

NOVOS MODOS DE CONSUMIR, PRODUZIR E EDUCAR NA SOCIEDADE DA COMUNICAÇÃO E DA INFORMAÇÃO: O YOUTUBE EM DISCUSSÃO

AMANDA PARACY RIBAS¹; Bárbara Hees Garré ²

¹*Instituto Federal Sul-rio-grandense Campus Pelotas – lc.paracyribas@gmail.com*

²*Instituto Federal Sul-rio-grandense Campus Pelotas– barbaragarre@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

Na atualidade, a revolução digital tem ampliado os horizontes da comunicação, possibilitando cada vez mais uma interação global e instantânea. Com a informação na palma da mão, os jovens hoje se sentem comandantes do seu conhecimento, aprendendo muitas vezes com as plataformas digitais ao invés de aulas assistidas na escola. Com base nisso, entendemos que é necessário, cada vez mais, analisar e compreender estas novas realidades, desconstruindo os muros que existem entre a escola e o mundo digital.

Dentre as plataformas de interação social mais utilizadas atualmente, encontramos o site de armazenamento em rede e de compartilhamento de vídeos Youtube. Criado em 2005 pelos jovens americanos Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, com a ideia de ser apenas um site para compartilhar vídeos caseiros, sem necessidade de conhecimentos técnicos mais avançados por parte dos seus usuários (BURGESS; GREEN, 2009), o Youtube hoje é, segundo Jenkins, (2009) um site de cultura participativa.

É possível verificar um crescente número de novos usuários do site e um aumento na popularidade dos chamados “Youtubers”, denominação dada aos usuários que utilizam o site quase que cotidianamente como fonte de compartilhamento de opinião, de divulgação pessoal ou de determinado conteúdo. Esses usuários em sua maioria são jovens que, sem necessariamente ter uma formação acadêmica, conseguem ser formadores de opinião numa sociedade globalizada e conectada.

Essa realidade, aliada ao fato de que muitos alunos têm o hábito de recorrer aos vídeos do Youtube com diferentes objetivos, como por exemplo busca de informações, resgate de conteúdos não apreendidos e assimilados em sala de aula, conhecimento de um game novo, curiosidades e tantos outros, despertou-me o interesse em conhecer mais sobre o papel que o Youtube vem assumindo na vida dos jovens.

Importante destacar que o objetivo desse estudo se situa em investigar os novos modos de comunicar e informar na sociedade contemporânea que afetam os sujeitos jovens. Aqui olho para esses vídeos e canais do Youtube como um lugar de aprendizagem. Assim, utilizo-me de alguns autores que compreendem que os artefatos midiáticos ensinam, educam e formam sujeitos.

2. METODOLOGIA

Com o intuito de conhecer esse campo, primeiramente realizei um estudo sobre os canais brasileiros com maior número de inscritos , levando em conta diversas características. Foram escolhidos 24 canais com conteúdos diversos, tanto de entretenimento quanto educativos.

No momento inicial da pesquisa, o objetivo era saber se os alunos usavam os vídeos do Youtube e de que forma, como também identificar a frequência de utilização e os canais preferidos pelos jovens. Para atingir tais objetivos, apliquei

um questionário com 10 perguntas fechadas e uma aberta, a alunos do ensino médio da escola Doutor Antônio Leivas Leite, localizada na região das Três Vendas, zona norte do município de Pelotas. Apliquei o questionário com as 4 turmas do ensino médio do turno da manhã. Após aplicar o questionário, analisei os resultados e os dados apontaram que todos os alunos possuem contato com a tecnologia e que muitos utilizam destes recursos com grande frequência. Com relação ao Youtube, este se manteve em terceiro lugar entre as redes mais populares dos alunos, ficando atrás apenas do Facebook e do Whatsapp.

