: Só no YouTube. Na vida real, não.

Pesquisadora: E como você sabia que era você?

Isaac: Eu entrei aqui (no vídeo) e aí eu vi.

Pesquisadora: Você joga Roblox com uma pessoa aleatória, você não sabe quem é?

Isaac: É. Um montão.

Outro formato de vídeo que tem muitas publicações em seu canal são vídeos de introdução, a chamada “Intro” que são vinhetas sobre o canal. Ele também postou alguns vídeos ensinando como fazer esse estilo de vídeo, mostrando dicas do site que utiliza e como usa o editor do YouTube na produção das “Intro”. Quando estive em sua casa, ele entrou pelo computador no site através do qual faz esses vídeos. O site apresenta uma variedade grande de *templates* prontos em que o usuário pode colocar algum texto e som de fundo.



Figura 12 - Lista de Intro do canal de Isaac

O que Isaac mais assiste no YouTube são vídeos do jogo Roblox, que são exatamente os tipos de vídeos que ele mais produz para postar no seu canal. Ele também gosta de canais de *vlogs* e curiosidades, segundo disse. Durante nossa conversa, ele citou os canais Italo Matheus, Authenticames, Spok e Isaac do Vine. Este último foi o único que reparei que é feito por outra criança e é um exemplo de um canal de *vlog* que ele gosta. Os demais citados são voltados para jogos como *Roblox* e *Minecraft*.

Ele acessa o site YouTube todo dia pelo computador que fica na sala de sua casa e é utilizado também pelos seus pais. Na página de seu canal, há uma lista dos canais em que ele é inscrito. Como a quantidade é muita grande não pude entrar em todos, mas numa olhada superficial pelos ícones e abrindo alguns, posso dizer que a maioria apresentava como temática algum tipo de jogo. Isaac também assiste desenhos animados na televisão. Segundo ele, são desenhos que ele não encontra no YouTube.

Isaac afirmou que não acompanha os números de visualizações de seus vídeos no canal. Alguns vídeos têm comentários, mas ele nunca responde porque não conhece os usuários. Como ele contou, tem alguns amigos que também tem canal no YouTube sobre jogos. Muitos desses amigos ele não

conhece pessoalmente, apenas dessa rede virtual interligando YouTube, Skype e os sites de jogos.

### 3.6 – Samara

Samara tem 10 anos de idade, estuda no 5º ano do ensino fundamental em uma escola privada e mora com a mãe e a irmã mais nova no município de São Gonçalo, no estado do Rio de Janeiro.

Eu recebi a indicação de seu canal no YouTube em maio de 2016, assisti e acompanhei seus vídeos antes de nos conhecermos pessoalmente. O canal levava o seu próprio nome **Samara Pita** e, em minhas anotações iniciais ao pisar no território da criança no YouTube, registrei que ela abriu uma conta no site em maio de 2014, mas seu primeiro vídeo publicado é de maio 2016, que foi o período em que acessei seu canal pela primeira vez. O canal tinha 49 inscritos. Porém, apenas em dezembro desse mesmo ano que nos conseguiríamos ter um encontro presencial.

Samara: Eu particularmente só vivo no YouTube assistindo vídeos!

Nessa conversa, ela contou que tinha criado uma conta no YouTube apenas para se inscrever em seus canais favoritos. A partir de uma amiga que havia criado um canal, ela se sentiu motivada a criar o seu também. Samara sempre assistiu vídeos pelo YouTube e começou a produzir vídeos depois que resolveu abrir seu próprio canal. Porém, ela teve que convencer sua mãe que foi relutante em lhe dar permissão. A mãe lhe deu algumas orientações sobre os usos e cuidados no YouTube e todos os vídeos deveriam ser mostrados a ela antes de sua publicação no canal.

Figura 13 - Página inicial do canal de Samara

Quando comecei a segui-la no YouTube, seus primeiros vídeos publicados eram *gameplay*, isto é, gravações da tela de algum aparelho móvel que exibiam a própria criança jogando *The Sims* e *Minecraft*. Mas em seguida ela passou a publicar somente vídeos caseiros que ela classificou como *vlogs*, em que ela sempre conversava diretamente com a câmera sobre diferentes assuntos do cotidiano como, por exemplo, a roupa que estava usando para ir a escola, as capas de seu celular, brincadeiras com a irmã, um passeio no *shopping*.

Samara: Eu pensei que seria um pouco de cada coisa. Um pouco de beleza, um pouco de jogo. Até que minha mãe chegou e falou pra eu focar em uma coisa só, então deixei o jogo pra lá e foquei mais vlog.



Figura 14 - Vídeo publicado no canal de Samara

Samara disse que faz os vídeos sozinha, mas em muitos vídeos sua irmã também participa. Os vídeos de jogos, ela gravava e postava no YouTube pelo *tablet* ou pelo celular através de um aplicativo que grava as atividades da tela. E os *vlogs*, ela filmava, editava e publicava através do celular. Durante nossa conversa, Samara abriu o aplicativo em seu celular para me mostrar os recursos de edição desse aplicativo como colocar título, legenda, escolher músicas de fundo, entre outras funções. Sua amiga que havia lhe incentivado a ter um canal no YouTube foi quem lhe ensinou a usar esse programa de edição.

Ela também criou um canal chamado *Miga sua lokka* junto com uma amiga em paralelo a seu canal pessoal. Samara chegou a postar alguns vídeos divulgando e pedindo para os usuários se inscreverem nesse canal, mas ele acabou sendo desativado em poucas semanas. Samara disse que o canal estava associado à conta de sua amiga e, como elas não se encontravam com frequência desistiram de dar continuidade.

O que ela mais procura para assistir no YouTube são *gameplays*, histórias e comentários de jogos, os tipos de vídeo que ela começou a produzir para publicar no início de seu canal. Nem todos os jogos que ela gosta de assistir ela joga. Como, por exemplo, o jogo Minecraft ela admitiu que havia

parado de jogar, mas continuava assistindo séries feitas a partir desse jogo. Ela me explicou o que são essas séries, que são uma forma de narrativas criadas dentro do próprio jogo.

Samara: É assim, tem uma série, *Minecraft vida*, que tem vários personagens que são amigos dele e que jogam Minecraft. Eles entram num servidor e fazem o jogo como se fosse uma novela mesmo. Aí, tem edição, essas coisas assim!

Além de jogos, Samara gosta também de vídeos sobre beleza que trazem tutoriais de penteados, maquiagem e receitas caseiras. Ela não assiste apenas os canais em que é inscrita e ela me explicou como funciona a dinâmica de encontrar outros vídeos e canais para assistir.

Samara: Eu busco os canais que eu sou inscrita. Às vezes, eu recebo até, vamos supor assim, que a *Moonkase (youtuber)* recomenda pra mim assistir. Recomenda pro pessoal que é inscrito dela e assistiu o vídeo, recomenda um canal. Eu gosto, aí, vou e me inscrevo! Às vezes alguém grava vídeo com ela e eu gosto do jeito dessa pessoa, aí vou buscar o canal dele.

Além de morar em outro município, aconteceram muitos imprevistos que dificultaram um encontro. Sua mãe acabou sendo nossa intermediária nesse período de 7 meses buscando uma conversa pessoalmente com ela e me falava o quanto a filha estava empolgada em participar da pesquisa. Quando finalmente nos conhecemos, Samara demonstrou muito entusiasmo e disponibilidade em participar da pesquisa. Ser minha interlocutora nessa pesquisa trazia uma importância ao que ela estava fazendo no YouTube, afinal, aquela distração poderia ser algo significativo. Ao final de nossa conversa, ela me pediu para gravar um vídeo falando sobre isso. No dia seguinte, o vídeo foi publicado em seu canal.

Samara: Quando você começa, no começo os vídeos são um pouco ruins, né? Eu achava que eu chegaria logo já arrasando nessas coisas, com edição maravilhosa, qualidade maravilhosa. Mas aí, eu descobri que não era assim, que vinha aos pouquinhos, aos pouquinhos... Eu acho que todo mundo quando começa um canal quer um canal grande. Pô, eu não vou dizer que eu não quero ter meu trabalho reconhecido porque eu quero. Sim! Mas a minha intenção é ser o que eu sou no YouTube, não forçar o que eu não sou, ser eu mesma.

O pessoal descobre quem a gente é e o que dá motivação pra ir viralizando essas coisas assim.



Figura 15 - Vídeo publicado no canal de Samara

Durante o período em que eu apenas acompanhava seu canal, Samara iria me causar alguns desconfortos na condição de pesquisadora-seguidora. O primeiro deles foi no mês de setembro de 2016 quando ela apagou sem aviso todos os vídeos do canal. Eu havia notado alguns comentários de pessoas criticando a qualidade de seus vídeos e suspeitei que isso poderia ter-lhe afetado. Em nossa conversa alguns meses depois, ela iria me confirmar isso. Já em novembro, tive a surpresa de perceber que ela havia voltado a atualizar seu canal com novos vídeos. No mês seguinte, em dezembro, nós finalmente conseguimos ter nosso encontro.

Samara: Eu recomecei ele há alguns dias atrás. Eu tinha parado porque o pessoal tava reclamando da qualidade do vídeo, porque o celular que eu gravava ele tinha morrido. Aí, a minha tia me emprestou um telefone, só que um telefone bem

antigo e ficava muito ruim a qualidade da imagem, essas coisa. E minha mãe, no sábado, me deu meu telefone novo antecipado do natal e aí eu comecei a repor os vídeos!

Mesmo depois de nossa conversa, eu continuei acompanhando semanalmente seu canal, assim como das demais crianças na pesquisa. E um mês depois desse encontro, ela postou um vídeo anunciando o termino do canal e em alguns dias o canal não estava mais publico e todos os demais vídeos tinham sido apagados.

### 3.7 – Talita

Talita tem 10 anos de idade, está no 5º ano de uma escola pública e mora com os pais e os dois irmãos mais velhos na zona norte da cidade do Rio de Janeiro.

Ela tem um canal no YouTube chamado **comassim.png** e apenas no dia de nosso encontro em dezembro de 2016 que eu o conheci junto a ela. Quando recebi a indicação de Talita para a pesquisa, eu não consegui localizar o canal no YouTube, provavelmente por erro na grafia. Mas no dia em que conversamos, ela me mostrou seu canal e assistimos juntas aos seus vídeos publicados enquanto ela fazia comentários.

Talita: Eu assistia muitos vídeos no YouTube e isso me incentivou a criar um canal.

Talita criou o canal em junho de 2016 e na época de nossa conversa ele tinha 50 usuários inscritos nele. Ela grava e edita todos seus vídeos com o celular do irmão mais velho. Ela mesma faz as edições dos vídeos através de uma aplicativo que ela pesquisou em vídeos do YouTube.

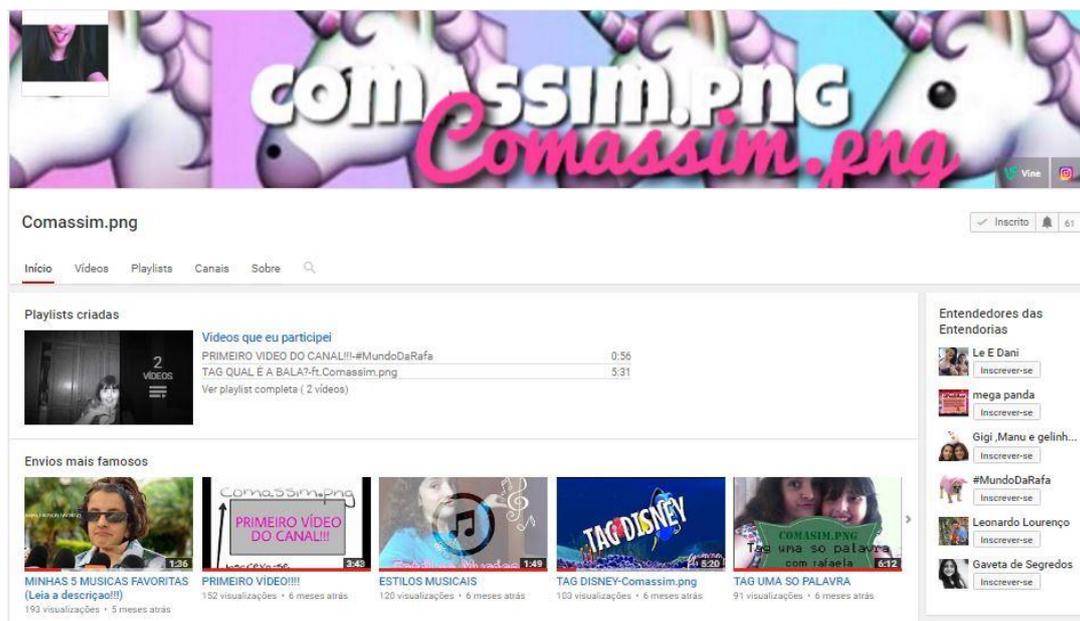


Figura 16 - Página inicial do canal de Talita

Antes do YouTube, ela publicava vídeos no *Vine*, uma rede social de vídeos muito curtos de até 6 segundos, mas não a usa mais porque, segundo ela, os pais a proibiram de usar depois que descobriram. Já com o YouTube, ela pediu autorização aos pais para criar um canal e antes de publicar cada vídeo, ela tem de mostra-lo para eles.

Talita: Eu posto de mês em mês. Porque eu tenho tempo pra fazer dever de casa, tenho tempo para estudar, tempo para jogar, tempo pra visitar minha prima. É muita coisa. Aí, eu acho que gravar vídeo de pouquinho em pouquinho é legal.

Ela produz seus vídeos sozinha ou com uma prima que também tem um canal no YouTube. As duas fazem muitos vídeos juntas sempre com referência a youtubers. Quando Talita grava um vídeo é para publicar em seu canal, mas nem todos ela posta.

Pesquisadora: Tem algum vídeo que você jamais postaria?

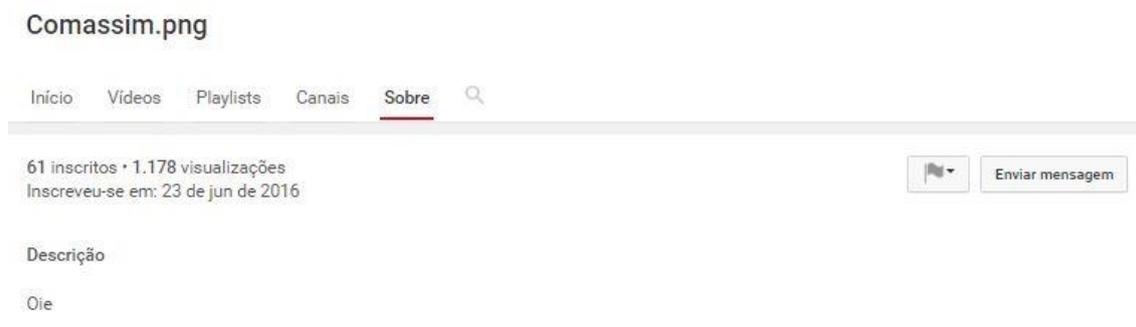
Talita: Sim. Eu acho que é um vídeo que eu e minha prima... É uma *tag*. São varias perguntas e a gente tem que responder, mas foram muitas perguntas. Eu acho que umas quarenta. E o vídeo eu achei muito chato.

Pesquisadora: E de onde vocês tiram essas perguntas?

Talita: Em sites. Eu vejo vídeos e, aí, eu pego o site que eles usaram.

Como a própria Talita disse, ela faz vídeos aleatórios sobre assuntos que lhe dão vontade de gravar. Em seu canal, ela apresenta vídeos falando sobre suas séries favoritas, suas músicas favoritas, sobre medo, filmes da Disney e algumas brincadeiras como “desafios” junto com a prima que participa em vários de seus vídeos. Assistindo aos vídeos, percebe-se ela traz conteúdos muito popularizados do YouTube, como o desafio da garrafa e *tags* (palavra-chave) como “10 fatos sobre mim”. Em todos os vídeos percebe-se claramente que há uma busca por humor em suas narrativas. Suas falas são rápidas e espontâneas e trazem sempre um tom de comédia, como ela mesma disse. Em todos os seus vídeos, ela faz uma saudação dizendo “Olá, meus *entendedores das entendorias não entendidas!*”. Esta parece ser a forma como ela se refere aos seus espectadores

No ícone “sobre” na página do canal, onde geralmente encontra-se a descrição sobre o tema do canal esta apenas escrito “Oie”, como vemos na imagem abaixo.



**Figura 17 - Ícone de descrição do canal de Talita**

Ter um canal no YouTube também envolve algumas estratégias de divulgação. Talita costuma entrar em canais famosos e deixar nos comentários o link do seu canal. Ela faz o mesmo na sua página pessoal do Facebook, compartilhando para amigos e familiares.

O que Talita mais assiste no YouTube são vídeo de *gameplay* e comédia, como ela disse. Os canais de jogos que ela mais gosta são *Cellbit* e *Coisa de Nerd*, mas ela admitiu que nem todos os jogos que ela assiste ela joga. Os canais de comédia ela definiu como canais de *vlogs*, mas disse que

não sabia explicar o que é um *vlog*. Como Talita comentou, ela gostaria de fazer vídeos de jogos, que são os que ela mais gosta de assistir no YouTube. Como ela ainda não sabe gravar seus jogos, ela produz vídeos com os recursos que tem que são a câmera do celular e o aplicativo de edição.

Talita: Eu queria gravar *gameplay* só que eu não tenho como gravar a tela, eu não tenho webcam que é para pessoa me ver e editor pra computador. Também eu acho que é mais difícil, aí, eu ainda estou usando o celular.

Talita não acessa o YouTube todos os dias por conta dos deveres de casa. Ela se conecta ao YouTube através do celular, do computador ou da *smartv* e chega a ficar horas assistindo vídeos. Quando não está no YouTube, Talita assiste séries no Netflix. A televisão é a última opção para ela que admitiu não assistir programas televisivos e só busca esse aparelho quando os irmãos estão no computador ou no celular.

Há duas questões interessantes que surgiram tanto em sua fala em nossa conversa como também em seus vídeos. Uma delas diz respeito ao olhar profissional sobre o YouTube. Em seu primeiro vídeo do canal, ela anuncia o início do canal, explica o nome escolhido e fala no desejo em ser *youtuber*, em ser famosa através do YouTube. Outro fato, que sua mãe reiterou, diz respeito a como o YouTube a ajudou a melhorar sua timidez. Segundo Talita, ela era muito tímida e introvertida, mas ela atribui alguns canais como *Luba TV* como um dos fatores que lhe incentivaram tanto a superar a timidez e a fazer vídeos para o YouTube.

## 4 – CONSUMO E PRODUÇÃO DE VÍDEOS: LUGARES DE PERTENCIMENTO

Alguns elementos interessantes sobressaíram nas falas e nas produções de vídeos das crianças, de modo que constituem importantes fios a se deter no trabalho de análise. Dentre os aspectos recorrentes percebidos nas conversas com todas as crianças e em suas narrativas audiovisuais, destaco as categorias nativas que sobressaíram como elementos 1) o YouTube como principal mediador na produção de narrativas audiovisuais das crianças; 2) o caráter lúdico no consumo e produção com o YouTube; e 3) a perspectiva do YouTube pela lógica da fama.

