

O YouTube como instrumento para a (semi) formação na educação básica

YouTube as an instrument for (semi) formation in basic education

 Fábio Souza de Oliveira *

Recebido em: 6 jun. 2021
Aprovado em: 16 ago. 2021

Resumo: O YouTube é um recurso tecnológico digital relativamente novo e que se configurou como o maior e mais buscado repositório de audiovisuais do mundo, presente sob várias perspectivas nas instituições escolares. Nesse sentido, analisar e discutir quais os potenciais (semi)formativos do YouTube para as propostas de ensino e aprendizagem na Educação Básica é o objetivo deste estudo. Esta investigação utilizou como metodologia pressupostos da pesquisa qualitativo-exploratória, além de análises quantitativas. Percebe-se que a (semi)formação é uma constante relacionada ao uso da plataforma, seja pela possibilidade de acesso a incontáveis conteúdos das mais diversas naturezas sem qualquer limitador, seja pelo papel insuficiente da escola e da família frente a esta TDIC. Na contramão do seu potencial (semi)formativo, o YouTube mostra-se viável como repositório amplo e diversificado que pode subsidiar propostas formativas pautadas na abordagem mídia-educativa, atentando para as dimensões técnico-instrumental, produtiva e crítica do seu uso.

Palavras-chave: YouTube. Formação. Semiformação. Mídia-Educação.

Abstract: You Tube is a relatively new digital technological resource that has become the largest and most sought after repository of audiovisuals in the world, present from various perspectives in school institutions. In this sense, analyzing and discussing what are the (semi) formative potentials of YouTube for teaching and learning proposals in Basic Education is the objective of this study. This investigation used as a methodology assumptions of qualitative exploratory research, in addition to quantitative analyses. It is noticed that (semi) formation is a constant related to the use of the platform, either by the possibility of accessing countless contents of the most diverse natures without any limitation, or by the insufficient role of the school and the family concerning TDIC. Contrary to its semi-formative potential, YouTube is viable as a broad and diversified repository that can support formative proposals based on the media-educational approach, paying attention to the technical-instrumental, productive and critical dimensions of its use.

Keywords: YouTube. Formation. Semi-formation. Media-Education.

* Fábio Souza de Oliveira é mestre em educação física escolar – UFMG. Professor da Secretaria de Educação do Estado da Bahia. Contato: fabiosoli35@gmail.com

Introdução

Os estudos acerca das tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC), têm se mostrado necessários e urgentes no âmbito educacional. Necessários pela grande reverberação dos seus trânsitos na escola, que replicam sentidos e significados dos usos convencionais, em grande medida desprovidos de intencionalidade formativa, ou, com compreensão ainda limitada dos seus riscos e potencialidades. Urgentes, por avolumarem-se experiências irrefletidas que, numa perspectiva pessimista, refutam estes recursos como possibilidade formativa ou no outro polo, acolhem as TDIC num posicionamento ingênuo, creditando-os a salvação dos processos formativos (OLIVEIRA, 2020). O YouTube é um recurso tecnológico digital relativamente novo, disponível desde 2005 e que se configurou como o maior e mais buscado repositório de audiovisuais do mundo, presente sob várias perspectivas nas instituições escolares e provedor de conteúdo para inimagináveis áreas e contextos. Ainda distantes de compreender adequadamente o quanto esse conteúdo pode subsidiar a compreensão de mundo dos estudantes da educação básica, é fundamental debruçar o olhar para essa questão, renunciando à postura maniqueísta que refuta ou acolhe as tecnologias por seus riscos ou potencialidades, estabelecendo posicionamentos e atitudes mais esclarecidos e que podem resultar no melhor diálogo entre este recurso e os objetivos formativos da escola. Nesse sentido, analisar e discutir quais os potenciais (semi)formativos do YouTube para as propostas de ensino e aprendizagem na Educação Básica é o objetivo deste estudo.