Dos vinte e quatro canais da lista, cheguei ao ranking dos cinco canais mais populares entre os alunos da escola, sendo eles em ordem crescente: Canal “KondZila”, Canal “Nostalgia”, Canal “Você Sabia?”, “Porta dos Fundos” e “Whindersson Nunes”. Com o intuito de fazer um recorte, optei por investir num estudo dos canais “Nostalgia” e “Você Sabia”, que além de uma abordagem ampla de assuntos, foram também destacados pela revista Veja (2016) em uma reportagem intitulada “Youtuber também é cultura”, onde estes Youtubers são apresentados como responsáveis pela produção de conteúdos “úteis” na plataforma.

Além de atrair a atenção dos usuários da plataforma, através de conteúdos originários da cultura pop e de conhecimento popular, estes canais ganham agora uma certa visibilidade na mídia impressa, especialmente por estarem na revista Veja que é a revista de maior circulação e com maior número de assinantes no Brasil atualmente. Assim, interessou-me olhar para estes Youtubers entendendo que são de forte influência entre o público jovem e que, de algum modo reverberam em suas formas de ser, pensar e agir.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dentro desta galáxia de informações vem crescendo rapidamente a quantidade de “criadores de conteúdo” na internet, e, com o surgimento de novos recursos e inovações, tornou-se mais fácil conseguir espaço para fazer seu conteúdo espalhar-se pela aldeia global. O próprio canal do Youtube dá dicas de como criar conteúdo para a plataforma e como utilizar os equipamentos certos para produzir um conteúdo. Tudo que era para poucos, hoje torna-se a disposição de muitos.

Isto se dá por estarmos passando por um momento de revolução na relação entre consumidor e produtor de conteúdo. JENKINS (2009) diz, “No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia”. Por isso, hoje, há grande interesse, por parte de diversas empresas em investir nos chamados “Criadores de conteúdo” na internet, eles têm a vantagem de conseguirem se relacionar com seu público como se fossem “amigos”. Conforme a teoria de Jenkins, esta realidade tende a crescer cada vez mais, pois após anos de passividade, quando o consumidor passa a poder interagir e ser ouvido, ele não tem interesse em retornar mais para a antiga realidade.

As mídias, como por exemplo a televisão, já sentiram o efeito desta nova realidade e passaram também a imergir nesta nova forma de se relacionar com o público. Como por exemplo o “Globoplay”, aplicativo de uma emissora de televisão para assistir ao conteúdo em celulares, tablets e smart tvs. O espectador pode escolher a hora e o dia para assistir à programação que já passou no canal, e, em alguns casos, assistir a episódios futuros de séries e novelas. Além disso, as emissoras têm investido em receber comentários pelas redes sociais de seus

espectadores, como também na promoção de hashtags podendo, dessa forma, conhecer a opinião de quem assiste.

JENKINS (2009, p.30) também ressalta que “estamos usando esse poder coletivo principalmente para fins recreativos, mas em breve estaremos aplicando essas habilidades a propósitos mais sérios.”[grifos do autor] Sendo assim, sabemos que esta cultura participativa, por ora pode parecer apenas um modo de entretenimento e crescimento pessoal, porém ela pode mudar vários cenários, como também a educação.

Percebe-se que para muitos a visão de uma aula é algo chato, momento em que a diversão é zero, mas alguns youtubers apresentam vídeos ricos em conhecimento sem levar o título disso de aula pelos seus espectadores. Os jovens criadores de conteúdo conseguem cativar o que muitos docentes não conseguem, pois compreendem os problemas dos jovens e sabem exatamente a linguagem que ele quer ouvir. Por isso na sociedade atual, ser youtuber está tornando-se uma conquista de potência. Anos atrás, ser jogador de futebol era o desejo incontrolável da maioria das jovens crianças; hoje, o desejo, para a nova geração, é o de ser um youtuber.

Com base na teoria da convergência, de que todos os meios de comunicação estão convergindo para todas as mídias, como forma de facilitar a participação e interação dos consumidores, percebe-se uma crescente valorização da profissão youtubers. Esta valorização acaba gerando rápida ascensão sendo semelhante ao que acontece com muitos jogadores de futebol, atores/atrizes e modelos. Agora é a vez dos “criadores de conteúdo”, que contam suas histórias de como chegaram até o que são hoje nas redes sociais. Os jovens estão se fascinando pela vida de um youtuber e muitos deles desejam tornarem-se próximos e parecidos a estes novos “ídolos”.