### 4.1- YouTube como mediador nas narrativas audiovisuais das crianças

*Deixe seu joinha, compartilhe nas suas redes sociais e se inscreve no meu canal (TALITA).*

Esta epígrafe poderia ser nominada por todas as crianças que da pesquisa participam. Desde Mateus, Yuki, Samara, Isaac e Talita, que já publicaram vídeos em seus canais no YouTube, a Alice e Diana, - que não tinham canal - elas apresentaram em suas narrativas marcas que remetiam ao universo do YouTube. Há outros indícios em suas falas e produções, nem sempre tão explícitos, que levaram a perceber como os modos de narrar são perpassados por determinados elementos e sentidos criados nos usos e interações que elas faziam com o YouTube.

Uma dessas marcas se evidenciava na frase trazida na epígrafe acima que é usualmente pronunciada ao final de vídeos no YouTube. Um espectador frequente do site sabe que, em geral, os youtubers se despedem em seus vídeos solicitando às suas audiências que façam a inscrição no canal para acompanhar as atualizações de vídeos, além de clicar no ícone “gostei” para

avaliar o vídeo e para comentar. Fazer este tipo de apelo é um mecanismo muito usual para o canal a ser bem qualificado, ganhando destaque no site do YouTube.

Mesmo Alice e Diana que não publicavam vídeos, nem tinham canal no YouTube, pronunciavam esse pedido ao final de seus vídeos. Compreendo que essa era uma maneira quase automática de terminar uma gravação, em que elas estavam reproduzindo o que elas costumavam assistir com frequência.

Na pesquisa de Fernandes (2010) sobre o processo de construção de histórias por crianças, a autora também observou que elas buscavam elementos dos seus referentes de história para produzir suas próprias narrativas. Nesse sentido ela afirma que “os *primeiros pontos de apoio que encontra a criança para sua futura criação é o que vê e ouve, acumulando aspectos deles que logo usará para construir sua fantasia*” (p. 10). Da mesma forma, nessa pesquisa é visível que são os conteúdos que elas tem contato e os meios com que interagem com o YouTube que operam nos modos como elas produzem seus vídeos.

Outra característica nas produções das crianças que demonstra essa presença do YouTube em suas narrativas audiovisuais, é o aparecimento de temáticas ou formatos recorrentes. Temas como *vlog*, desafios e *gameplay* são alguns exemplos do que as crianças já narraram em seus vídeos e são muito populares no YouTube. Tanto os vídeos postados em seus canais, como os vídeos privados que assisti de Alice e Diana traziam marcas desses formatos.

Ao realizar buscas no site do YouTube pelos canais e vídeos que as crianças disseram gostar de assistir pude notar como grande parte das produções delas se aproximavam ou reproduziam nitidamente os conteúdos desses meios que, em geral, eram canais ou vídeos de muita repercussão no YouTube. Yuki foi a única criança que escapava dessa lógica de criação, tendo em vista a intervenção da mãe nas suas produções audiovisuais. No entanto, quando ele gravou um vídeo por conta própria – sem intervenção da mãe - acabou indo na mesma direção, reproduzindo a narração de um *gameplay*.

Fernandes (2010) - inspirada em Vigotsky - chama a isso de *atividade de combinação criadora*, já que as crianças nunca estão criando algo completamente novo e original, mas reprocessando um conteúdo já existente.

Assim, também entendo que as crianças não estão buscando reproduzir com exatidão o que assistem ou gostam no YouTube. Não é fazer uma cópia fiel que lhes interessa. Ao trazer um tema ou formato de um vídeo do próprio YouTube, elas estão estabelecendo uma relação ativa de atualizar a sua maneira esse tema, torna-lo próprio.

Em seus relatos, elas não escondem que tomam como referência seus *youtubers* ou canais favoritos para fazer seus próprios vídeos. Todas explicitam claramente que começaram, ou fazem vídeo a partir dos usos com o site. O próprio YouTube com as suas possibilidades de interação, de compartilhamento e repositório de vídeos é colocado como incentivador para produzir vídeos, para ter um canal. As produções culturais com as quais as crianças estão interagindo no YouTube são seus principais referentes na mediação de suas próprias produções. A fala de Mateus é bem objetiva quanto a isso:

Mateus: Eu vejo em outros canais (para gravar um vídeo). Tem um chamado “rezendeevil” que eu gosto muito, ele é bem famoso. Às vezes eu pego algumas ideias parecidas, aí eu começo. Eu acho que eu inspirei meu canal nele. E os raps eu me inspirei também em um canal chamado “7 minutoz” que é brasileiro, e ele canta rap e faz um montão de raps. Eu também comecei por causa dele. Eu vejo outros canais que eu nem conheço pra ver se tem alguma ideia assim boa pra eu fazer, e eu gravo, mando e por aí vai. Quem sabe eu até faço vídeos parecidos, tipo, o cara gravou ele fazendo uma pegadinha aí eu faço uma pegadinha parecida.

Embora ele diga que busque ideias em outros canais para criar seus vídeos, esse processo de produção diz mais sobre pertencimento do que inspiração como ele sugere. Ao transpor um conteúdo, uma ideia de um vídeo de um canal “famoso” para o vídeo que irá produzir, as crianças querem ser integrantes do que elas consomem. É neste sentido que as percebo como sujeitos interagentes, de acordo com o pensamento de Orozco-Goméz (2009), isto é, na interatividade com as telas os usuários têm a possibilidade de tocar e transformar seus próprios referentes. Nessa dinâmica de atividades com o YouTube, as crianças percebem que além de assistir seus canais e vídeos

preferidos, elas podem facilmente manipula-los, compartilha-los e recria-los a seu modo.

Alice: Eu comecei a fazer vídeo por causa do YouTube. Eu via Julia Silva, eu via várias pessoas. Aí, eu quis fazer.

Samara: O que me motivou a fazer os vídeos foi a internet mesmo. Eu assistia os vídeos e falava, nossa, como ele ou ela fica animado de fazer o vídeo! Parece que é tipo uma terapia, você *desestressa*... Gravar o conteúdo, essas coisas.

Isaac: Eu via vários vídeos assim de vídeos. Aí eu falei “ué, vou criar um canal” e criei.

Talita: Eu assistia muitos vídeos no YouTube e isso me incentivou (a criar um canal).

Como as próprias crianças apontam, o consumo de narrativas audiovisuais no YouTube no cotidiano delas é um fator anterior à prática de produzir vídeos. Não há dúvida de que elas produzem tomando como base as produções que elas têm acesso e se identificam. Sendo este ambiente virtual tão expressivo no cotidiano das crianças, o YouTube e as produções nele difundidas acabam ocupando lugares privilegiados de mediar o que elas produzem audiovisualmente.

De acordo com Canclini (2010), o consumo é uma prática cultural que serve para as pessoas se distinguirem e, ao mesmo tempo, se organizarem no emaranhado de redes culturais em que vivem. É como pertencer a um clube, um grupo específico que vai lhe conferir uma identidade. O que entendo é que quando uma criança grava um vídeo ou posta um conteúdo, ela passa a integrar uma rede de representação de seu interesse. Ela quer agregar para si o valor que atribui a determinadas produções culturais, é como se a criança se tornasse membro daquele grupo. Consumir é dizer quem somos. As crianças dizem em suas produções como elas querem se diferenciar neste espaço virtual, de que comunidade elas querem fazer parte e fazem isso através dos vídeos que criam.

Canclini (2010) afirma que as formas mais tradicionais de pertencimento como as nações e etnias estão se diluindo frente às comunidades de consumidores. O consumo de objetos, informações e bens simbólicos é o que

vem cada vez mais estruturando as sociedades. No consumo de vídeos no YouTube, as crianças criam e também compartilham sentidos coletivos. A regulação dos comportamentos, gostos e do próprio meio não é imposta ou pronta, mas construída permanentemente através dos movimentos de produção e circulação que os usuários fazem. Por isso, consumir vídeos envolve atos racionais o que corrobora com a ideia de que a recepção nunca é isolada e individual, mas acontece em diferentes momentos e contextos e de forma coletiva.

Como já foi discutido, as audiências não podem ser mais vistas e tratadas como receptoras passivas numa condição comunicacional em que ao interagir com as novas mídias elas podem se situar em papéis ora usuários, ora produtores, ora emissores (OROZCO-GOMÉZ, 2009). Nas práticas de uso do YouTube, não basta ser espectador, o ato de apenas assistir é pouco porque elas sabem que podem estar na posição de quem também gera e difunde imagens. É nessa lógica de interação com o YouTube que as crianças assumem lugares de usuários que também são colaboradores, produtores e disseminadores de conteúdos midiáticos.

Por isso Canclini (2010) afirma que o consumo deve ser pensado ao lado da cidadania, uma vez que nas suas práticas de consumo os sujeitos assumem papéis ativos e críticos, capazes de intervir na produção de objetos e bens, além de reapropriar seus usos e significados conforme suas necessidades, desejos e gostos. Com isso, pode-se considerar que o consumo do YouTube “é parte da cultura de uma sociedade em que consome-se não somente produtos, mas ideias, informações, sentidos e pertencimentos” (FERNANDES & DALETHESE, 2015, p. 131).

#### **4.2 – Filmar é brincar: o caráter lúdico com o YouTube**

Tomando estas reflexões sobre o consumo como lugar de pertencimento e apropriação, a brincadeira também surgiu como uma dimensão para as narrativas que elas criavam na interação com o YouTube. Para Fernandes, (2012), “uma das primeiras formas de consumo de encontro das coisas com as

peças revela-se na brincadeira (p. 78)”. O primeiro indício que me levou a pensar na possibilidade de que em muitas vezes as crianças estariam apenas brincando, foram os vídeos de Alice. Reproduzir gestos, frases e formatos de vídeos do YouTube são traços característicos de um faz-de-conta. O papel que a televisão exercia outrora de alimentar a cultura lúdica das crianças, como foi observado por Brougère (2001 apud FERNANDES, 2012), leva-nos a acreditar que esteja se direcionando com mais força para o YouTube.

Alice: Às vezes eu finjo que to gravando vídeo. Eu vejo gente fazendo novelinhas... Uma vez eu brinquei... eu finjo que to gravando vídeo. Aí eu fingi que a Bel para meninas (uma youtuber) tava comigo. Acho que você conhece, né? (não conhecia). E a Julia (também uma youtuber). Aí, eu tava gravando vídeo, aí eu sonhei com isso.

Esse relato de Alice traz indicativos do aspecto lúdico do filmar que, por sua vez, está imbricado nas relações da criança com o YouTube. Como Brougère (1998) ressalta “a cultura lúdica se apodera de elementos da cultura do meio ambiente da criança para aclimata-la ao jogo” (p. 22). Portanto, o YouTube também participa das brincadeiras e da imaginação das crianças. O consumo de vídeos no YouTube é o substrato do filmar, da brincadeira. Assim como elas associam o consumo de vídeos nesta plataforma ao ato de brincar.

Outras falas também apontam essa relação para as crianças entre a prática de fazer vídeos e a ludicidade.

Isaac: Eu sempre brinco nos vídeos, faço algumas coisas legais, várias coisas que eu faço de brincadeira. Filmo uma brincadeira. Uma vez eu gravei uma brincadeira, mas eu não postei.

Samara: Eu tipo que tinha aquela brincadeira de pegar o telefone e gravar, ver como é que ficou e deletar. Eu não precisava ta gravando, mas eu falava sozinha pra praticar, entendeu? Porque eu tinha o sonho de abrir um canal.

Talita: Eu só faço vídeo por diversão mesmo. (...) Eu gosto do YouTube porque ele é um... pra mim é uma rotina. Sempre que não tenho nada para fazer eu vejo YouTube e perco o meu tempo.

As crianças fazem essa relação entre o filmar com o momento do brincar, do lazer. Assim como a produção, o consumo de vídeos no YouTube também é tratado nesse aspecto da brincadeira, do divertimento. Produzir vídeos, ter um canal no YouTube não são tarefas, exigências protocoladas, por isso é uma diversão, como Talita diz, e pode-se ficar simplesmente “praticando” sem compromisso como Samara. O YouTube faz parte do momento do seu dia em que elas se permitem “perder tempo”. É interessante notar como as crianças sempre ao falar de seus vídeos, do processo de suas produções fazem relação com o YouTube e suas demandas. Ao falar de uma brincadeira que gravou, Isaac se justifica que não a publicou. O sonho de ter um canal no YouTube era o que impulsionava Samara a brincar, como ela mesma disse, de gravar vídeos com o celular.

E brincar é sair provisoriamente das significações da vida cotidiana, manter uma certa distância em relação ao real, como diz Brougère (1998). O faz-de-conta é uma ruptura, suspender temporariamente os sentidos impostos na vida cotidiana. E nessa relação, nesse jogo, a criança parece aceitar abandonar sua realidade provisoriamente pelo prazer da experiência de criar um universo paralelo à realidade a sua volta. O que pode ser visto como atividade descompromissada se torna uma possibilidade que a criança tem de dar significações próprias ao universo de vídeos do YouTube. Nesse sentido, o faz-de-conta é um espaço-tempo que ao mesmo tempo afasta, mas a coloca no lugar de membro desse universo.

O consumo de vídeos no YouTube se prolonga para a brincadeira, para a fantasia. Gravar vídeos é uma brincadeira, assim como o YouTube também é uma brincadeira. Mesmo quando não estão assistindo a vídeos neste espaço, elas estão sempre se remetendo a linguagens, gestos, falas e conteúdos característicos do YouTube em suas gravações/brincadeiras. Brincar de filmar, gravar uma brincadeira, brincar no vídeo, como as crianças dizem, são maneiras de trazer o YouTube para si.

A interação entre as duas irmãs, Alice e Diana, é bastante interessante nesse sentido. Ambas assumem diferentes posições nas produções que realizam juntas. Diana não quer que seus próprios vídeos sejam como os da irmã caso venha a criar novamente seu provável canal. Por outro lado, ela

gosta de comandar a irmã nos vídeos dela, assumindo um papel de direção, uma maneira clara de participar dos vídeos, embora ela não queira estar associada a eles no YouTube.

Pesquisadora: A Diana gosta de te filmar, né?

Alice: É! Sim!

Pesquisadora: Mas você pede pra ela te filmar ou ela que se dispõe?

Alice: Ela sempre quer que eu filme.

Pesquisadora: Ah, ela também põe pilha pra você fazer alguma coisa, né?

Alice: É, ela sempre quer que eu filme. Ela me forçou a filmar isso!

Pesquisadora: O que? A da sereia?

Alice: Não, a da casa.

Pesquisadora: Ah, esse da casa da boneca?

Pesquisadora: Por que você quer fazer da Alice uma YouTuber?

Diana: A Alice ela sempre quis ser.

Pesquisadora: Você quer ser uma Youtuber, Alice?

Alice: Sim!

Diana: No YouTuber mirim, né! E aí, minha mãe nunca deixava porque ela achava ela pequena. Aí, eu falei assim, eu vou tornar o sonho dela realidade. Eu acho uma coisa legal porque ela é uma daquelas pessoas que já se sente a famosa, então... Ela é uma figura! Seria bem interessante ver ela aí rodando na internet!

O tipo de vídeo que as crianças apresentaram como “Desafios” são os mais expressivos no que tange ao caráter lúdico do filmar. Os desafios são uma espécie de jogo que consiste em propor tarefas para alguém fazer algo, podendo receber uma punição ou não se acertar ou errar. Para tanto, o desafio só faz sentido se gravado em vídeo, se for visto. Há uma variedade de vídeos nesse formato que as crianças da pesquisa fizeram que publicaram em seus canais, ou tinham arquivados no celular ou no computador e me mostraram. Nos canais de Talita e Mateus foram publicados vídeos do “Desafio da garrafa”. Esse tipo de vídeo circulou muito pelas redes sociais e seu objetivo é arremessar uma garrafa plástica com água em diferentes tipos de superfícies deixa-la cair em pé. Quando o propósito é alcançado, as crianças fazem um gesto de esticar os braços para o lado num ato de comemoração do feito.

Talita e Samara tiveram publicados vídeos intitulados “Uma palavra uma música” que consistia numa brincadeira de sortear uma palavra e cantar uma

música com ela. Talita fez a brincadeira junto com uma amiga e Samara fez junto com sua irmã. Alice e Diana tinham alguns vídeos nesse estilo, alguns apenas com as duas juntas e outros com a participação do irmão mais novo. Um dos vídeos com ele, foi chamado de “desafio da comida”. O desafio consistia em ser desafiado a comer um ingrediente aleatório com os olhos vedados. A criança diz “sim” ou “não” sem saber o que terá que provar.

Diana me explicou como é um dos vídeos/jogos que fez:

Diana: Um vídeo que eu acho muito interessante “**Uma palavra e uma música**”. Por exemplo, eu escrevo uma palavra, vamos falar assim, é... “Antes”! Aí, você tem que falar uma música que tenha “antes”. Aí tem que cantar, por exemplo: “ainda”! Ainda bem, amor, eu encontrei você... (cantando)  
 Pesquisadora: É tipo uma brincadeira, né?  
 Diana: É, e se ela não conseguir, leva uma tortada na cara!  
 Tortada é o que? Chantili! Você enche de chantili e pah!

Isaac tem um vídeo em seu canal do “desafio do limão” que fez com os primos. Nada mais é do que chupar um limão para a câmera. Mateus contou em um momento que os vídeos de desafios são os que ele costuma fazer quando está na companhia de amigos, quando não grava vídeos sozinho.

Mateus: Eu faço a maioria sozinho. Eu falei que eu gravava alguns vídeos com meu amigo Nicolas, que na maioria das vezes ele até vem aqui em casa. Eu até fiz um vídeo com ele, que era o desafio do “**tente não rir**” que a gente fez lá no play. Não consegui mandar (para o YouTube) por causa que sem querer eu excluí o vídeo. Mas se mandasse ia ficar legal!

Em todos os vídeos de desafio que assisti das crianças, elas estão se divertindo, cantam, dançam, fazem imitações, caretas e riem de si mesmas. Estão brincando e nesses jogos lúdicos que elas mesmas criam, acabam expressando sentimentos que variam de alegria, euforia, angústia e ansiedade, além de capacidades de criatividade e imaginação. São vídeos improvisados, não há roteiros predefinidos e se desdobram conforme os sentidos que as crianças vão dando ao jogo de acordo com suas experiências anteriores.



EU SOU O DEUS DO DESAFIO DA GARRAFA! (Com o meu rosto!)