Aspectos metodológicos

Compreende-se a metodologia deste estudo como essencialmente qualitativa por se ocupar dentro das Ciências Sociais, “[...] com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes”. (MINAYO, 2016, p. 20). Podemos ainda classificá-la como uma pesquisa do tipo exploratória por “[...] proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato” (GIL, 2008, p. 27). Por seus procedimentos, é concebida como uma pesquisa de campo que segundo Mills (1972, p. 221), objetiva “[...] solucionar desacordos e dúvidas sobre fatos, e assim tornar mais frutíferas as discussões, dando a todos os lados, maior base substantiva”, não renunciando a aspectos de uma pesquisa documental, para levantamento de dados.

O campo empírico desta pesquisa foi uma escola estadual na cidade de Feira de Santana, interior do Estado da Bahia. Fizeram parte do universo desta pesquisa os

estudantes regularmente matriculados nos anos oitavo e nono deste colégio, com idade entre treze e dezesseis anos, por ser esta faixa etária a mais atingida pelos conteúdos midiáticos (MÜLLER, 2019). Como técnica de interlocução, este estudo valeu-se de um questionário estruturado e uma entrevista. Para Minayo (2014, p. 189), é através dos instrumentos de pesquisa que poderemos “[...] fazer a mediação entre os marcos teórico-metodológicos e a realidade empírica”. Os participantes do estudo assinaram os Termos de Consentimento e Assentimento Livre e Esclarecido, aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisa da instituição envolvida sob a identificação CAAE: 22800619.0.0000.5149, sob o parecer número 3.827.841.

O YouTube

Dentre os avanços que as Tecnologias Digitais de Informação possibilitaram no mundo, o YouTube certamente merece destaque. Pode-se compreendê-lo como um espaço na internet onde é possível hospedar, baixar ou assistir vídeos. O slogan inicial da plataforma “*your digital video repository*” contempla um dos seus sentidos iniciais, configurando-se em um curto espaço de tempo, no maior repositório de vídeos do mundo. É seguro dizer que o destino mais provável para encontrar um vídeo de qualquer natureza é no YouTube. O YouTube é uma plataforma de vídeo, criada por jovens americanos e que, dado seu crescimento e potencial iniciais, foi comprada pela Google em 2006 (BURGESS; GREEN, 2009). De fato, o YouTube evoluiu ao ponto em que pode ser compreendida para além de uma plataforma de vídeo. É um site multifacetado, onde é possível alugar vídeos, compartilhar conteúdos, utilizar a transmissão em streaming², dentre outras possibilidades.

No contexto do seu surgimento, o YouTube não era a única plataforma de vídeos disponível. Pode-se por exemplo citar o *Stickam*, *Seesmic* e *12seconds*. Entretanto alguns dos seus recursos iniciais o tornaram tão atrativo que em pouco tempo assumiu o status de base de vídeos mais acessada entre aquelas disponíveis naquele momento. Dentre as suas características, a interface simples em que os usuários podem publicar e assistir vídeos sem necessidade de altos níveis de conhecimento técnico permitiram que maior número de pessoas pudesse acessar e mesmo postar seus próprios vídeos. Além disso, os vídeos postados no YouTube poderiam ser facilmente incorporados em outros sites, como redes sociais, neste caso, a propagação deste conhecimento, produto ou promoção pessoal ganharam impulso significativo pela convergência entre diferentes plataformas. Pode ainda citar a exigência de largura de banda de internet relativamente modesta para a navegação neste site.

De acordo com Burgess e Green (2009), a maioria dos *uploads*³ para o site parece ter sido feita por usuários comuns, não pertencentes às grandes companhias de mídia de massa. Isso reforça a ideia de que estes recursos estenderam a possibilidade de publicação de audiovisuais a contingentes inimagináveis, inclusive, deslocando este poderio de enumeráveis seis ou sete potências midiáticas da ocasião para o público em geral. Essa simples reconfiguração trouxe reverberações substantivas para a produção e distribuição de conteúdo digital, agora, todos podem ser leitores e autores, modificando a lógica de produção e consumo. Nos termos de Burgess e Green (2009), o consumo de mídia, se distanciou da atividade de “somente leitura” para se tornar um modelo “leia e escreva”. Essa plasticidade do YouTube faz com que seus participantes sejam em diferentes momentos audiência, produtores, editores, distribuidores e críticos.