Diferentemente dos programas de Tv, no Youtube os canais têm a missão de cativar quem lhe assiste a curtir o vídeo e a se inscrever no canal. Quanto mais curtidas o vídeo tiver, maiores são as chances dele aparecer na página inicial do site. Já quanto maior a quantidade de inscritos mais famosos os canais ficam tendo a possibilidade de conseguir ganhar status de empresas e concorrer a prêmios do Youtube.

Uma vantagem é que um mesmo usuário pode se inscrever em vários canais como também assistir e favoritar quantos quiserem, portanto no Youtube não há competição por audiência como ocorre nos programas de TV. No Youtube o sucesso depende exclusivamente do esforço empregado em agradar a quem assiste.

Entre os canais mais requisitados encontraram-se os canais “Nostalgia” e “Você sabia?”. O canal “Nostalgia” do youtuber Felipe Castanhari tem o objetivo de promover a cultura dos anos 90 e 2000, com atividades que os jovens faziam, séries e filmes que marcaram esta geração. Já o canal “Você Sabia” tem o intuito de desvendar curiosidades, com características de um programa de apresentação e é coordenado por Lukas Marques e Daniel Molo, juntos tornam-se donos de um glossário digital super interativo.

Na reportagem de VIEIRA da revista *veja* (2016), a repórter afirma que, segundo os entrevistados, ocorreram muitos erros no início, pois os jovens procuravam os conteúdos na internet. Ainda, na reportagem, aparece uma justificativa de Marques, youtuber do canal “Você Sabia”: “Agora que dispomos de mais recursos, contratamos um roteirista para nos ajudar”. A repórter ainda complementa, “Errando ou – de preferência – acertando, os youtubers têm um trunfo inegável: o dom carismático da palavra. E, quanto mais acertarem, melhor uso farão de seu dom”.

De fato, ser youtuber não é mais brincadeira para estes jovens. No início havia muita vontade, porém com pouca estrutura. Hoje, em razão de investimentos de empresas, estes criadores tornaram-se importantes e por mais que possam ser considerados verdadeiras iscas das empresas, eles conseguiram construir o que almejavam e com toda a estrutura possível. De certa forma, essa jogada de marketing trouxe benefícios para os jovens espectadores que tem a oportunidade de consumir conteúdo de forma interativa e gratuita.

4. CONCLUSÕES

Os rumos desta revolução do conhecimento e da informação estão sendo traçados a cada dia, pelas redes que nos enlaçam com determinado conteúdo ou atividade que agora está em nossas mãos a qualquer hora e pouco custo. Isso pode transformar nossas ideias e mudar as configurações das relações sociais. Sendo assim, devemos nos alfabetizar com esta nova forma de relacionar conteúdo e comunicação. Afinal, a sala de aula é um centro de troca de informações, dúvidas e conhecimentos, assim como ocorre na internet.

Devemos aprender a nos relacionar com nossos alunos assim como o youtuber faz com seus inscritos, dialogar com eles, perguntar mais, possibilitar momentos de partilha de opiniões deixando-os participantes ativos também do seu aprendizado em sala de aula. Fica visível, depois deste trabalho, que a juventude hoje está acostumando-se a ser crítica, a se envolver em tudo, e aprendeu que sua voz pode ser ouvida. Então, como poderemos, nós educadores, manter esses jovens aprisionados em uma sala de aula passivamente? A mídia digital deu voz para todos e, por isso, devemos estar abertos para uma educação mais participativa.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

BURGESS; GREEN, Jean; Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade.** 1ª. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** 6. ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

PRENSKY, Marc. **Aprendizagem baseada em jogos digitais.** São Paulo, Editora Senac São Paulo, 2012.

PRENSKY, Marc. **Teaching digital natives: partnering for real learning.** On foreword by Stephen Heppell, p.cm, 2010.

Revista

VIEIRA, MARIA CLARA. **Youtuber também é cultura.** Revista Veja, São Paulo, p.92, 16 novembro.2016