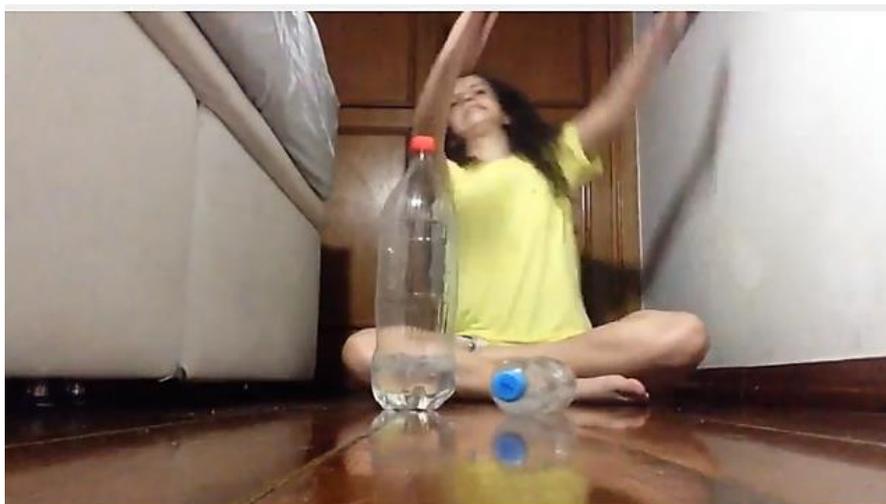


PLAYERIRON MAIDEN

Inscrito 103

13 visualizações

**Figura 18 - Vídeo publicado no canal de Mateus**



WATER BOTTLE CHALLENGE E OLHA NO QUE DEU-ft. Rafa



Comassim.png

Inscrito 48

49 visualizações

**Figura 19 - Vídeo publicado no canal de Talita**

Assim como numa brincadeira, as crianças têm a possibilidade de nos seus vídeos conduzirem os “desafios” a partir de suas regras, suas vontades e interpretações. Brougère (2001) chama a atenção para o caráter social e cultura que envolve toda brincadeira no entendimento de que brincar não é

algo nato da criança, mas algo apreendido a partir de estímulos do meio social em que ela está vivendo.

A criança está inserida, desde o seu nascimento, num contexto social e seus comportamentos estão impregnados por essa imersão inevitável. Não existe na criança uma brincadeira natural. A brincadeira é um processo de relações interindividuais, portanto de cultura. É preciso partir dos elementos que ela vai encontrar em seu ambiente imediato, em parte estruturado por seu meio, para se adaptar às suas capacidades. A brincadeira pressupõe uma aprendizagem social. (BROUGÈRE, 2001, p. 97).

Todo contexto no qual a criança está imersa e atua, seja nas relações interpessoais, na escola, na família, no bairro, atravessa de alguma forma os modos de significação para criar a sua cultura lúdica. Na brincadeira elas têm a possibilidade de ser autoras.

Pesquisadora: E por que você gosta de fazer vídeo?

Alice: Porque você pode fazer qualquer coisa no vídeo. Você não pode fazer QUALQUER coisa na brincadeira, porque tipo qualquer coisa às vezes não vai fazer sentido, sabe? Mas no vídeo você pode fazer qualquer coisa e é muito mais legal gravar vídeo do que só brincar, sabe? Eu também, às vezes eu brinco que to gravando vídeo porque... ah, é bem legal e é por isso que eu gosto!

É interessante notar como Alice em seu relato aproxima o ato de fazer vídeo com a brincadeira. Porém, como ela diz, na brincadeira há regras e devem ser combinadas e seguidas por todos que dela participam. O vídeo para ela vai além da brincadeira, porque o vídeo é a brincadeira à sua maneira, ela quem cria e dá sentido. É uma brincadeira criada no momento da gravação e vai se desdobrando ao longo do que ela vai inventando.

Assim como brincar, as crianças fazem vídeos o tempo todo, apesar de duas ainda não publicarem na Internet suas produções. Estão sempre com celulares, ou câmeras a postos para filmar imagens caseiras que trazem vestígios de suas culturas, suas identidades. Essa facilidade delas terem um aparelho de gravação de vídeo faz com que possam controlar e criar suas próprias representações do que assistem. No filmar, elas não estão apenas

reproduzindo conteúdos assistidos, mas estão também editando, controlando e atualizando a partir de suas experiências, interesses e criatividade.

Há de se reconhecer que há uma hegemonia de mensagens, temas e linguagens nas práticas de produção e recepção das crianças com o YouTube. Uma questão que fica nesse processo é a pergunta: que crianças conseguem criar um vídeo que saia dos formatos padrão do YouTube se até mesmo nas brincadeiras livres elas os reproduzem? Toda brincadeira começa com algo já existente. Nesta pesquisa compreende-se que essa tendência entre elas não significa que estão sendo dominadas pelas imagens com as quais interagem, mas estão reatualizando imagens que as rodeiam de acordo com os recursos e o meio que elas têm. Na brincadeira, as crianças também assumem papel ativo frente a seus referentes.

Entende-se que todo processo de cópia é também parte de um processo de criação. Mesmo reproduzindo conteúdos e formas de narrar que são recorrentes no YouTube, as crianças não estão repetindo apenas como é entendido pelo senso comum, mas as aparentes repetições são reelaborações do que já foi visto. Isso também apareceu na pesquisa de Fernandes (2009) com as crianças, o que demonstra que esse modo de relação das crianças com os produtos da cultura em geral já vem se repetindo há tempos. Se tomarmos o pensamento de Canclini (2009) de que “um objeto pode transformar-se através de usos e reapropriações sociais” (p. 42) entendemos que é no momento de construção de suas narrativas que os sentidos e relações com seus referentes vão sendo (re)significados. Por isso podemos considerar que as produções das crianças são, cada qual a seu modo, processos de criações autorais. As produções amadoras dessas crianças, mesmo na brincadeira, são registros de suas histórias, de suas realidades e, portanto, de quem são.

### **4.3 – YouTube, uma vitrine de si**

*Eu sempre quis ser uma youtuber desde que eu nasci. Quero ser uma youtuber que tenha fãs porque deve ser muito legal cuidar deles. Isso deve ser muito legal! (Talita)*

A frase acima é do primeiro vídeo que Talita publicou em seu canal no YouTube. Nele, ela anuncia o início do canal e justifica o motivo que a levou a abri-lo: a vontade de ser uma *youtuber*. Burgess e Green (2009) designam esse termo para sujeitos que são muito ativos no YouTube, mas para as crianças são as novas celebridades da internet, pessoas que produzem vídeos para o YouTube e ganham muita notoriedade nesse ciberespaço. Não à toa, Talita faz essa associação entre ter um canal e ter fãs, pessoas que te sigam e te admirem e pelas quais se deve zelar, como ela mesma diz.

Ao conhecer e explorar os canais e vídeos que as crianças disseram seguir e assistir com frequência no YouTube, a primeira percepção para mim desses youtubers foi a seguinte: são jovens dentro de suas casas gravando vídeos como se estivessem conversando descontraidamente comigo. De fato, a maioria desses canais tinha muita visibilidade no site com números altos de inscritos e visualizações. Eu desconhecia a grande parte dos *youtubers* que as crianças citaram, mas para elas são como se fossem ídolos, pessoas pelas quais as crianças se inspiram, falam com entusiasmo e admiração. Mas o prestígio que atribuem aos *youtubers* é pelas narrativas que produzem ou pelo sucesso atingido nesse ciberespaço?

Diana: Eu quero ser atriz e eu acho que com o YouTube é um início. Por exemplo, essa Kéfera agora que tá famosa. Ela começou no YouTube, começou um canal bosta, ninguém assistia. Aí, o canal foi crescendo e crescendo e hoje tem um filme dela, tem livro.

O que Diana aponta em seu relato é a percepção que as crianças parecem construir sobre esses sujeitos que emergem nesse contexto midiático mas, vale ressaltar, são minoria. As crianças acompanham nas telas usuários comuns produzindo e transmitindo vídeos amadores e observam a evolução de suas produções, o aperfeiçoamento de técnicas de edição, o crescimento da audiência, de anúncios publicitários até virarem celebridades. Por usuário comum entendo pessoas que produzem vídeos em seus ambientes particulares como a casa, o quarto de forma independente de conglomerados das mídias.

Yuki: Eu acho interessante (ter um canal). Eu vejo muito YouTube também. Aí, eu disse “Por que não ter um canal no YouTube?” Eu posso ter um canal famoso também! Aí, de repente surgiu.

Alice: (Eu gosto) porque no YouTube você vê pessoas famosas.

Essa construção do olhar sobre os caminhos possíveis de se trilhar no YouTube não é à toa. A própria premissa do site com o *slogan* “*Broadcast yourself*” – numa tradução literal significa “transmita a si mesmo” – incita a uma suposta autonomia de seus usuários para que sejam também produtores de conteúdos. De modo geral, a dinâmica do YouTube funciona de acordo com ações interativas que convoca a “expressão comunicativa e curatorial do público usuário, por meio do que consomem, produzem ou recomendam” (BATISTA, 2014). E os sujeitos que estão promovendo essa nova forma de entretenimento para as crianças, divulgando produtos e conteúdos, suscitando valores e emoções surgiram no próprio ambiente virtual do YouTube.

O canal chamado *rezendeevil* que foi citado por todas as crianças é um bom emblema dessa “epopéia das pessoas comuns” (SIBILIA, 2016) na internet. Conheci o canal de tanto ouvir as crianças falarem nele. Minha primeira impressão foi de um adolescente fazendo vídeos caseiros exibindo pegadinhas com os pais, amigos e irmãos. Um dos primeiros vídeos que assisti era intitulado “*Joguei o celular da minha mãe com amoeba pela janela!!!*” e nele o jovem exhibe para a câmera exatamente o que o título sugere. Ele pega o celular da mãe supostamente sem ela perceber, cobre-o com uma massinha gelatinosa e o lança pela janela de seu quarto. Cada etapa dessa proeza é exibida, inclusive a reação da mãe ao ver o seu celular com uma rachadura.

O autor do canal é um garoto de 20 anos de idade de Londrina, mas começou no YouTube em 2012 quando tinha apenas 15 anos postando vídeos sobre o jogo Minecraft. Na descrição de seu canal vem as seguintes informações: “No canal Rezendeevil, você irá encontrar vídeos de Minecraft e *vlogs* bem divertidos!!” Pedro Afonso, como ele se chama, está entre os dez *youtubers* mais vistos do site, seu canal tem mais de 11 milhões de inscritos e seus vídeos ultrapassam 3 bilhões de visualizações. Em decorrência da repercussão do canal, ele faz apresentações por todo o país com peças, tem

três livros publicados e se tornou garoto propaganda de grandes marcas como Mc' Donalds e Pepsi<sup>7</sup>. A Revista Forbes o elegeu como um dos jovens mais influentes do Brasil com menos de 30 anos de idade. Em sua edição de número 49, a revista diz: “Talvez você não o conheça. Mas é quase certo que seus filhos, sobrinhos ou até mesmo netos sejam fanáticos por ele.”<sup>8</sup>

Certamente o autor de *rezendeevil* é um exemplo entre milhões de usuários que produzem e compartilham conteúdos para o YouTube. No entanto, o discurso midiático que se cria e circula nesse ciberespaço – presente desde os *youtubers* à própria política do site - é que chegou a vez da “indústria caseira, de fundo de quintal, feita na garagem ou no escritório de casa por você, eu ou qualquer um de nós” (SIBILIA, 2016, p. 76) conquistar um lugar na tela. As mensagens que se divulgam nessas redes digitais e interativas são de que todos somos potencialmente criativos e promissores. Basta estar conectado que somos constantemente convocados a se mostrar.

As crianças seguem jovens no YouTube que produzem vídeos que começaram de forma despretensiosa. O que começa como um *hobby*, uma atividade de lazer e diversão como a prática de jogar *videogames* com amigos pode se tornar uma profissão remunerada e bem sucedida. Como as próprias crianças relatam, os *youtubers* extrapolam as fronteiras virtuais do YouTube viram capas de revistas, cadernos escolares, aparecem em programas televisivos, livros. Com a facilidade que elas dispõem de algum tipo de recurso de gravação audiovisual, assim como seus *youtubers* favoritos, também podem criar suas narrativas e socializa-los nas mídias sociais da internet e, quem sabe, também ficar famosos.

Talita: Eu já parei pra pensar que o YouTube pode ser uma carreira. Pode ser um trabalho. Tipo, fazer vídeo pro YouTube e eu ser famosa. Sei lá, ter fãs que gostam de você, que te apoiam, que compartilham seus vídeos, que te ajudam. Acho que é muito legal.

Diana: Uma coisa que eu adoro é essa coisa do público, porque eu quero ser atriz, sabe! Eu acho que o YouTube pode

---

<sup>7</sup> Informações recolhidas do site <https://nonstopproducoes.com.br/rezende/> em 23/12/2016.

<sup>8</sup> Informações recolhidas em <http://www.forbes.com.br/listas/2017/03/91-destaques-brasileiros-abaixo-dos-30-anos/#foto6> acessado em 21/04/2017

me ajudar um pouquinho nessa carreira, até porque tem a Kéfera, ela fez um filme agora. É, ela virou (atriz) pela conta do YouTube, sabe? Então eu quero tentar fazer a mesma coisa que ela. E eu sou uma pessoa que todo mundo ri comigo, ou é porque eu falei uma coisa muito idiota e... Eu acho também que esse negócio de ter fama, é uma coisa que eu adoro.

Essa perspectiva sobre o YouTube pela lógica da fama perpassou em todos as falas das crianças de alguma forma. Mesmo os que não diziam explicitamente como Talita e Diana o desejo em ser reconhecido no YouTube, deixavam transparecer que atribuíam valor significativo aos canais com grande audiência e repercussão nesse ambiente virtual. Isaac e Mateus também afirmaram em alguns momentos de nossas conversas que tinham como inspiração canais famosos. Podemos pensar então que as narrativas que as crianças criam em suas gravações são mediadas, sobretudo, pelo prisma do mercado que nos fala Orozco-Goméz (2009) na qual “construir uma história não é suficiente, deve-se fazer dela um espetáculo para que seja consumida por mais audiências” (p. 174).

Samara: Eu sei que falta muito, mas é um sonho né, conseguir a plaquinha do YouTube!

Pesquisadora: Por que você acha que é legal receber a plaquinha do YouTube?

Samara: Porque eu acho que é o nosso trabalho né, a gente se esforçar, é o nosso trabalho reconhecido, né! Tipo, como que tem a plaquinha de 100 mil, de 1 milhão e de 10 milhões. A de 100 mil é de ferro, a de 1 milhão é de ouro e a de 10 milhões é de diamante!

Como Samara aponta em sua fala, o YouTube premia os canais que alcançam mais de 100 mil inscrições neles. Há um desejo em ampliar o quantitativo de usuários inscritos em seu canal. Essa política do YouTube parece funcionar como uma motivação para produzir e difundir conteúdos. Portanto, ser famoso no YouTube é atingir números altos de visualizações nos vídeos postados e na quantidade de inscrições em seu canal. Quando isso ocorre, além do usuário receber em sua residência uma placa da empresa YouTube, o canal pode ficar em destaque na página inicial do sítio e aparecer como sugestão em outros canais de modo a atingir outros usuários. Possuir um canal com notoriedade, ter muitos inscritos é um símbolo de *status* porque

significa que você está sendo visto, seguido por muitos outros nativos na comunidade do YouTube.

Paula Sibília (2016) reflete brilhantemente sobre esse fenômeno na sociedade contemporânea que é a exposição voluntária nas telas globais. O cultivo da esfera privada, da vida particular que a sociedade moderna tinha se esvaiu na sociedade midiaticizada atual fascinada pela visibilidade. A publicização dos espaços que antes eram privados, como a autora contextualiza, é um traço característico dos novos arranjos de comunicação e atravessam a formação dos sujeitos. As subjetividades que se constituíam de dentro para fora, agora constroem-se de fora para dentro. O *eu* que precisava ser protegido, recluso e zelosamente reservado no âmbito íntimo e familiar para ser autenticado, agora se desloca para o exterior. Passamos do retraimento da intimidade burguesa para a euforia da exibição midiática. Sibília destaca que é preciso primeiro ser visto para depois existir.

Talita: Eu acompanho todos os dias (o quantitativo de visualizações do seu canal). Eu tenho 45 inscritos e 806 visualizações. (...) Eu também divulgo o meu canal em canais famosos. Eu comento e peço pro pessoal gostar. Mas nunca dá muito certo.

Samara: Eu descobri que o *like* e o *deslike* não influenciam muito. Se tiver 1 milhão de *deslike* e 3 *likes*, não influencia, até é bom, sabia?! Claro que os Youtubers querem positivo, mas com a quantidade de positivo o canal fica em alta e negativo também!

A importância que dão para o número de inscritos, visualizações e dos cliques de “gostei” nos seus vídeos expressa o desejo constante de conquistar mais audiência. A visibilidade é o principal objetivo em ter um canal no YouTube e, por isso, ampliar o quantitativo de visualizações e inscritos acaba sendo uma expectativa que todos constroem ao publicar seus produtos nesse espaço. Para Sibília (2016), a lógica da visibilidade ocorre em meio a um grau de narrativas midiáticas centradas no eu, na exibição da trivialidade da vida cotidiana. E nesse contexto, o YouTube comparece como grande palco virtual, uma vitrine de si.

Sem dúvida, tal comportamento obedece a uma condição de mercado que domina o intercâmbio cultural ao redor das telas (OROZCO-GOMÉZ, 2009) que permeia a atmosfera cultural em que vivemos de que para comunicar é preciso que os outros nos vejam. Segundo o autor, estamos presos nessa lógica da sociedade globalizada de que construir uma história é transformá-la em produto de mercadoria. Novos dispositivos como YouTube convertem os usuários em autores do próprio ambiente como mecanismo de transformá-los também em produto mercantil. A tirania do exibicionismo empurra a intimidade do quarto, das paredes particulares dos lares para as telas globais.

O YouTube se constitui apenas como um dos artefatos característicos desse fenômeno global que é a exibição do eu, segundo Sibília (2016), e que envolve *blogs*, redes sociais, *reality shows*, programas e revistas de fofoca sobre a vida de celebridades. Para a autora, o cenário atual da sociedade se organiza e funciona sob essa lógica. E o YouTube se configura como espaço privilegiado no amplo leque das novas práticas comunicativa que enaltecem essa ordem.

Não há dúvidas de que esses reluzentes espaços devem ser observados com atenção, nem que seja porque se apresentam como os cenários mais adequados para montar um espetáculo de novo cunho, embora cada vez mais estridente: o show do eu (SIBÍLIA, 2016, p. 53).

As crianças fazem vídeo para postar nas redes da internet, porque elas querem se comunicar com o outro. E se comunicar é dar expressão a formas de ser e estar mundo. É no intercâmbio com indivíduos e grupos que a vida ganha sentido, que legitimamos quem somos. Sibília fala da construção da subjetividade visível. Comunicar no YouTube é ser visto. Elas querem expressar, apresentar e compartilhar com alguém do outro lado da tela o que pensam, o que gostam, o que sonham, o que vivem. Se o contexto comunicacional no qual elas estão crescendo e se formando sujeitos convoca as personalidades a se mostrarem, essas personalidades precisam da aceitação do outro por meio de curtidas, comentários, inscrições.