Outra característica relevante da plataforma é que ela assume ares de uma rede social virtual, agrupando pessoas pelos conteúdos postados nos canais de vídeos.

Em 2021, a plataforma já contabiliza mais de dois bilhões de usuários⁴, quase um terço dos usuários da internet mundial. São bilhões de visualizações e horas de vídeos assistidos todos os meses, habilitando a plataforma como um dos mais relevantes espaços de busca do planeta. Além disso, é possível acessar a plataforma em mais de oitenta diferentes idiomas, outro facilitador para a navegação em seu território.

A monetização de conteúdo publicado é outra faceta do YouTube. A partir do sucesso de uma determinada publicação ou canal, contabilizado em número de acessos e visualizações, um produtor pode ser remunerado de forma crescente, à medida que o vídeo evolui em *views*. Segundo dados do próprio site⁵, o número de canais que fizeram receitas com suas publicações cresceu mais de 40% a cada ano. É crescente também o número de canais com mais de um milhão de inscritos, o que se traduz em receita para o detentor do canal, além da divulgação exponencial do seu conteúdo.

Qualquer pessoa pode acessar conteúdo ou ter um canal gratuito no YouTube. A suposta gratuidade de acesso e uso desta e de outras plataformas web é o que na verdade Sisto (2010) denomina de “pagamento social”⁶. Aqueles que dedicam tempo à esta atividade, recebem a alcunha de *YouTubers* e, dentre estes, os mais bem sucedidos no sentido de serem mais acessados, são remunerados. Para Sibília (2016), os *YouTubers* são celebridades da internet que passaram a ganhar muito dinheiro postando vídeos capazes de atrair inúmeros expectadores e grandes quantidades de fãs. Dois bons exemplos de *YouTubers* brasileiros são a Kéfera Buchmann, que em 2015 assinou o maior best-seller da Bienal do Livro do Rio de Janeiro, dada a popularidade

angariada em seu canal. Kéfera foi uma das primeiras brasileiras a reunir mais de um milhão de inscritos em seu canal e em menos de três anos, já contabilizava mais de dez milhões de inscritos. O comediante Whindersson Nunes, noutro exemplo, detém o segundo maior canal YouTube do Brasil atualmente, com mais de quarenta e um milhões de inscritos. Por seu canal, Whindersson tornou-se a celebridade mais influente entre pessoas de 14 a 34 anos (BENETTI, *et al.* 2019). E é exatamente a busca por popularidade e retorno financeiro que tem conduzido as publicações no sentido de priorizarem a postagem de assuntos pensando primeiro em popularidade e repercussão e depois no conteúdo propriamente dito.

Segundo a *Promoview*, plataforma de conteúdo que publica notícias e informações sobre o universo da comunicação, os horizontes do YouTube alargaram-se ainda mais durante o período da Pandemia do Covid-19. Segundo Junges e Gatti (2020), mais de 90 milhões de Brasileiros acessam o YouTube. Durante a pandemia este número ultrapassou os 105 milhões de usuários durante a pandemia. A plataforma menciona que 91% dos usuários do YouTube afirmam terem aumentado seu tempo de navegação durante a pandemia⁷. Além disso, o número de canais com mais de 1 milhão de inscritos no Brasil também cresceu e já supera a marca de 1.800. De acordo com Monteiro (2020), são vários os motivos pelos quais o consumo de conteúdo no YouTube foi ampliado sobretudo durante a pandemia: Bem-estar, em busca de vídeos de meditação e atividade física; Entretenimento, sobretudo em busca das *lives* de música; para novas Aprendizagens, dado verificado a partir do número de buscas com as *tags* “para iniciantes” ou “fácil”, por exemplo; Marcas, como um ajuste de empresas do ramo do comércio para compras e vendas online; e, Poder da influência, a respeito das buscas realizadas sobre diversas temáticas e que acabam por influenciar comportamentos e decisões dos usuários.