O olhar alheio é o que confirma nossa existência já que os outros também nos narram (SIBÍLIA, 2016, p. 55). Dentre as crianças da pesquisa,

Mateus foi o único que não mostrava seu corpo e rosto em seus vídeos. No entanto, ele publicava vídeos que traziam marcas de suas identidades ao transitar entre referências como as Tartarugas Ninja, personagens de terror, música *rap* e *games*. Essa personalidade, no entanto, é uma obra criada. Uma obra projetada para ser exibida de acordo com o que ele espera de aprovação social, do grupo social que ele quer pertencer na comunidade YouTube.

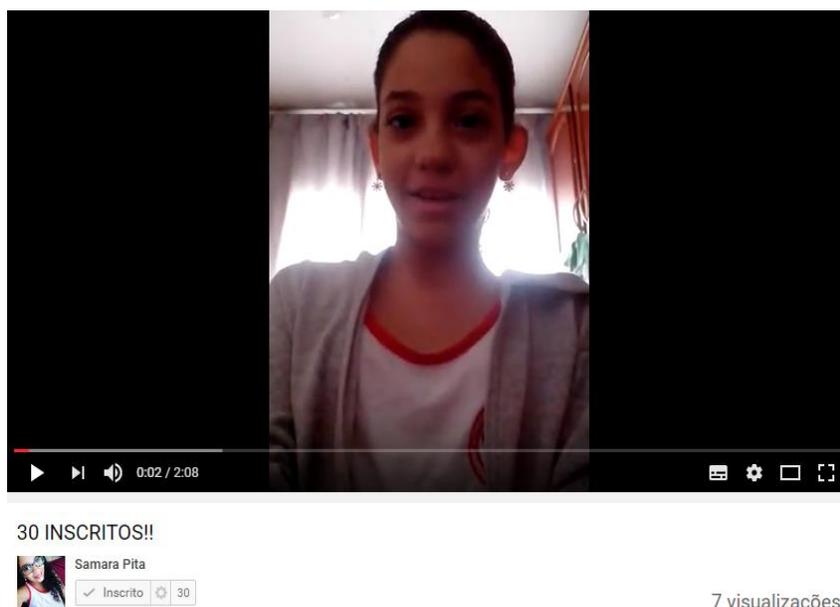


Figura 20 - Vídeo publicado no canal de Samara



Figura 21 - Vídeo publicado no canal de Talita

As imagens acima trazem recortes de vídeos postados por Samara e Talita em seus respectivos canais. Samara fez um vídeo para comemorar e agradecer as 30 pessoas inscritas em seu canal e, da mesma forma, Talita fez um vídeo para anunciar as mil visualizações de seus vídeos. Esses feitos merecem ser enaltecidos, destacados e, claro, compartilhados com os demais. Mais do que se exibir na tela há uma necessidade em ter um cúmplice, um admirador. Há nessa busca pela exposição uma ânsia pela aprovação do outro. Isaac expressou não se importar com o quantitativo de visualizações de seus vídeos no canal, mas quando comenta de um formato de vídeo muito recorrente em seu canal que ele intitula de “Intro”, ele demonstra certa preocupação em agradar sua audiência.

Isaac: Eu não ligo muito não para as visualizações. (...) Pra pessoas verem, pra gostarem do meu canal eu faço vídeo de intro.

Percebe-se pela fala de Isaac como o desejo em atrair outros usuários para o seu canal o leva a produzir e postar muitos vídeos que ele chama de “intro”, um tipo de vinheta de abertura para suas produções. Ao mesmo tempo em que ele subestima a estatística de vezes que seus vídeos foram assistidos, deixa transparecer que há sim um esforço para assegurar a frequência de seus espectadores. Na verdade, a busca não é apenas pelo olhar alheio mas, sobretudo, para se adequar, ser aceito socialmente por uma comunidade. No seu caso, o desejo de pertencimento da comunidade de consumidores dos jogos Roblox e Kogama que são os temas que dominam seu canal.

Diana foi a criança que trouxe com mais expressão a ideia de como as práticas de consumo com o YouTube também dizem muito sobre as formas de legitimar nossa expressão no mundo, de objetivar os lugares que anseiam pertencer.

Diana: Todos as youtubers teens geralmente tem vinte e poucos anos, e eles sempre falam de virgindade, da sua primeira vez, do seu primeiro beijo. E uma coisa que eu acho que eu sempre quis falar também, é um negócio de *bullying*, esse negócio de homofobia. Porque eu gosto de falar desses assuntos, eu sou uma pessoa que gosta dessa praia.

Diana deixa claro que se voltar a ter um canal no YouTube quer ser da praia dos *youtubers* que ela considera *teens*, pois abordam assuntos mais maduros para crianças. No entanto, seus vídeos produzidos eram de temáticas diferentes como desafios, tutoriais de maquiagem, dublagens de música, histórias com bonecas Barbie e brincadeiras com os irmãos mais novos. Sobre esses vídeos, ela disse: “Eu vou fazer uma coisa mais legal que as pessoas gostam de ver”. Talvez Diana ainda não conseguisse manter um canal no YouTube porque os vídeos que faz não estão no espectro *teen* do YouTube. Para ela, publicar um vídeo de uma brincadeira de desafio com os irmãos mais novos é dizer que ela consome esse tipo de vídeo no YouTube. No entanto, como ela não se reconhece mais como criança como apontam suas falas, ou pelo menos não quer ser tratada assim, busca se distinguir dos irmãos mais novos.

Esse aspecto simbólico parte da hipótese de que “*quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valioso*” (CANCLINI, 2010, p. 35). A construção da imagem online é uma construção da identidade que visa uma aproximação de grupos de usuários de um lugar ao qual ela deseja pertencer. Sobre isso, Sibília (2016) faz um alento de que o *eu* que se apresenta na tela são fragmentos selecionados, editados e reordenados de si. As crianças selecionam fragmentos de si, de suas identidades e criam seus mosaicos do que querem expor de si.

Se as crianças são motivadas pelo YouTube a produzir vídeos, elas esperam entrar nas dinâmicas interativas desse ciberespaço e se situar na condição de consumidores, produtores, seguidores e, logicamente, de *seguidos*. Para tanto, é preciso fazer vídeos que atraiam audiências, em especial, audiências que sejam da sua comunidade de pertencimento.

Diana: Muita gente me falou, por exemplo adulto, pessoas mais velhas de vinte anos e tal, falaram que gosta, quer saber, conhecer um pouco do que que o canal vai falar, né. Só que isso na minha idade, na idade da gente é o suicídio do YouTube. Se você chegar e falar, “ah, meu vídeo eu vou falar sobre jogos, sobre vlog e outras coisas, se inscreva” é o suicídio! A criatura nunca mais entra no seu canal.

Com essa fala, Diana demonstra a importância de levar em conta os critérios que seus pares consideram na seleção do que assistir e o que não assistir. Apesar do pedido de algumas pessoas conhecidas, ela parece segura do tipo de vídeo que ela não faria. Seu tom exagerado nos revela o medo de não agradar apenas seus seguidores, mas principalmente, seus pares. Fazer vídeos para o YouTube passa pelo cuidado, o preparo em atender ao que sua audiência gosta e procura no YouTube. E não agradar significa baixo índice de inscritos, visualizações e curtidas. Penso que para as crianças ter um canal significa se apresentar ao mundo, ou pelo menos ao mundo que você gostaria de participar. E ter baixo rendimento nesse ciberespaço é ser desaprovado pelo outro. Dialogando com Sibília (2016), entendo o canal como uma objetivação do eu. Cada obra são pedaços do show performático que criam sobre si na web. Podemos entender que essa prática de narração comum na contemporaneidade caracteriza uma forma de apresentação, uma performance de si já que estão criando um personagem. O que elas são em seus canais é a personalidade construída para ser vista, um personagem mediado pelas interações sociais estabelecidas nessa comunidade virtual. Para a autora essa ansiedade por tornar a própria vida cotidiana em um espetáculo é o regime de poder da atualidade.

Esses mecanismos de interação com outros usuários no YouTube são significativos nas produções e publicações das crianças em seus canais. Em uma das minhas visitas semanais ao YouTube, observei dois comentários novos no canal de Samara que criticavam a qualidade da imagem de seu vídeo. Uma semana depois, notei que todos os vídeos de seu canal tinham sido apagados sem aviso prévio para seus seguidores. Havia mais comentários de outros usuários em outras postagens interagindo com perguntas sobre jogos, fazendo elogios e pedidos para entrar em seus canais. Porém, dois comentários de desaprovação foram suficientes para ela excluir de uma vez tudo que havia produzido e postado. Em nossa conversa, Samara acabou falando desse ocorrido sem eu tocar no assunto.

Samara: Eu percebi que estava tendo comentários ruins por causa da qualidade do telefone, aí agora eu voltei porque eu... Eu pretendo comprar uma câmera, ter tudo de filmagem, luz essas coisas, e tentar conversar com meu tio pra ele me

ensinar a editar os vídeos, pra ter uma qualidade melhor e a gente conseguir chegar aos 100 mil, né!

Fiquei me questionando se não houvesse comentários negativos, ela continuaria produzindo e postando vídeos. Se a necessidade em melhorar a qualidade da imagem, iluminação e som em seus vídeos já existia, ou surgiu apenas com as poucas reações nos comentários de pessoas que ela nem ao menos conhecia em sua vida *off-line*. O *eu* só será visível para os 100 mil usuários que ela pretende alcançar se aos olhos dos outros agradar? Esta categoria apresenta o importante papel do outro nas relações que se estabelecem *online*. E para satisfazer o olhar alheio, sua exposição precisa ser construída, por isso, surge uma preocupação em administrar a própria imagem online (SIBILIA, 2016), para atender aos critérios do outro.

Partindo do pressuposto que é na relação com o outro que nos reconhecemos, que é o olhar do outro que nos dá contornos, acredito que as crianças buscam essa interação *online*, não para ter suas produções vistas ou o trabalho reconhecido como falam, mas para afirmarem quem elas são ou querem ser. Nessas estratégias de cultivo e cuidados com a própria imagem, Sibília (2016, p. 42) nos fala que

Elas delatam até que ponto tais comportamentos se naturalizam entre nós, com uma rapidez inusitada, passando a desempenhar um papel fundamental no cotidiano de qualquer um. Afinal, o que se busca ao se exhibir nas redes? Seduzir, agradar, provocar, ostentar, demonstrar aos outros – ou a alguém em particular – quanto se é belo e feliz, mesmo que todos estejam a par de uma obviedade: o que se mostra nessas vitrines costuma ser uma versão “otimizada” das próprias vidas.

A situação ocorrida com Samara me fez lembrar o que Diana havia dito ao declarar que a reprovação de seu canal por outros usuários seria como acabar com o mesmo. O tom informal de conversa, bem humorado e descontraído que os youtubers e também as crianças na pesquisa adotam em seus vídeos imprimem a sensação de confiança, de companhia e aproximação com o outro. Essa sede por olhares, por manter sua audiência, por estar na tela, o desejo em ser bajulado se aproxima, na verdade, de uma

noção de celebridade. Como Sibília (2016) aponta, elas não querem propagar suas obras, ter seus trabalhos reconhecidos e aclamados, como muitas dizem, elas buscam a aclamação de si mesmas. A busca pelo outro é a busca em um confidente, alguém para compartilhar os fatos intencionalmente selecionados e negociados de si, da vida e, por isso ser aceito.

Como pesquisadora-seguidora, percebi que as crianças são consumidoras midiaticamente ativas nas relações que estabelecem com o YouTube. Para elas, a plataforma tem um significado maior que um mero artefato para assistir conteúdos audiovisuais. Quando criam conta no Google e fazem *login* no YouTube, elas podem se inscrever em seus canais favoritos, acompanhar as atualizações dos youtubers, dar *like* nos vídeos, comentar, compartilhar em outras redes sociais e até mesmo “mandar” suas próprias produções, como disse Mateus. São ações que podem se traduzir na formação de redes de contato, colaboração e cooperação (BATISTA, 2014). Sendo assim, as crianças encontram no YouTube um terreno fértil para criar vínculos e se afirmar socialmente como sujeitos. Por meio virtual, as crianças incorporam novos papéis sociais, assumem posições como espectadores, produtores e comunicadores e, assim, vão construindo seus territórios por meio eletrônico.

## 5 – CRIANÇAS YOUTUBERS: NARRATIVAS E IDENTIDADES FLUIDAS

Como vimos, as produções e brincadeiras das crianças trazem as marcas desses processos interativos com o YouTube que são processos de pertencimento. Mas que sentidos de pertencimento são esses? Que identidades se formam e perpassam essas interações? A partir dessas indagações, trago as próximas categorias que encontrei ao seguir e ouvir as crianças, as quais apresentarei e discutirei nesse capítulo. As modalidades narrativas como testemunhos pessoais, a identidade *gamer* e a relação das crianças com o tempo nos modos de narrar são aspectos que – junto as anteriores já trazidas - pretendo aprofundar nessa reflexão sobre o consumo e produção dessas crianças no YouTube. Embora esses aspectos sejam trazidos como elementos muito presentes e significativos em comum entre todas as crianças da pesquisa, surgiram alguns elementos particulares em cada uma delas. Todos os aspectos, como os já trazidos, apontam questões que se entrelaçam e fica difícil não associa-las nesse momento de reflexão.

### 5.1 – 50 fatos sobre mim – o contar de si

Se o consumo de vídeos no YouTube atua na produção e circulação de sentidos culturais e simbólicos, como já foi discutido anteriormente, as crianças estão se apropriando de mecanismos, linguagens, formatos e conteúdos narrativos inerentes ao furor da espetacularização midiática. Por isso, arrisco a dizer que, em geral, as interações sociais que se criam nesse ciberespaço partem da noção do espetáculo. As crianças com um pouco mais de autonomia em suas produções filmam e postam suas interpretações sobre o que elas já veem no YouTube. Penso que, como espaço de sociabilidade, as crianças não buscam no YouTube um meio de apresentar suas experimentações audiovisuais, como a mãe de Yuki o incentivava com seu canal e como o próprio site propaga num suposto estímulo a usuários serem produtores. O

YouTube se constitui no próprio espaço de se experimentar, de se narrar. Os vídeos enquanto narrativas são meios de chegar ao outro. Mas para isso, é preciso promover a si mesmo, criar o eu *youtuber*.

Ao prestarmos atenção ao que as crianças dizem em seus relatos e produções no YouTube, percebemos que a tendência hegemônica que atravessa suas narrativas com o YouTube são discursos autorreferentes, autobiográficos. O que observei nas produções é o uso majoritário do gênero narrativo que Lemos (2002) chama de *ciberdiário*, uma espécie de diário pessoal, porém, aberto na *web*. O autor analisa que quando o usuário comum conquista maior liberdade da grande mídia para produzir e disponibilizar suas obras, ocorre o efeito crescente da publicização do espaço privado. Isto é, ao exercitar o papel de emissor – possibilitada pelas novas tecnologias da comunicação – o sujeito traz situações e interesses particulares para suas criações online. Talvez seja essa a razão pela qual a maioria das crianças disse não assistir mais ou não buscar a televisão como elemento de consumo com frequência.

Vejam os títulos dos vídeos de Talita em minha última consulta a seu canal: “10 fatos sobre mim”, “Minhas 5 músicas favoritas”, “Minhas 5 séries favoritas” e “2 verdades e 1 mentira”. Este último tem a participação de uma amiga e é um tipo de desafio de contar três episódios de suas vidas, de modo que o outro precisa descobrir qual é o falso. Ela também publicou um vídeo chamado “Medo”, em que contava o que lhe causava medo e os que já havia perdido. Samara também publicou vídeos nesta mesma linha como os intitulados “Tour pelo quarto”, em que mostra cada detalhe de seu quarto, “Se arrume comigo para a escola”, esse tipo de vídeo ela chegou a publicar 4 vezes, “Meu celular morreu”, “Passeio no *shopping*”, “Meus melhores amigos” e “Minhas capinhas de celular”. Os títulos dos vídeos são autoexplicativos e trazem conteúdos do que promovem. Elas duas crianças foram as que mais atualizavam seus canais com informações e situações da vida pessoal.

Mateus, em meio a seus vídeos de *gameplay*, personagens de filmes de terror e super-heróis - que não deixam de ser marcas de um consumo identitário - chegou a publicar vídeos mostrando fotos suas quando era bebê, também fez vídeos para mostrar os presentes que havia ganhado de Natal e

em outro comentava sobre um livro de extraterrestres que também havia ganhado. Mas todos esses foram apagados do canal em pouco tempo. Alice fez um vídeo mostrando sua casa de boneca, fez um vídeo sobre sua rotina em casa, vídeos brincando com os irmãos. Isaac tem vídeos de sua festa de aniversário, de um passeio com a família, mostrando uma visita à casa de sua tia, brincando com os primos. Além dos vídeos de maquiagem e de Barbie que fazia, Diana contou as ideias de vídeos ela pretende produzir quando criar seu novo canal:

Diana: Tem um quadro no YouTube, que praticamente todo mundo faz que é “Ask, ask”. É pergunta, sabe, tipo “Ask Luba”. São pessoas eu, você que comentam nos vídeos dele, perguntas nas rede sociais dele, tipo: “Luba, quantos anos você tem?” E manda pra ele, aí ele vai e te responde num vídeo ou não! Tem também, vou fazer os “**50 fatos sobre mim**” que é o jeito de me conhecerem e vídeo que a gente gosta. Depois eu sou assim, eu sou uma pessoa que super gosta de falar sobre essas coisas.

Contar ocorrências do cotidiano, exibir objetos pessoais de consumo, dividir informações particulares, eventos familiares são formatos narrativos muito comum nas produções das crianças da pesquisa. Alguns canais trazem um caráter de contação de histórias como os de dramatização de Alice e Diana e os vídeos de *stopmotion* criados com bonecos de Mateus. Já os vídeos do canal de Yuki não trazem informações objetivas de sua intimidade, porém o tom informativo e crítico nos comentários da criança sobre temas variados não deixa de ser perspectivas que atravessam a construção de sua identidade.

Compreendo que essa categoria de vídeo, que aparece nas obras das crianças, embora não trouxesse informações explícitas de suas vidas íntimas, carregam rastros dos sentidos e significados dos contextos sociais e culturais em que elas vivem, do que veem e do que lhes atravessam.

Se nos atentarmos ao nome YouTube, “you” é a palavra inglesa para “você” e “tube” uma gíria que faz alusão a televisão, de modo que sugere que “você é a TV”. Assim sendo, ao convencer os usuários que também podem ser os protagonistas, roteiristas, atores e autores, “as personalidades são convocadas para se mostrarem” (SIBILIA, 2016, p. 48). E nesse jogo, as crianças trazem para a sua TV elas mesmas, conteúdos particulares, seus

gostos, interesses, sonhos e experiências pessoais. Em uma cultura da informação baseada na exposição, o YouTube comparece com força como uma vertente para os usos confessionais na internet. As narrativas audiovisuais que as crianças produzem e publicam na internet trazem marcas dessa lógica do espetáculo midiático e sinalizam para a tendência cada vez mais exibicionista, autocentradas e performáticas que alimentam a construção das subjetividades (SIBILIA, 2016).

O maior exemplo que encontro nessa modalidade de narrativa são os *vlogs*, termo constantemente usado pelas crianças nas nossas conversas. Talita, Diana e Samara, por exemplo, caracterizavam dessa forma os vídeos que produziam. Em muitos momentos, as crianças diziam este termo de maneira natural chegando a usar a expressão ao invés de simplesmente “vídeo”. Por isso, pedi que cada uma me dissesse o que entendiam por *vlog*.

Diana: Vlog é quando você grava o seu dia, por exemplo. “Ah, hoje eu vou no cinema”. Aí, eu gravo eu indo no cinema e eu fazendo as coisas para ir no cinema. O vlog é aquele que você fala com a câmera, é a mesma coisa que eles fazem. Vlog é isso, é você falando de algum assunto de hoje em dia.

Talita: Na verdade eu não sei explicar. É tipo gravar, se gravar... tipo... ah, não sei.

Yuki: O vlog é você mostrar sua vida, mas mostrando seu rosto.

Isaac: Tem vários vídeos de vlog que eu faço. É um negocinho que eu gravo de alguma coisa. Igual eles gravam aí, de palhaço assassino, essas coisas. Então, é assim.

Alice: Normalmente eu gosto de gravar vlog.

Pesquisadora: O que que é vlog?

Alice: Tipo, tu vai pra um lugar aí tu vai gravando.

Pesquisadora: Aí, vira Vlog?

Alice: É! Vou mostrando aonde eu vou, aí eu filmo tudo o que eu faço.

Samara: Eu tento gravar o meu dia a dia na rua, essas coisas. Mas eu acho perigoso a gente andar com o telefone gravando. E também mesmo se não fosse, eu acho que eu teria vergonha de andar na rua e o pessoal olhar pra mim, tipo, quem é essa maluca falando no telefone, né! Não tô criticando quem faz, nada disso, eu acho perigoso e também no começo eu acho que a gente tem vergonha. Mas eu acho que se a gente pegar pra fazer, eu acho que a gente gosta sim!

*Vlog* é a junção das palavras “vídeo” e “*blog*”, *videoblog*, que se caracteriza como uma forma de narrativa audiovisual composta por “experiências amadoras, produtos narcisísticos e exibicionistas” (RECUERO, 2003), com o propósito de publicação nas redes virtuais. São formatos narrativos compostos de imagens, sons e movimentos geradores de conteúdos particulares. Uma categoria de vídeo com imagens caseiras e espontâneas, sem roteiro elaborado em que a narrativa é tecida conforme o curso dos acontecimentos. Assim como os diários íntimos, o vlog também se estrutura numa lógica confessional, uma escrita/imagem de si. Mas diferentemente dos diários, o vlog não tem cunho introspectivo com conteúdos restritos e, na maioria, secretos. O que antes era abafado e preservado se estrutura sob a lógica da visibilidade. A sua narrativa é construída para ser compartilhada e, por isso, supõe a existência de um público. Portanto a construção dessa escrita é interpelada pelo outro na medida em que as curtidas, comentários e números de visualizações acabam exercendo papel de mediar as construções dessas obras sobre eles mesmos.

Percebo nesse formato de vídeo o esforço em glorificar a menor das pequenezas para torna-las a maior das grandezas (SIBILIA, 2016) em elevar a banalidade da vida ao estado de arte pura (LEMOS, 2002, p. 50). O que se busca é fazer do ordinário da vida comum um acontecimento. É possível sentir nessa compulsão em publicizar o que se veste, o que se come, o que assiste, o que ouve e o que se compra o sabor das conversas cotidianas, dos assuntos fiados e corriqueiros do dia-a-dia. Pormenores sufocados pela velocidade e abundância de fatos e informações que nos passam incessantemente, ganham a preferência das narrativas produzidas e compartilhadas no YouTube. Atribuir valor para os pequenos detalhes que escapam para a maioria como trivialidades reside na importância em contar a sua história. E narrar no contexto global mediado pelas interações sociais digitalizadas reside predominantemente em práticas de auto exposição.

Diferentemente do narrador pensado por Walter Benjamin, o acento nas produções narrativas para o YouTube – e em outros ambientes virtuais - recai sob o *eu*, e não mais em suas experiências coletivas. O narrador tradicional benjaminiano é a figura daquele que conta histórias para transmitir sabedoria,

dar conselhos. Os narradores de *vlogs* narram para transmitir suas intimidades, para serem vistos. Enquanto a narrativa tradicional evocava experiências coletivas, as narrativas que circulam nesse ciberespaço cultivam as vivências pessoais do narrador em si. A aura em torno da narrativa estava justamente nas relações simultâneas e contínuas de troca entre narradores e ouvintes, em oposição a individualização do ato de contar.

Sibília (2016) acredita que no cenário de avidez pelo consumo e produção de conteúdos íntimos, a narrativa e autor se confundem sendo o narrador a sua própria obra. O que se mostra é o que se diz, e o que se diz é quem se é. Narrar é se expor. O narrador em Benjamin narra com o outro, o narrador atual narra para o outro. A autora acredita que os relatos em primeira pessoa que proliferam nas redes virtuais se distanciam do narrador de Benjamin. Quando o filósofo alemão decretou a morte do narrador na era moderna, talvez o que ele tenha anunciado foi o fim de sua tarefa utilitária de ensinar uma moral através de histórias. Logicamente, os tempos e os espaços são outros, assim como as sensibilidades. As infâncias atuais estão se (trans)formando junto com esse ambiente virtual, globalizado e hiperconectado e essas interações provocam outras maneiras de olhar, de sentir, de narrar. Na sociedade do espetáculo, as crianças narram ao mesmo tempo em que se mostram e constroem imagens de suas identidades que são fluidas e plurais.

## 5.2 – A vida é Pokémon: identidade *youtuber* e *gamer*

Pesquisadora: O que você gosta no YouTube?

Alice: De jogos, de tudo!

Pesquisadora: E o que que você gosta no Youtube?

Isaac: De vídeos de Roblox.

Diana: Eu também gosto muito de jogar no computador. Eu gosto de ver vídeo de videogame. Eu também gosto (porque) eu me sinto junto do jogo, sabe?

Pesquisadora: E o que você vê no YouTube? O que você gosta de assistir?

Samara: Jogos!

Pesquisadora: Que jogos?

Samara: Eu gosto muito de Minecraft e The Sims 4. Também tem várias séries, Amor doce da Renata...

Até o momento, perceberam-se semelhanças e particularidades na forma de cada uma delas lida com a exposição na rede, em como são consumidoras de vídeos, como e o que narram em suas práticas com o YouTube. Todos estes aspectos levantados e debatidos a respeito dos sentidos entre as crianças e o YouTube sempre esbarravam em um elemento em comum: o jogo. As falas das crianças acima apontam um elo identitário entre elas, a cultura *gamer*. O jogo eletrônico – ou simplesmente *game*, termo mais utilizado pelas crianças - surgiu como elemento muito ativo na relação que elas constroem com o YouTube. Ao serem questionadas sobre o que gostavam no YouTube, todas as crianças foram unânimes em citar canais relacionados a jogos.

De acordo com dados apresentados pela pesquisa “*Geração YouTube um mapeamento sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos no Brasil, de 2015 a 2016*” pelo ESPM Media Lab<sup>9</sup>, canais que abordam o jogo eletrônico como temática são os de maior visualização entre o público infantil no YouTube Brasil. No ano de 2016, foram mapeados 230 canais registrando uma audiência de 50 bilhões de visualizações ao todo.

58	Games / Minecraft (canal de gameplays e vlogs de games e entretenimento)	21.520.168.563
35	Programação disponível na Televisão - desenho infantil e musical + novelinha e seriados	7.898.027.782
35	Programação não disponível na televisão - Desenho infantil e musical	6.162.568.554
26	Propaganda de brinquedos / unboxing / videobrinCADEIRAS	6.067.188.083
61	Youtubers Mirins - meninas e meninos (público geral 2 - 8)	5.829.698.289
14	Youtubers Teen - meninas e meninos (9 - 12)	3.539.525.435
1	Educativo	1.147.299.578

230  
canais

**Figura 22 - Proporção de canais no YouTube consumidos e/ou direcionados para o público infantil**

<sup>9</sup> <http://pesquisasmedialab.espm.br/criancas-e-tecnologia/> último acesso em 28 de abril de 2017 desenvolvida

A partir da relação acima, vemos que dos 230 canais mapeados no consumo das crianças no YouTube, a categoria Games/Minecraft é a que se destaca com 58 canais voltados para *gameplay*. São tipos de vídeos que tem como foco algum jogo eletrônico que pode ser apresentado de diferentes formatos: histórias ficcionais contadas/postadas em episódios construídas dentro dos ambientes virtuais dos jogos, comentários de um jogo, tutoriais, jogos ao vivo em *streaming*, ou simplesmente o jogador narrando enquanto joga. Este resultado vem de encontro com o que também foi percebido com as crianças desta pesquisa.

Pesquisadora: Você é inscrito em algum canal?

Yuki: Muitos! Pessoas que sempre que sai vídeo eu assisto... *Vinicius 13* que é **Minecraft**, *Godenot* que tem **Minecraft**, **Roblox** e alguns jogos **Bonk.io** e *Lipaogamer* que tem **GTA5** e **Forza Horizon**.

Pesquisadora: Por que vocês gostam tanto de canal de jogo? Em todas as crianças, aparecem jogos!

Yuki: Não sei, porque eles divulgam os jogos e aí a gente conhece mais sobre os jogos! A gente fica curioso pra saber o que vai ter na outra fase.

Pesquisadora: Entendi! Como é que faz, né, pra passar!

Yuki: E muitos jogos não tem fase então a gente fica curioso pra ver o que que a pessoa vai fazer, o que que vai acontecer no outro episódio, tipo Minecraft.

A explicação de Yuki evidencia uma retroalimentação entre os vídeos e os jogos, mas não deixa claro se ele passou a assistir vídeos por causa dos jogos, ou o contrário. Isto é, quem veio primeiro: o jogador ou o *youtuber*? Na verdade, as duas possibilidades são plausíveis, pois nota-se que ele buscava vídeos para ver etapas que ele ainda não havia alcançado nos jogos, mas acabava assistindo a vídeos de outros jogos que eram divulgados pelos canais. Um jogo levava a outros jogos, assim como a outros vídeos, outros canais, outros jogos...



Figura 23 - Vídeo de gameplay no canal de Isaac

Isaac: É que (eu assistia) as pessoas jogando e faziam um montão de coisas. Aí, eu quis criar um canal. Eu não jogava não, só via os vídeos e jogava o jogo **Agar.io**.

Pesquisadora: Mas antes de assistir esses canais, você já jogava esses jogos que você joga hoje?

Isaac: Eu não jogava não, só via os vídeos e jogava o jogo **Agar.io**.

Pesquisadora: Aí, foi no YouTube que você conheceu esses outros jogos? Qual o nome mesmo?

Isaac: **Roblox** e **Kogama**.

A fala de Isaac denota que a vontade de jogar *Roblox* e *Kogama* veio junto com a de criar um canal. Isaac admitiu que os canais de *gameplay* que assistia os levaram a iniciar sua jornada nesse jogo online ao mesmo tempo que se sentiu movido a produzir vídeos. É curioso que o que ele jogava com frequência não foi objeto de escolha na gravação de seus vídeos.

Mateus postava com regularidade vídeos sobre os jogos *Five Nights at Freddy's* e *Minecraft*. Ele também já admitiu que um dos seus maiores inspiradores no YouTube é o canal *rezeendeevil* voltado para *Minecraft*. Um dos canais favoritos de Alice que ela se definiu como fã é o *Julia MineGirl*, um canal de histórias construídas no próprio jogo *Minecraft*. Alice afirmou que o que mais gosta de assistir no YouTube são jogos, porém ela não produz esse tipo de vídeo. Da mesma forma, Talita também disse procurar mais vídeos de *gameplay*, no entanto, o único suporte que ela tem para gravar vídeos é o

celular e ela não encontrou recursos tecnológicos para fazer gravações de jogos como gostaria.

Talita: Eu gosto de assistir mais **gameplay** e comédia.

Pesquisadora: Mas é tipo narrando jogos, é isso?

Talita: Não, é vídeos que o cara tá jogando game e ele filma ele jogando o jogo. Também eu gosto de gente que narra o jogo. Eu queria gravar **gameplay**, só que eu não tenho como gravar a tela, eu não tenho **webcam** que é para pessoa me ver e editor pra computador.

Diana: Eu já cheguei a baixar um aplicativo no meu computador, mas nunca cheguei a gravar não.

Thamyres: E você joga o que?

Diana: Ah, vários jogos. Tem **The Sims** que eu gosto muito, sou apaixonada. Tem **Slither.io**, não sei falar também, **Agar.io**. Mas eu jogo sempre que posso, eu gosto!

Do mesmo modo que Talita, Diana – que já fez todo tipo de vídeo – também quis se aventurar a gravar vídeos de jogos eletrônicos. E como nas outras experimentações, também desistiu de fazer esse formato, embora seja uma consumidora de jogos frequentes e **gameplay** seja um dos conteúdos mais procurados por ela no YouTube.

Pesquisadora: E quais são os canais que você mais gosta?

Samara: É, do **Jazzghost** que também é focado em **Minecraft**, **Renataps88**, a **Flokiis** que também é da família da ADR. Que que mais? **Moonkase** que também faz algumas novelas de **Minecraf**. O pessoal joga pelo computador, já eu jogo pelo **tablet**, então, tem que comprar o Minecraft pelo computador e entrar no servidor!

Pesquisadora: Aí, você comprou o Minecraft?

Samara: Não, eu não jogo, eu assisto o vídeo!

Pesquisadora: Ah, você só assiste, entendi! Mas então, desses jogos que você assiste, tem algum que você joga?

Samara: Tem!

Pesquisadora: The Sims eu sei que você joga que eu vi nos seus vídeos!

Samara: **The Sims** eu jogo. Eu jogo **O Amor Doce**.

Pesquisadora: Então você entra no Youtube basicamente pra ver jogos?

Samara: Isso!



MANICREFT COM A SAMARA. #1 O COMEÇO DE TUDO - por Samara



Samara Pita

Inscrito 30

56 visualizações

Figura 24 - Vídeo de gameplay no canal de Samara

Em seus primeiros vídeos, Samara publicou vídeos narrando os jogos *The Sims* e *Minecraft* de forma amadora. Embora ela tenha deixado de postar esse tipo de conteúdo no lugar dos *vlogs*, nos seus relatos fica claro que seu consumo no YouTube é predominado pelos jogos. Ela citou a *família ADR*, sigla para *Aliança do Rezende* – novamente o canal *rezendeevil* -, um grupo de *youtubers* e *gamers* de *Minecraft* que se apresentam juntos em todo o Brasil. Assim como Samara, essa prática de ser espectador de jogos e não jogador é muito recorrente nas demais crianças. Yuki, Diana e Talita já tentaram fazer vídeos seus jogando, mas por falta de recursos ou noções técnicas focaram suas produções na “câmera e voz”, como Yuki classificou.

O jogo *Minecraft* é o que mais apareceu entre elas. A relação que as crianças estabelecem entre o jogo em si e os vídeos de gameplay não são apenas estreitas, mas se confundem. Quem é jogador, é espectador de *Minecraft* no YouTube. Não existe *Minecraft* sem YouTube e vice-versa. O jogo alimenta as obras no YouTube, assim como as redes de pertencimento nesse ambiente virtual são tecidas pelas interações dos jogos.

Baseada também nos resultados do mapeamento da pesquisa anterior, Corrêa (2015) pondera que “o fenômeno de consumo de vídeos por crianças sobre o tema *Minecraft* no YouTube pode além de entreter, inspirar novas construções, para as crianças, jogar *Minecraft* é usá-lo como ferramenta

criativa” (2015, p. 5). Assim como a autora, a presente pesquisa também acredita que o consumo de jogos articulado com vídeos no YouTube se desdobra em outras práticas e posturas que contrasta com a noção do espectador passivo. Nesse sentido que percebemos a dimensão formadora do consumo de narrativas no YouTube que reside nas interações com vídeos de *gameplay*, onde as crianças assumem posições ativas tanto nos usos dos jogos como dos vídeos. E foi essa percepção que tive através dos relatos das crianças. Elas buscam o YouTube para ver como passar das fases dos jogos, ou para assistir as criações de outros usuários dos jogos. Mas também são motivadas a jogar outros e fazer suas próprias construções que são jogos e vídeos ao mesmo tempo.

Assim, a dinâmica entre o consumo dos jogos eletrônicos citados pelas crianças se mostrou estar entrelaçada ao consumo e produção de narrativas no YouTube. Para tanto, entende-se que os jogos perpassam os modos de uso, de consumo, apropriação e de produção de vídeos com o YouTube. O repertório cultural das crianças é composto expressivamente de jogos e das interações com vídeos no YouTube. Há um intercâmbio mútuo nos sentidos construídos com os jogos e vídeos no YouTube.

Alice: Eu não to assistindo muito televisão. Ai eu assisto vários programas que eu nem sei o nome, mas eu assisto.

Pesquisadora: E por que você não tá assistindo mais televisão?

Alice: Porque eu assisto mais no computador, celular...

Pesquisadora: Ah, você fica mais no celular e no computador. E qual é a diferença da televisão do computador e do celular?

Alice: Porque tem Youtube, **jogos**, na televisão só tem programas que passa, músicas e filmes né?

Yuki: Eu tenho o videogame meu que tem o YouTube lá, então eu assisto. Tem internet, tem Twitter lá, tem o negócio todo, tem Netflix, tem Facebook, mas eu não acesso. A única coisa que eu uso é jogo, Netflix e YouTube e às vezes a internet! Assistio Pokémon também, fazer o que, a **vida é Pokémon**.

As falas de Alice e Yuki revelam o lugar significativo que o consumo de jogos ocupa em suas rotinas que tangencia o consumo de vídeos no YouTube. Quando Yuki fala e termina com a afirmação de que “a vida é Pokémon” e

quando Alice afirma que no YouTube ela encontra jogos, o que está acima de outras possibilidades de ver na televisão. Assim com as demais crianças, os dois tem acesso a suportes eletrônicos que permitem fazer diferentes experiências com as mídias digitais e audiovisuais. Através dos usos de aparelhos como *smarthphones*, as crianças encontram a facilidade de transitar entre o YouTube e jogos, realizando diversas formas de interação como assistir vídeos e jogar em um único suporte. Esta percepção levantada por elas, me fez pensar no desuso cada vez mais eminente da televisão por esta geração. A função de *zapper* de canal em canal com o controle remoto da TV, agora encontra sua expressão em artefatos hipermediatizados. As crianças zapeiam entre aplicativos, mídias sociais, sites e jogos alternando suas maneiras de interagir em diferentes linguagens, textos, funções e imagens. Penso que assim, elas vão do jogo para o vídeo, do jogador para o espectador...