Mídia-Educação: uma concepção ampliada sobre as tecnologias digitais

Há algum tempo a televisão tem preocupado os estudiosos das mídias, por sua influência nas representações que os estudantes constroem sobre a realidade. As Tv's entraram nos lares e ocuparam parte significativa do tempo da população com seus programas e propagandas, propondo um sem-fim de possibilidades de aquisição, ou no dizer de Adorno, impulsionando a “indústria cultural” (ZUIN; PUCCI; LASTÓRIA, 2015, p. 47), apresentando conceitos e verdades que essa mesma população não estava pronta para questionar. Mais recentemente, com o advento das tecnologias digitais, e todas as transformações por elas postas à sociedade neste novo momento tecnológico, percebe-se um certo

deslocamento deste poderio da televisão para outras mídias, sobretudo para o computador, o *tablet* e o celular (FANTIN, 2012).

Para Belloni (2009), um dos pontos importantes a respeito da presença das tecnologias em meio a estudantes é a aprendizagem por impregnação. Este modelo de aprendizagem é, segundo a autora, poderoso e eficaz, sobretudo para os mais novos, visto seu poder de influenciar a aprendizagem inconsciente, involuntária, questão que se agrava quando consideramos o quantitativo de horas de exposição frente as telinhas. Esta mesma autora ressalta a transferência da violência virtual para o campo real, das ruas, uma vez que as imagens audiovisuais tendem a naturalizar e legitimar o uso da violência como meio de resolução de conflitos. Além disso, é das telinhas que se edificam as relações de gênero, muitas vezes distorcidas, desestruturação familiar, forte valorização do sexo, dentre outros.

Por outro lado, as tecnologias digitais oferecem um sem-fim de possibilidades construtivas do ponto de vista da formação escolar que certamente, adotadas de forma integrada à proposta educacional, alinhadas aos projetos escolares, sustentadas por princípios políticos, éticos e estéticos, deverão contribuir para a edificação de uma nova realidade escolar, partindo de novas formas de conceber a educação, próprias de um tempo digital (OLIVEIRA, 2020).

Neste cenário e, estando o campo da tecnologia educacional limitada frente às demandas impostas pelas tecnologias digitais, a Mídia-Educação surge como campo que busca respostas a estas e outras questões, próprias da cultura midiática (BELLONI, 2009). Para Fantin (2006) a Mídia-Educação é uma importante chave para decifrar a cultura moderna. Para ela, somos a cada instante educados pelas mídias, por sons e imagens, e a escola está longe de problematizar suficientemente as repercussões das mídias nas mudanças culturais.

As pesquisas no campo da Mídia-Educação têm voltado seus olhares para os diversos canais midiáticos como o rádio, revistas, jornais, televisão e, de modo particular, aquelas que atualmente mais tem influenciado o fazer escolar: as tecnologias digitais, incluindo a internet (SOUSA, BORGES, 2018). Através delas, o conhecimento tem chegado aos estudantes em velocidades e volumes impossíveis de serem refletidos, sustentando concepções de verdade fragmentadas, distorcidas ou ideologicamente arquitetadas, antes mesmo de ser proposto didaticamente pela escola. Para Sousa e Borges (2018), a Mídia-Educação busca superar a construção instrumental do conhecimento enquanto via unidimensional, tão comum no cenário educacional brasileiro, englobando estudos sobre a produção com as mídias e as reflexões a respeito dos diversos conteúdos midiáticos. A Mídia-Educação avança com relação ao campo

das tecnologias educacionais, sobretudo por propor o uso e apropriação das diversas tecnologias, sem perder de vista o desvelar das ideologias, pré-conceitos, violências e outras imposições trazidas como pano de fundo nos discursos midiáticos (OLIVEIRA, 2020).

Para Fantin (2012), a Mídia-Educação é entendida como a possibilidade de educar para/sobre as mídias, com as mídias e através das mídias, a partir de uma abordagem crítica, instrumental e expressivo-produtiva. Para a autora, educar para as mídias é tornar os estudantes capazes de compreender, interpretar e avaliar os conteúdos das diversas mídias. Educar com as mídias inscreve-se no âmbito da didática, valendo-se das tecnologias digitais como recurso didático, inserindo novas possibilidades de educar com estes recursos, numa perspectiva instrumental. E, educar através das mídias significa utilizar as mídias como linguagem, como forma de expressão e produção.