Batista (2014) também observou em sua pesquisa com jovens a predominância dos jogos nas relações de consumo com o YouTube. Em sua pesquisa, a autora reflete acerca da experiência geracional de jovens – que se aproximam das experiências das crianças – marcada pela cultura do jogo eletrônico em convergência com o YouTube. A *cultura gamer* é tão valorizada quanto a cultura *youtuber* de tal forma que a identidade *gamer* está articulada às redes da cultura *youtuber*.

Os jovens vão pouco a pouco se inserindo nesse mundo, conhecendo seus códigos, informantes privilegiados, *fan sites*, empresas produtoras, publicações e eventos relacionados e se aprofundando na **cultura gamer** que circula entre pares e que foi sendo construída por meio do acesso e do consumo compartilhado de produtos da indústria cultural ligada aos jogos eletrônicos e também de produções amadoras de outros aficionados (BATISTA, 2014, p. 65).

Enquanto jogos são produtos de consumo, a cultura *gamer* se apresenta como algo mais abrangente, abarcando um universo muito mais amplo que se estende a interações sociais, mercado, elementos visuais, celebridades e, também, o YouTube. Compreende-se que ser espectador de vídeos de jogos no YouTube funciona dentro do dinamismo de uma cultura na qual o sujeito se

forma tanto quanto participa e também intervém. A significação desse território emerge de sentidos produzidos e apropriados coletivamente e, por isso, a relação e contato com eles nunca funciona isoladamente, mas se compõe na associação de informações, nas trocas com outros usuários. A relação com o jogo não se esgota no produto em si, mas se prolonga para outras práticas, interações e contextos com o YouTube. E tais interações estão entrecruzadas a modos de ser e estar na cultura em que transitam e tecem. A relação com os jogos passa pelo assistir, pelo ser espectador de jogos. Nos usos que as crianças fazem com os jogos e vídeos, compreendo a impossibilidade de desassociar as duas identidades, pois é somente na relação de coexistência que o *gamer* e o *youtuber* atuam.

### **5.3 - Adeus ao canal e... O retorno! – as relações com o tempo no YouTube**

Ao longo de oito meses seguindo e observando os canais das crianças no YouTube, experimentei diversos momentos de desconfortos. Lembrei-me das palavras de Da Matta (1978) e experimentei o que era estar *num labirinto de conflitos dramáticos* no trabalho metodológico. Fui assaltada pelas emoções ao me deparar com a impossibilidade de apreender o que esses sujeitos diziam. Após esse período cheio de dilemas sobre como ser pesquisadora-seguidora, percebi que estava diante de uma zona instável de imagens sempre em pedaços e inacabada. As constantes atualizações, exclusão de vídeos, mudanças nos temas e formatos soavam permanente como algo que está em trânsito, porém sem entrega. Afinal, como capturar os lampejos de suas narrativas, sempre breves e fugidias?

Mateus: Antes, eu mostrava uns raps que eu fazia. Aí, depois eu comecei a fazer gravando jogo, que no caso era *animeplay*. E aí, eu tava pensando em falar agora de cinema, mais de filmes de terror que eu gosto muito. E eu também queria mandar agora *stopmotion* com os bonecos dos Tartarugas Ninja.

Diana: Eu já tive vários canais. Eu cheguei a postar vídeo de Barbie, depois eu postei vídeo de maquiagem! Aí, eu apaguei e resolvi “não, eu vou fazer uma coisa mais legal que as pessoas gostam de ver”, né?! E aí, surgiu a ideia de fazer esse negócio do vlog, e eu criei vários canais. Tenho vários canais de vários e-mails.

O que os relatos de Mateus e Diana trazem à tona é a questão da efemeridade nos usos de consumo e produções das crianças no YouTube. A facilidade no descarte das produções, a plasticidade nos temas dos canais são algumas marcas presentes nas relações que elas constroem com este ambiente virtual. Esse *caráter fortemente mudante* (FERNANDES, 2009) que as crianças trazem que aponta modos de consumir, interagir e narrar com o YouTube provisórios e visíveis nos movimentos empreendidos em seus canais e produções. Esse fato muito nos diz sobre a construção das identidades dessas crianças. Entendo que trazer para suas narrativas elementos de seus interesses pessoais como os Tartarugas Ninja ou bonecas Barbie são formas identitárias de construção de si. E assim como seus canais, os interesses são logo substituídos por outros conforme o cheiro do novo vai se esvaindo.

Infere-se nisto a percepção do contexto cultural ao qual as crianças estão submetidas, marcado pela velocidade e excesso de circulação de dados e imagens que valorizam “produtos ligeiros da indústria cultural”, como Sibília (2016) pondera. Junto a isso, o barateamento e facilidade de aparelhos, *softwares* e outras ferramentas de captação e compartilhamento de imagens potencializam o imediatismo e a abundância de registros eletrônicos e audiovisuais, que são características expressivas percebidas nas narrativas *online* e *off-line* das crianças. Para a autora, o ritmo cada vez mais acelerado na produção em série e ilimitada de imagens foi alavancado pelos usos de dispositivos móveis e já se configura como sintoma cada vez mais naturalizado nos modos de vida contemporânea.

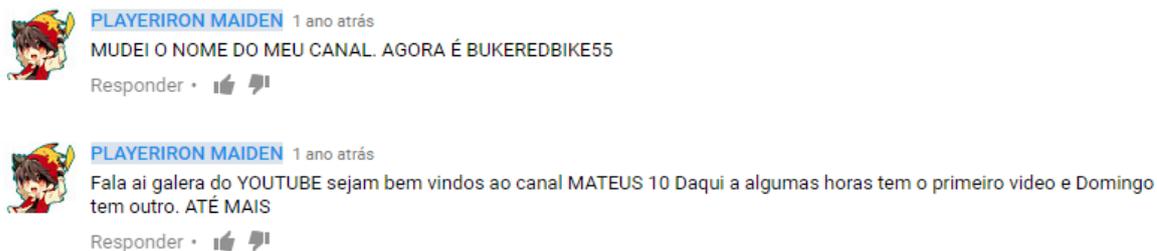
A visibilidade e a conexão sem pausa constituem dois vetores fundamentais para os modos de ser e estar no mundo mais sintonizados com os ritmos, os prazeres e as exigências da atualidade, pautando as formas de nos relacionarmos conosco, com os outros e com o mundo (SIBILIA, 2016, p. 21).

Os repertórios, as informações, imagens e as possibilidades de interagir, produzir e compartilhar são tantos que no instante em que se tem nas mãos já se escaparam. Tornam-se quem são de acordo com o curso de suas histórias nas redes conectivas que se enredam ao mesmo tempo que também formam essas redes.

Para o sociólogo Nick Couldry (2015), a aceleração que vivenciamos nos processos de vida gerada pelas mídias digitais é impulsionada pelo vasto quadro de interações possíveis que se seguem a elas. Como já se discutiu em outro capítulo anteriormente, as dinâmicas comunicacionais do mundo digital atravessam incessantemente as práticas e relações sociais dos sujeitos que nele circulam. Assim, as transformações digitais afetam as experiências que construímos com o tempo. Segundo a reflexão que o estudioso traz, podemos pensar que a brevidade que se manifesta nas dinâmicas dos canais, no consumo e produções com o YouTube deriva do tempo e espaço em que as crianças vivem. As crianças são representantes de sua época e, por isso, seus comportamentos, os gostos, relacionamentos e identidades carregam rastros dessas novas temporalidades.

Diante de tais reflexões é que compreendo que os modos como narram com o YouTube nos levam a tempos e espaços que são resíduos de maneiras de ser e estar no mundo. Penso assim que as frequentes mudanças acompanhadas nos canais de Mateus, Samara, Isaac e Talita estavam em consonância com essa natureza multidirecional, fragmentada e instantânea no fluxo de estímulos que constituem a malha cultural midiática. Pode-se dizer que o cenário atual orquestrado pelas tecnologias e suportes de comunicação legitima a formação de identidades híbridas que, assim como seus canais, estão em constante reconstrução.

Retornando a questão emocional no exercício etnográfico, sem dúvida, o canal de Mateus foi o que mais me causou ansiedade. Confesso que a cada vez que acessava seu canal pelo YouTube – tarefa que realizava pelo menos duas vezes por semana – experimentava a tensão da incerteza e do desgaste. Além de ser o mais vigoroso em atualizações de novas postagens, era o canal que mais apresentava alterações de temáticas, nomes, conteúdos e arte da página de exibição.



**Figura 25 - Comentário de Mateus em seu canal**

Quando conheci o canal de Mateus ele se chamava *Playeriron Maiden*, mas fuçando em suas publicações mais antigas, deparei-me com um comentário da própria criança em um vídeo que indica que o canal já teve outro nome: BUKEREDBIKE55, como vemos na imagem acima. O comentário ainda denota que antes deste, houve outro nome, ou talvez, outros. Mateus já mudou o canal diversas vezes, já apagou de uma vez todos os vídeos, já divulgou diferentes temáticas e séries que nunca deu continuidade e excluía com frequência vídeos recentemente postados. Mas essas mudanças não foram percebidas apenas pela tarefa de perscrutar os subterrâneos nos movimentos que a criança empreendia em seu canal. Os sustos que experimentei com seu canal eram provocados pelos muitos vídeos publicados, em diferentes momentos, para anunciar que o canal iria acabar, ou simplesmente pela exclusão dos vídeos do canal.



Figura 26 - Vídeo publicado no canal de Mateus



Figura 27 - Vídeo publicado no canal de Mateus

Nas imagens acima, vemos dois vídeos postados no intervalo de dois dias entre um e outro no mês de setembro de 2016. Percebo no suspense que

Mateus tenta criar sobre o possível fim do canal uma estratégia para testar a sua audiência sobre sua decisão. Como ela irá reagir? Na verdade, há um paradoxo nesse jogo interativo, pois ao mesmo tempo em que o canal supostamente vai deixar de existir, fica implícito no conjunto dessas postagens que a criança persiste em manter sua audiência. Em meio a avidez pela visibilidade, as mudanças também devem ser destacadas, espetaculizadas (SIBILIA, 2016). Mateus postou outras vezes vídeos com a mesma proposta de anunciar que o canal iria ser apagado.



**Figura 28 - Vídeo publicado no canal de Mateus**

Já com outro nome - Games e POP!, - Mateus anunciou o fim do canal, mas novamente, continuou atualizando as publicações com novos vídeos. Além das recorrentes ameaças de acabar com o canal, outra ação recorrente em seu canal eram as constantes mudanças dos temas que, assim como o “fim”, também eram anunciadas. Mateus já divulgou que o canal trataria de personagens de filmes de terror, de *stopmotion*, séries feitas com os jogos Five Night at Freddy's e Minecraft e super-heróis. Todos sem continuidade. Parece que o único objetivo foi criar uma expectativa em sua audiência e ver como reagiria.

O mesmo movimento de apagar vídeos postados e começar do zero também foi observado no canal de Samara, porém não tão recorrente quanto Mateus. Como vimos, Samara excluiu todos os seus vídeos pela primeira vez após receber comentários negativos, voltou a produzir e publicar em seu canal e, depois de um mês, apagou novamente todas as postagens. Até o final desta pesquisa, ela não retornou as atividades no canal.



Figura 29 - Vídeo publicado no canal de Samara

Até o final desta pesquisa de campo, Talita ainda mantinha seu canal no YouTube, mas alguns vídeos haviam sido apagados. Segundo o relato de Diana, ela já havia aberto diversas vezes contas no YouTube, criado e excluído diferentes canais. Isaac e Yuki apresentaram comportamentos que divergiam dessa lógica do descarte com o YouTube. Observou-se que os dois meninos mantiveram armazenados em seus canais todos os vídeos publicados ao longo do período da pesquisa. O canal de Isaac também não tinha alterações contínuas na temática - suas primeiras postagens eram *vlogs* e depois passou a publicar somente *gameplay*.

As constantes e diferentes mudanças nos modos e nos conteúdos de narração do canal fazem parte desse modo de relação que as crianças constroem com as narrativas no YouTube. Essa característica também foi

observada por Fernandes (2009) em sua pesquisa com crianças nas relações que elas criavam com histórias produzidas por elas. De forma semelhante com a produção de vídeos, as crianças em sua pesquisa apresentaram histórias que não chegavam ao fim. As crianças estavam sempre trazendo novos elementos da televisão, dos desenhos, dos quadrinhos e dos contos de fada o que dificultava em muitos momentos a conclusão e até mesmo a coerência de suas narrativas. Para a autora, essa circularidade entre as histórias pode nos fazer pensar que as crianças encaravam *a narrativa como brincadeira* que se alterna a todo momento, quando a brincadeira muda ou fica desinteressante para eles por algum motivo.

Fernandes destaca o aspecto híbrido de contar histórias, pois muitas vezes as crianças se sentiam desorientadas no processo de suas produções. Dialogando com Canclini, ela reflete que as hibridações também podem ser conflituosas, estar de frente a múltiplas formas de combinar seus referentes imprimindo a sensação de estar sempre em movimento. Por isso, as crianças “estavam vivendo, muitas vezes, um recomeço contínuo das histórias” (FERNANDES, 2011) e apresentavam dificuldades em manter a sequência lógica que haviam proposto desde o início. Assim, penso que os novos elementos que surgiam nos canais das crianças não eram incorporados às narrativas que já estavam em curso, mas viravam uma nova narrativa, ou uma nova série como elas chamavam. E dar início a uma história, nesse contexto, parece significar o abandono da anterior.

Na pesquisa de Freire (2015) com crianças e Internet, a autora também percebeu esse atributo nas relações entre as crianças com as redes sociais digitais. O que a autora nomeia por fluidez pode ser uma característica possibilitada pela própria tecnologia de facilitar a migração constante entre sites e aplicativos digitais como *blogs*, Instagram, Twitter, Facebook e YouTube. Para ela, tanto essa facilidade quanto a falta de interação com outros usuários são questões que motivam a recorrência de abandono das produções online pelas crianças. A ideia de um tempo não linear, mas sempre presente, que sempre recomeça novamente e muda de espaço ou muda de tema, ou muda de formato aparece com muita força nas práticas das crianças. Abrir um novo canal no YouTube é tão simples e rápido quanto o apagar. Assim como as

constantemente trocas das representações das crianças, a cada nova mídia social ou interesse surgido no contexto cultural, um novo perfil é criado, uma nova ideia para o canal aparece e, assim, segue-se o abandono do antigo, ou pelo menos, uma maior valorização do novo em detrimento do antigo (FREIRE, 2015).

Sibília (2016) discute que os testemunhos pessoais propagados na internet confirmam o diagnóstico que Benjamin havia dado sobre o fim da narrativa tradicional vinculada à experiência. Para a autora, o espetáculo é o oposto do sentido da narração que foi conceituado pelo filósofo. Isto porque o narrador benjaminiano recorre às suas experiências e às experiências que lhe foram contadas ao longo da vida para tecer suas histórias. Dessa forma, experiência é tempo porque traz vestígios do passado, resíduos na memória. Era preciso viver e acumular experiências para ter a autoridade de narrar. Em seu ensaio sobre o narrador, Benjamin elucida a figura do viajante e do camponês que são aqueles cujas histórias ou são calcadas pelas distâncias temporais e espaciais de suas experiências ou pelo longo tempo vivido numa só terra.

Junto a isso incorre a incompatibilidade entre as práticas de comunicação que as crianças demonstraram estabelecer no contexto do YouTube com o caráter artesanal dessa forma de narração tradicional. O abandono, a falta de atualizações, a descontinuidade nas histórias são aspectos contrários ao processo lento de entrega, paciência e devoção que demanda o exercício de fiar, desfilar e fiar de novo experiências da lembrança para remendar narrativas, de forma duradoura e não com o viés do descarte que elas demonstram.

O processo de criação de Yuki foi o que mais parecia se aproximar do trabalho artesanal para produzir um vídeo de acordo com o que ele descreveu: “Pensa, escreve, erra muito, eu esqueço a fala...faz de novo”. Mas para que isso ocorresse era preciso ter a mediação de sua mãe, figura adulta. A lentidão e paciência na tarefa de criar narrativas audiovisuais não se repetia nas demais crianças, principalmente em Alice. Ela foi a criança cujo processo de produção seguia a tendência de narrativas em ritmo acelerado e em profusão, tendo em

vista os relatos de sua mãe, da irmã e dela mesma de que está com a câmera do celular filmando o tempo todo e tudo o que acontece ao redor.

Em contrapartida, em Alice a relação que tinha com seus vídeos produzidos era diferente dos demais no que tange a obediência ao descarte. Presenciei sua angústia com a falta de memória no celular e a necessidade em apagar vídeos. Ela vivia, na verdade, um dilema porque precisava disponibilizar espaço no celular pra poder gravar novos vídeos, mas ao mesmo tempo tinha resistência em se desprender de suas obras. E neste impasse, ela se sentia congelada sem ação tendo que recorrer à irmã para lhe ajudar na seleção do que apagar.

Alice: Eu salvo na minha galeria, aí, quando eu quiser ver, eu vejo. Eu faço vídeo e aí eu assisto também os meus vídeos que eu deixo no meu celular. Alguns eu apago por causa da memória dele e os que eu deixo eu vejo, né. Tem bastante vídeo.

É interessante notar tanto em Alice como em Yuki que os gestos narrativos podem em algumas situações escapar da dispersão e da ansiedade ao regime atual dos *destempos* como Martín-Barbero (2002) denomina. Como Alice ainda não podia criar seu canal, ela era a espectadora dela mesma, dessa forma, ela precisava guardar suas obras. O acúmulo ou a prática de colecionar bens e objetos estão de certa maneira relacionados à memória. Percebe-se assim o oposto nas demais crianças que seguiam a lógica de que o que não era postado era descartado. Por isso, em muitas situações elas não tinham vídeos para me mostrar a não ser os que estavam publicados em seus canais. A intervenção da mãe nas práticas de produção de Yuki permite que ele experiencie nuances da oralidade e do trabalho artesanal o que o aproxima em certo modo ao narrador de Benjamin. Contudo, esses aspectos também podem ser indicativos para a “preguiça” que ele justificou para a falta de atualizações de seu canal. O exercício de pensar, errar, testar e refazer na produção dos vídeos demandam tempo e dedicação e a disposição para continuar nesse ritmo de narração perde espaço para o *skate* e o *videogame*, como ele mesmo disse.

É importante perceber essas hibridações no consumo e nas produções das crianças que misturam práticas orais, visuais, processuais, imediatas, físicas e virtuais. Na verdade, o que se percebe nas relações temporais que as crianças vivenciam nesse espaço virtual é que há uma predominância antagônica a capacidade de ter experiências segundo Benjamin. Não há entrega no narrador que logo exclui ou desiste de publicar suas produções, não há entrega do espectador que na menor pontada de desinteresse ou distração, pode passar adiante para outro vídeo, aplicativo ou site em um clique. E nesse dinamismo virtual que as crianças tem acesso a uma profusão de opções não cessam de ser “projetadas cópias e mais cópias descartáveis do mesmo” (SIBILIA, 2016).

Essas reflexões me levam a Yuki quando ele disse que talvez abandonasse seu canal por falta de atualização porque, pelo seu ponto vista, para conquistar muitas visualizações “tem que postar vídeo com frequência, semana por semana, daqui a pouco, dois vídeos por semana, e vai andando”. A baixa no número de visualizações foi o que moveu Diana nas vezes que excluiu seus canais no YouTube. O que não é visto é descartado, mas sempre há a possibilidade de tentar de novo. A questão da demora e da frequência entre a produção e a publicação online também foram motivos para Mateus desanimar em dar continuidade às produções em *stopmotion*.

Mateus: Demora demais! Eu faço com meus bonecos das Tartarugas Ninja. Eu vejo alguns que começam com uma clareza, aí daqui a pouco já tá até escuro. Aí, eu fico pensando, deve demorar tanto que já até escureceu onde o cara tá!

Também me recordo de Talita quando estava me mostrando seu vídeo intitulado “Minhas 5 músicas favoritas” acabou assumindo que já não gostava mais daqueles músicas. “*Essa música é muito antiga porque eu não gosto mais dela*”. Essa relação tem a ver com a formação de *videófilos* que Canclini (2008) atribui para se referir aos sujeitos consumidores vorazes de filmes, porém, apenas dos últimos lançamentos. Diferentemente dos cinéfilos, essa categoria de espectadores, não conhecem ou se interessam pelos diretores, pela fotografia ou história da arte cinematográfica. A relação com o filme se dá num presente sem memória. O que é antigo na concepção delas é o que não

acabou de ser atualizado, então, perde seu valor e merecimento de ser publicado.

Tanto a produção quanto o consumo de vídeos estão associados a um êxtase em criar um canal, em postar vídeos na internet e assistir as últimas atualizações que são tão breves quanto à empolgação de uma brincadeira que se esvazia de sentido em pouco tempo. Para Larrosa (2002), essa agitação da vida contemporânea nos leva a viver o agora no momento em que acontece e subtrai a experiência que é construída com tempo. O que vemos é uma profunda desvalorização do que já se passou que, na verdade, nem se passou há tanto tempo assim. As imagens e informações com as quais as crianças interagem, perdem a credibilidade pelo deslumbramento com as novidades que chegam a todo momento. Nessa dinâmica de avidez pelo novo que perpassa a sociedade do consumo, a eternização do presente se estende para os modos de ser (PEREIRA, 2002). A experiência para elas reside no próprio ato de narrar/filmar e o que ocorre é uma valorização do presente, viver e narrar são simultâneos.

O tempo é o tempo de agora. O que precisava ser vivido para ser contado, agora precisa ser visto para virar história. O intuito da narrativa neste contexto não está na troca de experiência, mas na auto-exposição. O contar se confunde com o exibir. Essa forma de narrar não requer entrega, disposição e a lentidão inerentes a oralidade do narrador em Benjamin nem de seu consumidor que logo a descarta. As crianças não revisitam o passado, lembranças de tempos distantes para criar suas narrativas, o que é novo não traz marcas, não deixa rastros nos sujeitos.

O que a conceituação de Benjamin (2012) sobre a narração propõe a pensar nessa pesquisa é perceber como as novas formas de se comunicar na modernidade afetam os modos de se produzir cultura. Embora as narrativas atuais sejam desvinculadas da experiência pensada por Benjamin por não estarem conectadas ao passado, há uma ligação com outras narrativas como vimos. Mesmo marcadas pela instantaneidade das produções e da existência das obras, as crianças recorrem a outras histórias assistidas e ouvidas não somente diretamente pelo YouTube, mas pelas redes sociais e culturais em que circulam e participam.

O contar das crianças no e com o YouTube não segue a dimensão narrativa pensada pelo filósofo alemão, pois a oralidade não é mais a base da nossa comunicação. Mas isso não acarreta o enfraquecimento do valor narrativo e nem da experiência nas suas interações com essa dinâmica e produções do ciberespaço. Toda narrativa é um recontar. Porém as crianças nessa relação com o YouTube não recontam necessariamente o que já viveram, mas o que veem como dizia Silviano Santiago. Segundo ele, o narrador atual traz a marca do espectador, que está na plateia assistindo e, ao mesmo tempo, acompanhando ao redor seres, fatos, incidentes e narrando-os a partir do seu olhar de hoje (SANTIAGO, 1989 apud FERNANDES, 2009). A narrativa está associada à visão, ao olhar e não a memória, ao que lembramos.

Os canais, os vídeos e as postagens das crianças duram o tempo de uma brincadeira. Há um momento de acabar e o prazer está no próprio ato de produzir, encenar, em ter um canal. E a brincadeira só tem graça enquanto ela dura. E assim como as brincadeiras, as formas de narrar são múltiplas, infinitas e abertas. Elas estão sempre abrindo janelas, não existe início, meio e fim, é um início eterno. No mundo digital, sempre há a possibilidade de abrir novas janelas e, se possível, fazer entrar, por vezes também as lembranças, a oralidade, a escuta e o toque atento e demorado.

## NÃO DEIXE DE CURTIR OU CONCLUSÕES FINAIS

Agora chegando ao fim deste trabalho, vislumbro o seu despertar na minha graduação em Pedagogia quando iniciei minhas leituras e pesquisas com mídias audiovisuais sob o olhar da Educação. Os diferentes papéis e lugares que assumi desde estudante universitária como bolsista de Iniciação Científica na UNIRIO a agora como professora do município do Rio de Janeiro me enredaram em caminhos que me trouxeram a essa investigação, a essas crianças. A sala de aula foi o que me instigou a levantar as questões aqui apresentadas, nas falas dos estudantes e nas suas formas de interagir com os usos do audiovisual neste espaço. Mas percebi que encontrar com crianças fora do contexto escolar em suas práticas de consumo e produção de vídeos não implica na ausência da escola. Entendo que a proposta de investigar possíveis dimensões formativas entre crianças com o YouTube está associada ao fazer e ao pensar pedagógico que me acompanha. Então, afinal, que pontes podem se estabelecer entre o percurso dessa pesquisa com a minha prática escolar? Que pontes podem ser pensadas com a educação?

Se o consumo de narrativas do YouTube é tão expressivo nas produções audiovisuais das crianças, esse consumo pode estar emergindo vozes, olhares e conhecimentos que vão deixando rastros para além do lazer e do entretenimento. Na complexidade de ecossistemas comunicativos, o YouTube se afirma como um dos novos mediadores na formação dos sujeitos pela sua expressividade e presença no cotidiano e nos contextos sociais das crianças. O diálogo com autores dos Estudos Culturais Latino-Americanos se deu pela compreensão de que os sentidos que as crianças construíam com a plataforma de vídeos podiam ser aprendidos pelo viés do consumo e da mediação. E ao problematizar o consumo como lugar de significação da cultura, segundo Canclini (2010), passo a enxergar as crianças como autoras tanto em relação as narrativas audiovisuais que acessam quanto as que produzem. Ao fazer uso dos produtos nesse site, as crianças assumem papéis de interação e autoria, pois não são meras espectadoras de vídeos. Em suas práticas de consumo com o sítio, elas são usuárias, emissoras e difusoras de

informação, conhecimento e imagens posto que na dinâmica de assistir, curtir, comentar, compartilhar, baixar, copiar e editar, elas fazem circular e reformular esses aspectos.

As leituras e reflexões produzidas em consonância com os deslocamentos e olhares de seguidora de seus canais junto com as conversas me fizeram adentrar nesse universo em que circulam ao mesmo tempo em que constroem. Entende-se que o sentido formativo não está nos vídeos e conteúdos do YouTube em si, não são os aparatos e mensagens midiáticas que as crianças consomem que as formam. Entende-se que o YouTube é um cenário pleno de cultura, mas que não atua isoladamente na fomentação de sentidos culturais. A formação reside nas múltiplas possibilidades de interação e criação que as crianças vão estabelecendo enquanto transitam, ocupam e deixam suas marcas neste ciberespaço.

As crianças constroem suas representações de si e do mundo através de processos interativos. Postar vídeos, comentar, curtir, seguir canais e compartilhar são gestos e comportamentos carregados de significações porque são atos de quem quer dizer algo, de querer se comunicar. Dessa forma é que entendo que os usos de consumo, produção e apropriação de imagens simbólicas e materiais com o YouTube integram e intervêm em modos de pensar, criar e agir na vida coletiva em sociedade. Eis a potência inventiva e criadora da cultura entre as crianças com o YouTube: atravessar redes de significação culturais que atravessam ao serem atravessadas por elas. São processos de interação, participação e reformulação mútuos e incessantes.

Cada uma das 7 crianças interlocutoras na pesquisa a seu modo, a sua maneira de narrar, apresentaram sentidos singulares para suas experiências com o YouTube. A relação lúdica tanto com o consumo quanto com a produção de vídeos foi um dos aspectos em comum entre elas em meio as particularidades de seus canais, produções e usos. Vimos que o YouTube também atua no campo da ludicidade, na medida em que as crianças buscam e trazem deste universo elementos para dar vida ao brincar. O produzir em muitos momentos se constitui um gesto de faz-de-conta, brinca-se de fazer vídeos para o YouTube, de ter um canal e, principalmente, de ter uma grande audiência. Nesse sentido, a lógica da fama também se cruza com a natureza

lúdica na interação com o YouTube. Isso ocorre porque na brincadeira as crianças têm a possibilidade de criar suas representações, fingir quem desejam ser. Assim como na prática de consumo, é na brincadeira que as crianças experimentam ser protagonistas e autoras. E num lugar tão prestigiado e desejado como o dos *youtubers*.

O que parece estar em jogo não é produzir vídeos, mas estar no YouTube, ter um canal. Portanto, as crianças que não podem abrir seu canal por restrição dos responsáveis, fingem ter um canal e interagir com seguidores imaginários. Fazem de conta que são *youtubers*, que pertencem àquele lugar. E o pertencimento neste ciberespaço passa pela visibilidade, para ser reconhecido e visto é preciso contar a sua história. Seus canais são seus modos de pertencer e demarcar territórios. Ao consumir e produzir conteúdos no YouTube, as crianças estão participando do universo midiático, de modo a transformar e construir significados dentro do contexto cultural que as rodeiam. Portanto, ter um canal no YouTube está muito além de produzir vídeos, fazer experimentações audiovisuais, mas consiste principalmente em ser seguido, compartilhado, curtido e visto.

Percebo nesses movimentos as novas formas narrativas na contemporaneidade, de modo que para as crianças assim como as demais redes sociais, o YouTube é um ponto de diálogo, de encontro. O YouTube constitui um dos principais meios de acesso a narrativas pelas crianças, onde elas veem/ouvem narrativas e, por isso também querem contar suas histórias. Sob o prisma do espetáculo, as crianças editam fragmentos de si para compor suas narrativas audiovisuais. As formas de fazer narrativa na contemporaneidade estão aliadas ao consumo de dispositivos móveis de acesso a rede. O que move as crianças no YouTube são vídeos mediados pela lógica do consumo, da espetacularização das relações que se traduzem na construção de experiências coletivas e como Orozco-Gómez (2009) nos lembra “goste ou não, isso é uma forma popular de fazer cultura a partir das telas” (2009). Os *vlogs*, desafios e *gameplay* são formas narrativas com as quais as crianças buscam reafirmar suas identidades, suas territorialidades.

Mas também é preciso lembrar que o YouTube é um cenário narrativo tocado por valores mercadológicos. A dimensão colaborativa e participativa da

cultura digital é transpassa também por interesses e dinâmicas de compra e venda no cenário atual do capitalismo globalizado. Ao mesmo tempo que as imagens que circulam nesses espaços são possíveis de serem manipulados pelos usuários, sofrem também rápidas substituições e mudanças conforme a natureza do consumo nesse mosaico globalizante da cultura. Dessa forma, podemos dizer que os pertencimentos e processos interativos construídos e reconstruídos permanentemente nos usos de consumo e produção de vídeos com o YouTube são entrecruzados por estímulos mercantis.

O contar híbrido e mudante característico nas produções audiovisuais das crianças são marcas de um consumo que não cessa de novidades, imagens e informações. As tecnologias mais recentes da informação redimensionam os modos de se comunicar, de pensar, de lidar com o tempo e com o conhecimento. Vemos isso no próprio YouTube que se configura em um espaço de micro narrativas, em sua maior parte com menos de 10 minutos de duração, porém em modo de profusão instantâneas e fragmentadas.

As mídias são os novos fios condutores do tempo. Podemos entender que na relação com o YouTube, as crianças estão promovendo novas práticas e funções narrativas marcadas pelo imediatismo e plasticidade das interações. O narrador *youtuber* traz essas novas temporalidades para suas histórias porque é essa a forma que ele consome e se relaciona com outras narrativas. Assim, percebo as produções online e off-line das crianças como narrativas quebradas (FERNANDES, 2009), um contar de si a partir de recortes selecionados e remendados de um eu que vive, conta e se exhibe *tudo ao mesmo tempo e agora*, como nos diz Pereira (2002). O valor das narrativas no YouTube não está no seu resultado final, mas no processo em si, no presente do ato de criação e de exibição. Nas recentes memórias de suas trajetórias de suas vidas elas se propõem a ser narradoras, um contar quebrado, entrecortado, mas um novo contar.

Sibília (2016) reflete como essas novas ordens proporcionadas pelas transformações tecnológicas acabam nutrindo as construções de si com o advento de subjetividades plásticas e efêmeras produzidas em série. Diferentemente de nós adultos que tivemos que nos adaptar aos ritmos e inovações comunicacionais, as crianças já demonstram uma maior

cumplicidade com a dispersão e fragmentação de informações e imagens em suas trocas individuais e coletivas que se afastam de noções lineares e cartesianas de tempo e espaço.

A presente pesquisa acredita na expressividade dessas novas redes midiáticas como o YouTube na formação dos sujeitos, tanto quanto os mais antigos e tradicionais centros de formação como a família e a escola. Mas qual o papel e lugar da escola nesse contexto de saberes híbridos e descentralizados impulsionados pelas transformações das mídias digitais? Percebo a delicadeza que é falar de escola no singular quando o âmbito da escolarização é múltiplo. Assim como as infâncias, as formas de construir, aprender, viver e sentir a escola também podem ser amplas, diversificadas e resignificadas. Dessa forma, falo através do olhar para a escola que vivi como estudante e da que vivo atualmente como professora dominadas “pela cultura da letra e pela relação individual face a face” (SARLO, 2000, p. 103).

O que percebo é que há sim um descompasso entre os tempos vividos na escola com os tempos das redes massivas e transnacionais que as crianças experimentam através dos dispositivos digitais de comunicação. Para Batista (2014), a escola precisa se reconciliar com esses sujeitos de identidades instáveis e híbridas por estar à parte da cultura contemporânea que eles pertencem nesses novos territórios. Assim como falei no início deste trabalho, eu me vi como uma estrangeira ao mergulhar no universo cultural das crianças com o YouTube, estranha aos sentidos, símbolos, comportamentos, termos e narrativas. Então, como nós educadores podemos lidar com essas novas temporalidades?

O tempo narrativo se manifesta nos modos como os saberes são produzidos e compartilhados. Se tomarmos a escola como foi tradicionalmente pensada e organizada no curso da história da sociedade burguesa, podemos considerar que o seu tempo está mais próximo a vagarosidade e delimitação da narração artesanal benjaminiana. A educação ancorada na cultura letrada e confinada a visão normatizante e sequenciada como teorizada por Piaget acaba criando fronteiras para corpos e mentes. No entanto, como nos lembra Martín-Barbero (2014), os saberes que na escola se ensina são atravessados permanentemente por esses saberes regidos pelas novas modalidades e

ritmos de ambientes tecnocomunicativos. Assim sendo, a escola não está totalmente alheia a esses indivíduos que sofrem de constante instabilidade identitária e aos saberes que emergem das novas configurações sociais.

Inclusive, o autor afirma que é na educação que as lógicas narrativas distintas da oralidade, literalidade e visualidade tem a possibilidade de se entrecruzarem. Então, o papel da escola não deva ser o de adentrar radicalmente nesse ritmo das *des-ordens* temporais e espaciais midiáticas, mas o de dialogar com as diferentes modalidades de pensamento, aprendizado e socialização. Talvez, a escola seja justamente o espaço-tempo de desacelerar, de vivenciar outros ritmos de interação e possibilitar a experiência de outro tempo. Como Fernandes (2010) também reflete, é preciso lembrar que esses saberes que as crianças constroem nesses espaços-tempos com o YouTube estão associados ao consumo, a relações de mercado. As transformações na natureza do saber diante da cultura midiática, nos coloca educadores para pensar que as novas tecnologias da comunicação não são tão apocalípticas, mas nem tão celestiais assim! Nesse sentido que a autora acredita que a escola deva tratar os filmes e outros materiais audiovisuais da cultura dos estudantes na mesma proporção que tratam os livros no processo de aprendizagem.

Porque as escolas continuam reduzindo o ensino sem incluir discussões de materiais como esses que hoje são parte da formação de nossas crianças e jovens? Porque insistem em falar às crianças que se informem e aprendam somente em livros e, não (também) no rádio, na TV e no cinema e internet?  
(FERNANDES, 2010)

A escola talvez seja o espaço privilegiado para que as crianças possam construir uma “recepção e produção comunicativa ao mesmo tempo múltipla, seletiva e crítica” (OROZCO, 2002, p. 57), de modo a integrar no trabalho pedagógico processos de alfabetização das linguagens, produção e análise de imagens midiáticas. Tanto quanto os saberes compartilhados e produzidos nos espaços escolares, os usos, produções e circulação de imagens no YouTube também não são naturais e nem nascem espontaneamente no curso das relações sociais.

Para se formar posturas críticas, participativas e criativas sobre os meios, tecnologias e seus conteúdos, é necessário, sobretudo, conhecer e

ampliar os repertórios de narrativas midiáticas, refletir sobre gostos e olhares sobre o que, como e por que consomem determinadas imagens. Mais do que uma questão de comunicação, é uma questão de cidadania. Mais do que manipular conteúdos e meios, é poder modificar os aparentes usos de consumo, produção e apropriação por diversão e entretenimento.

Retomando minha fala no primeiro capítulo, o que muitas vezes ocorre quando a escola contempla dispositivos eletrônicos e audiovisuais é um tratamento de suspeita ou marginalização diante de práticas que legitimam o ensino e a avaliação. Parto desta afirmação considerando as minhas próprias práticas, a aquisição e acesso a determinados equipamentos e recursos tecnológicos não vem junto com as culturais midiáticas e midiáticas. É preciso a escola construir suas culturas junto com os estudantes, educadores e educadoras. Para tanto, há de se quebrar as resistências e reconhecer as potencialidades das narrativas polissêmicas, plurais e cambiantes na constituição de saberes.

Como então, a escola que ainda ocupa importante lugar na mediação de conhecimentos e na sociabilidade dos sujeitos pode estabelecer trocas com as novas linguagens, formatos e meios narrativos das mídias? De que maneira a escola pode aprender com as imagens que as crianças já produzem fora de seu contexto? Há tempo para esses debates no âmbito das práticas curriculares?