Por isso, Belloni (2009) considera que hoje, a Mídia-Educação é tão necessária ao exercício da cidadania quanto a alfabetização no século XIX. Infelizmente, a maioria dos jovens em países subdesenvolvidos tem pouco ou nenhum acesso a outros meios de comunicação ou bens culturais como o cinema, livros, revistas, jornais, teatro, museus, dentre outros, o que torna ainda mais importante o papel da Mídia-Educação.

Deste modo, compreendemos a Mídia-Educação como o campo de produção de conhecimento que atualmente pode subsidiar o debate a respeito das tecnologias digitais na escola por seu olhar ampliado para estes dispositivos, buscando situar as tecnologias num modelo pedagógico que ultrapasse a dimensão instrumental do seu uso. Finalmente, a escola deve (pre) ocupar-se com o incentivo à autoria com as mídias, posicionamento que inscreve os estudantes na categoria de autores, produtores de conteúdos midiáticos, de conhecimentos refletidos, relacionados à proposta escolar. Para Fantin e Rivoltella (2012), na história da Mídia-Educação, preocupou-se durante muito tempo com o receptor crítico, mas dada a atual condição de receptor/ produtor com as mídias, há que se levar em conta a responsabilidade do produtor. É com esta visão que acreditamos que as tecnologias serão de fato, agentes transformadores da educação, instrumentos poderosos para a formação emancipatória.

(Semi)Formação

O termo formação é diversas vezes tomado pelo senso comum e confunde-se com educação escolar, instrução escolar, aprendizagem e outras tantas nomenclaturas que distam em expressar o que se vislumbra com o propósito da escola enquanto instituição. Desse modo, nossa discussão versará sobre o conceito Adorniano de

formação (ADORNO, 1985), refutando a sinonimização desta com aquelas e observando o que, dialeticamente, seria semiformação.

De acordo com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira - LDB (BRASIL, 1996), a formação escolar tem por finalidade “o pleno desenvolvimento do educando, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho”. Entretanto, conforme observa Pucci (2018), o tipo de escola que as reformas em curso estão propondo se inspira na educação como um conjunto de competências de base para que o estudante caminhe na busca de seu sucesso pessoal, individual. Questões de ordem social, além do suposto preparo para o exercício da cidadania, passam a ser negligenciadas, ou ficam em segundo plano. O que se entendia por formação (*Bildung*), passa a ser visto como preparação para a formação profissional ou para o acesso ao nível superior de ensino.

A busca incessante da escola por objetivos formativos fragmentários ou semiformativos, precisa ser vista em consonância com as relações que ela (a escola) tece com seus determinantes político-econômico-sociais. É no modo de produção capitalista que os processos formativos institucionalizados são forjados. A educação escolar é então semiformativa sempre que se permite subjugar pelos ideais produtivos, pela aprendizagem instrumental, parcial, descontextualizada, alienada da condição social que sufoca as classes oprimidas. Pensar em formação é, portanto, pensar problemáticamente conceitos que são assumidos exclusivamente em sua positividade, adquirindo independência e autonomia a seu respeito, cuidando para não fazer do conteúdo midiático o único conteúdo da consciência. A referência aos conteúdos midiáticos como formadores de consciência já há muito figurava no horizonte de Adorno, dando pistas dos riscos hospedados nas mídias a respeito do seu conteúdo, minando as bases do pensamento reflexivo, tornando-se eles mesmos o conteúdo da consciência (ADORNO, 1995). Desse modo, de acordo com Sibília (2016) é preciso desnaturalizar as novas práticas comunicativas, desnudando suas raízes socioeconômicas e suas implicações políticas.

De acordo com Pucci (2018), o termo formação (*Bildung*) se constitui na tensão entre duas características: a autonomia do sujeito e a conformação à vida real, a integração na sociedade de seu tempo. De acordo com o autor, é o que Adorno chamou de “duplo caráter da cultura”, da formação. Assim, se a formação for entendida apenas como conformação à vida real, então desfaz-se a tensão entre os dois polos e prevalece o momento do conformismo social e, da mesma maneira, a *Bildung* se transforma em semiformação (*Halbbildung*). A semiformação, por sua vez, não se caracteriza como um meio caminho à formação e sim como um