E por fim, reconheço que não sei se dou conta de responder a essas questões. Apenas busco trazer contribuições para o campo de educação sobre as infâncias que se formam ao mesmo tempo que formam o seu mundo ao se relacionarem com narrativas audiovisuais no YouTube. Pretendo contribuir com discussões que focam seus olhares para o que as crianças narram na contemporaneidade e trago na pesquisa o que percebi e vivi com elas.

E a partir dessas considerações, recorro inevitavelmente as meninas e meninos da minha sala de aula diariamente e vejo em cada um pouco de Yuki, Samara, Mateus, Talita, Alice, Isaac e Diana. Os instantes das conexões e interações virtuais se desdobram para os inúmeros desenhos de figuras feitas em blocos no estilo Minecraft, as brincadeiras de fazer do caderno um computador, de fingir que se comunica com alguém pela tela, de fazer do

estou um celular tirando *selfie* e filmando. Mesmo na escola estão todos online na imaginação. A vida ganha sentido quando é narrada. As crianças são narradoras de suas épocas porque nesse contar com o YouTube, elas dão significação ao mundo e a elas mesmas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Nilda. Decifrando o pergaminho - o cotidiano das escolas nas lógicas das redes cotidianas. In: OLIVEIRA, I. B.; ALVES, N. (orgs.). *Pesquisa nos/dos/com os cotidiano das escolas: sobre redes de saberes*. 3ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2008.

ALVES, Nilza Gonzaga. *Minha vida é uma tela aberta: diários de jovens no You Tube*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense, Faculdade de Educação, 2011.

ARIÉS, Phillipe. *História social da criança e da família*. Trad. Dora Flaksman. 2. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1981.

BACCEGA, Maria Aparecida. A. Comunicação/educação: relações com o consumo. Importância para a constituição da cidadania. *Comunicação, Mídia e Consumo* (São Paulo. Impresso), v. 7, no. 19, p. 39-65, 2010.

BATISTA, Lucineia de Fátima Sena. *Jovens Youtubers: processos de autoria e aprendizagens Contemporâneas*. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs). *Mediação e Midiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012. Disponível em: <[https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/MIDIATIZACAO\\_repositorio.pdf](https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/MIDIATIZACAO_repositorio.pdf)>. Acesso em 2013.

BENJAMIN, Walter. O narrador: considerações sobre a obra de Nicolai Leskov. In: \_\_\_\_\_. *Obras Escolhidas I: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 2012.

\_\_\_\_\_. Experiência e Pobreza. In: \_\_\_\_\_. *Obras Escolhidas I: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 2012.

\_\_\_\_\_. *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. N: \_\_\_\_\_. *Obras Escolhidas I: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 2012.

BOLL, Cintia Inês. *A Enunciação Estética Juvenil em Vídeos Escolares no YouTube*. Tese (doutorado) UFRGS-PPGEDU. Porto Alegre, BR-RS, 2013.

BROUGÈRE, Gilles. A criança e a cultura lúdica. *Revista Faculdade de Educação*, vol.24, n.2. 1998.

\_\_\_\_\_. *Brinquedo e cultura*. 4ª ed. São Paulo: Cortez, 2001.

BUCKINGHAM, David. *Crescer na era das mídias eletrônicas*. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. *YouTube e a revolução digital*. São Paulo: Aleph, 2009.

CANCLINI, Nestor García. A cultura extraviada nas suas definições. In: *Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005, p. 35-53.

\_\_\_\_\_. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 2003.

\_\_\_\_\_. O Consumo Serve Para Pensar. In: *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2010, p. 61-73.

\_\_\_\_\_. *Leitores, espectadores e internautas*. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CASTRO, Lucia Rabelo de. de. Conhecer, transformar(-se) e aprender: pesquisando com crianças e jovens. In: \_\_\_\_\_; BESSET, V. L. *Pesquisa-intervenção na infância e juventude*. Rio de Janeiro: Nau/FAPERJ, 2008.

COHN, Clarice. *Antropologia da Criança*. São Paulo: Jorge Zahar, 2005.

CORRÊA, Luciana. *Geração Minecraft: Uma abordagem cultural sobre o consumo de vídeos por crianças no YouTube Brasil*. Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 3, do 5º Encontro de GTs – Comunicon. Disponível em <http://pesquisamedialab.espm.br/criancas-e-tecnologia/> acessado em 03/10/2016.

COULDRY, Nick. O tempo e as mídias digitais: aprofundamento do tempo, défcits de tempo e configuração narrativa. *Revista Parágrafo*. V. 2, N. 3, 2015.

DALETHESE, Thamyres. *Cinema, narrativas e experiências: a formação atravessada pela prática cineclubista na universidade*. 2013.68 p. Monografia (Curso de Pedagogia), Escola de Educação, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

DAMATTA, Roberto. O Ofício de Etnólogo, ou como Ter “Anthropological Blues”. In NUNES, E. O. (org.). *A Aventura Sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978. pp. 23-35.

DUARTE, Rosália; ALEGRIA, João. Formação estética audiovisual: um outro olhar para o cinema a partir da educação. *Educação e Realidade: Dossiê Cinema e Educação*, Porto Alegre, v. 33, n. 1, p. 59-80, jan./jun. 2008.

FANTIN, Mônica. *Mídia-educação, cinema e produção de audiovisual na escola*. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006.

FERNANDES, Adriana Hoffmann. *Infância e cultura: o que narram as crianças na contemporaneidade?* Brasil, Tese (Doutorado em Educação), Programa de Pósgraduação em Educação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

\_\_\_\_\_. *As crianças e os desenhos animados: mediações nas produções de sentido*. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2012.

\_\_\_\_\_. *O cinema e as narrativas de crianças e jovens em diferentes contextos educativos*. Projeto de Pesquisa FAPERJ. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 2010.

\_\_\_\_\_; FONSECA, Mirna Juliana; DALETHESE, Thamyres. *Narrativas e experiências com o cinema: reflexões sobre a formação de jovens universitários no Cine CCH*. In: CONGRESSO INTERNACIONAL COTIDIANO: DIÁLOGOS SOBRE DIÁLOGOS. 4., 2012, Niterói. Anais eletrônicos..., Niterói: UFF, 2012. 1 CD-ROM.

\_\_\_\_\_; FONSECA, Mirna Juliana; DALETHESE, Thamyres. *O cinema e as narrativas de jovens universitários: um diálogo com Walter Benjamin e Jorge Larrosa Bondía*. In: VI Colóquio Internacional de Filosofia e Educação, UERJ, 2012.

FERRARO, Joênia Ricarte. *Indústria cultural e educação: o youtube como espaço de manifestação e mediação das tensões na escola*. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de São Carlos, 2012.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Mídia, máquinas de imagens e práticas pedagógicas*. *Revista Brasileira de Educação*. v. 12 n. 35 maio/ago. 2007.

FREIRE, Joana. *Crianças e Internet: conhecendo produções infantis online*. Qualificação. (Doutorado em Educação) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Educação, 2015, mimeo.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

HALL, Stuart. *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 22, nº2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

JOBIM E SOUZA, Solange. *Re-significando a psicologia do desenvolvimento: Urna contribuição crítica à pesquisa da infância*. In: KRAMER, S. LEITE, M. I.

(org.) *Infância: fios e desafios da pesquisa*. Campinas: Papirus, pp. 39-55, 1996.

\_\_\_\_\_ ; CASTRO, Lucia Rabelo de. Pesquisando com crianças: subjetividade infantil, dialogismo e gênero discursivo. *Psicologia Clínica*, vol. 9: 83-116. Departamento de Psicologia, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 1997.

KAMERS, Nelito José. *O youtube como ferramenta pedagógica no ensino de física*. Dissertação de Mestrado. Universidade Do Estado De Santa Catarina, 2013.

LARROSA, Jorge. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. Tradução de João Wanderley Geraldi. *Revista Brasileira de Educação*, Rio de Janeiro: Autores Associados, n. 19, p. 20-28, abr. 2002.

\_\_\_\_\_. *Pedagogia Profana: danças, piruetas e mascaradas*. Tradução de Alfredo Veiga-Neto. Belo Horizonte; Autêntica, 1998.

LEMOS, A. L. M. (2002) A arte da vida. Webcams e diários pessoais na internet. *Revista Comunicação e Artes: a Cultura das Redes*, 305-319. Anais do Congresso ICNC 2001. Lisboa: Relógio d'Água.

LOPES, Ana Helena Ribeiro Garcia de Paiva. *O olhar do aluno mediado pelas tecnologias digitais: o youtube e a (re)definição da relação pedagógica*. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de São Carlos, 2014.

MACEDO, Nélia Mara Rezende; SANTOS, Nubia de Oliveira; FLORES, Renata; PEREIRA, Rita Marisa Ribes. Encontrar, compartilhar e transformar: reflexões sobre a pesquisa-intervenção com crianças. In: PEREIRA, Rita. Marisa Ribes; MACEDO, Nélia Mara Rezende. (orgs). *Infância em Pesquisa*. Rio de Janeiro: Nau, 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

\_\_\_\_\_. *A comunicação na educação*. São Paulo: Contexto, 2014.

\_\_\_\_\_.Tecnidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 51-79.

MENEGON, Érika Nogueira. *Imagens e narrativas midiáticas: análise dos vídeos do YouTube*. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Educação) – Universidade Estadual Paulista. Marília, 2013, 152 f. Disponível em: . Acesso em: 13 set. 2015.

OROZCO GÓMEZ, Guilherme. Entre Telas: Novos Papéis Comunicativos das Audiências. In: BARBOSA, Marialva, FERNANDES, Márcio & MORAIS,

Oswaldo José (orgs.). *Comunicação, educação e cultura na era digital*. São Paulo: INTERCOM, 2009.

PEREIRA, Rita Marisa Ribes. Uma história cultural dos brinquedos: apontamentos sobre infância, cultura e educação. *Revista Teias*, v. 10, p. 1-20, 2009.

\_\_\_\_\_. Tudo ao mesmo tempo agora: considerações sobre a infância no presente. In: GONDRA, José Gonçalves (Org.). *História, infância e escolarização*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2002.

PRETTO, Nelson; ASSIS, Alessandra. Cultura digital e educação: redes já!. In: Nelson De Luca Pretto; Sérgio Amadeu da Silveira. (Org.). *Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder*. 1ed.Salvador/Bahia: Edufba, 2008, v. , p. 75-84.

RECUERO, Raquel. *Weblogs, Webrings e Comunidades Virtuais*. Trabalho apresentado no GT de Comunicação e Cultura do VII Seminário Internacional de Comunicação, em Setembro de 2002. Trabalho publicado na revista *404notFound*, v1. número 31, 2003. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/webrings.pdf>, acessado em: 20/03/2017.

SALGADO, Raquel Gonçalves; PEREIRA, Rita Marisa Ribes; JOBIM e SOUZA, Solange. Da recepção à produção de mídia: as crianças, a cultura e a educação. In: *Revista Alceu*, v. 7, nº13, p. 165-181, jul./dez.2006.

SANTANA, Leonardo Silveira. *A Autoria no YouTube: Um processo formativo Contemporâneo*. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado da Bahia. Faculdade de Educação, 2012.

SANTAELLA, Maria Lúcia. *Cultura em deslocamento*. 2003. Disponível em: <<http://www.videobrasil.org.br/14/news/port-opinioao/4Cultura.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2015.

SANTOS, Rosemary dos. *A tessitura do conhecimento via Mídias Digitais e Redes Sociais: itinerâncias de uma Pesquisa-formação multirreferencial*. 2011. 232f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

SARLO, Beatriz. Culturas populares, velhas e novas. In:\_\_\_\_\_. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2000.

SARMENTO, Manuel Jacinto. As culturas da infância nas encruzilhadas da segunda modernidade. In: \_\_\_\_\_; CERIZARA, A. B. *Crianças e miúdos: perspectivas sociopedagógicas da infância e da educação*. Porto: ASA, 2004.

\_\_\_\_\_; PINTO, Manuel. As crianças e a infância: definindo conceitos, delimitando o campo. In: *As crianças: contexto e identidades*. Universidade do Minho, Centro de Estudos da Criança, 1997.

SCHALLENGER, Augusto. *Ciberhumor nas comunidades surdas*. Porto Alegre: UFRGS, 2010. 75f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SIBILIA, Paula. *O Show do Eu: A intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, Hélio. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 15, n. 32, p. 171-188, jul./dez. 2009.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006.

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In: NUNES, Edson Oliveira. *A Aventura Sociológica*, Rio de Janeiro, Zahar, 1978.

## ANEXOS

## Anexo 1 - AUTORIZAÇÃO

Eu, \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, RG \_\_\_\_\_, como representante legal de  
meu/minha \_\_\_\_\_ (a) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, menor, de \_\_\_\_ anos, nascido em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_,  
RG \_\_\_\_\_, autorizo sua participação na pesquisa “Crianças e as  
narrativas contemporâneas: o consumo de vídeos no Youtube” (título provisório) a ser  
realizada pela pesquisadora Thamyres Ribeiro Dalethese, RG 11661594-9 DETRAN,  
CPF 124.154.507-31, aluna do Programa de Pós-Graduação em Educação da  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro- UNIRIO, matrícula 07P6M005. Autorizo,  
ainda, a divulgação de seus textos, trechos da entrevista, imagem e vídeos para fins da  
pesquisa e para divulgação da mesma, na integralidade ou partes, no Brasil ou no  
exterior, em qualquer mídia e sem limitação de tempo, estando totalmente ciente de que  
não há nenhum valor econômico, a receber ou a pagar, pela participação.

\_\_\_\_\_

Telefones: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

Em caso de dúvidas ou para qualquer tipo de esclarecimento ligar:

Thamyres Ribeiro Dalethese, tel (21) XXXX XXXX ou thamydalethese@yahoo.com.br

Secretaria do Programa de Pós-Graduação em Educação -PPGEdu/UNIRIO, telefone  
[\(21\) 2542-2281](tel:(21)2542-2281) ou enviar um e-mail para [mestradounirio@gmail.com](mailto:mestradounirio@gmail.com).

## Anexo 2 - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

**Título:** Crianças e as narrativas contemporâneas: o consumo de vídeo no Youtube (título provisório).

**OBJETIVO DO ESTUDO:** Compreender as possíveis relações formadoras que as crianças estabelecem com o consumo de vídeos no Youtube.

**ALTERNATIVA PARA PARTICIPAÇÃO NO ESTUDO:** Você tem o direito de não participar deste estudo. Estamos coletando informações para pesquisa de Mestrado. Se você não quiser participar do estudo, isto não irá interferir na sua vida profissional/estudantil.

**PROCEDIMENTO DO ESTUDO:** Se você decidir integrar este estudo, você participará de uma entrevista individual com duração de no máximo 1 hora.

**GRAVAÇÃO EM ÁUDIO:** As entrevistas serão gravadas em áudio. A gravação será ouvida por mim e por uma entrevistadora experiente e será marcada com um número de identificação durante a gravação e seu nome não será utilizado. O documento que contém a informação sobre a correspondência entre números e nomes permanecerá trancado em um arquivo. A gravação será utilizada somente para coleta de dados. Se você não quiser ser gravado em áudio, você não poderá participar deste estudo.

**RISCOS:** Você pode achar que determinadas perguntas incomodam a você, porque as informações que coletamos são sobre suas experiências pessoais. Assim você pode escolher não responder quaisquer perguntas que o façam sentir-se incomodado.

**BENEFÍCIOS:** Sua entrevista ajudará a realização de uma pesquisa de Mestrado em Educação, mas não será, necessariamente, para seu benefício direto. Entretanto, fazendo parte deste estudo você fornecerá mais informações sobre o lugar e relevância desses escritos para a instituição em questão.

**CONFIDENCIALIDADE:** Como foi dito acima, seu nome não aparecerá nas gravações de áudio, bem como em nenhum formulário a ser preenchido por nós. Nenhuma publicação partindo

destas entrevistas revelará os nomes de quaisquer participantes da pesquisa. Sem seu consentimento escrito, os pesquisadores não divulgarão nenhum dado de pesquisa no qual você seja identificado.

**DÚVIDAS E RECLAMAÇÕES:** Esta pesquisa possui vínculo com a Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO através do Programa de Pós-Graduação em Educação – Mestrado e Doutorado (PPGEdu) - sendo a aluna Thamyres Ribeiro Dalethese a pesquisadora principal, sob a orientação da Prof<sup>a</sup> Adriana Hoffmann Fernandes. As investigadoras estão disponíveis para responder a qualquer dúvida que você tenha. Caso seja necessário, contacte no telefone XXXX XXXX (Thamyres). Você terá uma via deste consentimento para guardar com você. Você fornecerá nome, endereço e telefone de contato apenas para que a equipe do estudo possa lhe contactar em caso de necessidade.

Eu concordo em participar deste estudo.

Assinatura: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

Endereço \_\_\_\_\_

Telefone de contato \_\_\_\_\_

Assinatura (Pesquisador):

\_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

### Anexo 3 - TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO

A professora Dra. Adriana Hoffman Fernandes desenvolve, com um grupo de estudantes de graduação e pós-graduação a pesquisa: “O cinema e as narrativas na era da convergência” dentro do grupo de pesquisa CACE (Comunicacao, Audiovisual, Cultura e Educacao) na Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO. A pesquisa realizada pela mestranda Thamyres Dalethese intitulada **Crianças e as narrativas contemporâneas: o consumo de vídeo no Youtube** (título provisório) realiza-se sob a orientação da referida professora neste grupo de pesquisa.

Tal pesquisa tem como objetivos investigar as relações culturais e sociais construídas pelas crianças com a plataforma de vídeos Youtube. Compreender as possíveis relações formadoras que as crianças estabelecem com o consumo de vídeos no Youtube.

A mestranda Thamyres Dalethese compromete-se a esclarecer devida e adequadamente qualquer dúvida ou questionamento que os participantes venham a ter através do e-mail [thamydalethese@yahoo.com.br](mailto:thamydalethese@yahoo.com.br) ou telefone 21- XXXX XXXX.

Após ter sido devidamente informado (a) dos objetivos desta pesquisa, eu \_\_\_\_\_ concordo que meu filho participe desta pesquisa cedendo material do canal e materiais para a utilização na pesquisa realizada dentro do grupo de pesquisa e em relatórios e publicações associadas a este trabalho.

Sobre a identificação da/o cedente do material nos relatórios e publicações da pesquisa, a mesma é opcional e seu consentimento em ceder o material não é afetado pela sua opção do seu filho ser ou não identificado(a) nas divulgações associadas a este trabalho:

( ) Concordo com a identificação do meu filho na utilização das informações em relatórios referentes a esta pesquisa e em outras pesquisas a serem realizadas com base nesses relatórios.

( ) Não concordo com a identificação do meu filho na utilização das informações em relatórios referentes a esta pesquisa e em outras pesquisas a serem realizadas com base nos mesmos.

Rio de Janeiro, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2016.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do responsável pela criança  
Documento: \_\_\_\_\_  
E-mail e telefone: \_\_\_\_\_