empecilho à formação. Para Pucci (2018) elementos semiformativos fortalecem a reificação da consciência. O semiformado dificilmente se abre para outras concepções que contrariem seus interesses. Esse mesmo autor diz que Adorno identificou o contexto em que o fenômeno da semiformação surgiu, quando no pós-guerra, o Estado realizou intervenções no mercado no sentido de propiciar condições sociais menos selvagens às classes dominadas. A melhoria no padrão de vida levou a uma menor visibilidade das diferenças de classe. Desse modo concordamos com Adorno (1995, p. 26) quando diz que a semiformação é “[...] o espírito tomado pelo caráter de fetiche da mercadoria”. Assim, o espírito é danificado pela prevalência de uma visão conformista da vida, do mundo e da sociedade, em que o homem da massa não pensa com a própria cabeça, não fala com a própria boca, os meios de comunicação pensam e falam por ele.

Desse modo, se considerarmos a tensão entre a autonomia e a adaptação como o elemento fundamental constituinte do conceito de “formação cultural”, no modo de produção capitalista tem prevalecido o poder da adaptação e do conformismo sobre os momentos de autonomia, de emancipação. Quanto mais a educação procura se fechar ao seu condicionamento social, tanto mais ela se converte em mera presa da situação social existente (ADORNO, 1995). É a partir da compreensão desses condicionamentos históricos, do desvelar das raízes desse movimento, que segundo o próprio Adorno, não são acidentais, que se pode esboçar caminhos formativos. Não aqueles que apontam individualmente para o sucesso, para a melhor vaga de emprego, para a melhor universidade, mas para o coletivo, para redução de desigualdades, para a modificação do próprio sistema. É também Adorno quem afirma que a educação semiformativa, condicionada, que leva a classe trabalhadora a interiorizar a dominação, à aceitação de si enquanto classe proletária nos seus hábitos.

A educação que se propõe formativa insiste na (re)elaboração da história e busca romper com a aprendizagem enquanto simples apropriação técnica, conteudista, pautada na eficiência. Na obra Educação e Emancipação, Adorno (1995), cético quanto aos meios de comunicação de massa, já alertava para o abandono da perspectiva do confronto com relação à televisão (e porque não dizer atualmente, das redes sociais, dos podcasts, do YouTube...) e para o estreitamento de relações e convivência com esses meios sem objetivo educacional explícito. Para ele, esses meios contribuem para divulgar ideologias e dirigir a consciência dos seus adeptos. Ressalta, por outro lado que a resistência a estas tecnologias levaria ao despreparo no confronto (inevitável) com estes meios. Assim, a educação formativa seria aquela que se insere entre estes dois polos,

confrontando suas verdades, evitando a modernidade que aceita passivamente as tecnologias de comunicação de massa, assim como aqueles que a refutam ou proíbem em seus espaços. Infelizmente, Burgess e Green (2009) apontam que pouco sobre esse universo se aprende na escola, em grande medida porque o sistema de ensino respondeu à era digital com a proibição de acesso aos ambientes digitais nas escolas, inclusive ao YouTube, tomando como meta, não a alfabetização digitais, mas, proteger os jovens do conteúdo inapropriado e de predadores digitais.

As tecnologias digitais, vale ressaltar, são mais afeitas à informação do que à formação. Ainda com base em Adorno (1995), é necessário ensinar as pessoas a ver televisão, a usar a internet, as redes sociais, o YouTube. Não meramente do ponto de vista técnico, o que, ao que parece é de tal modo intuitivo que os primeiros passos são “naturais” e os seguintes, consequências possíveis dos primeiros. Trata-se então de algo relativo ao conteúdo, do ponto de vista crítico, ensinar a des-cortinar seus perigos, suas vias de semiformação.

O que se pretende, do ponto de vista da formação, é que quando corretamente utilizados, estes recursos possibilitem o encontro com a realidade relacionando a relação com a técnica que Adorno (1995) identificou como exagerada, irracional, patogênica.

Resultados e discussões

Como preâmbulos para nossas discussões, cabe mencionar as palavras de Eco (1976) quando o autor afirma que a tecnologia é um dos fenômenos básicos da nossa civilização. Assim, é preciso não somente encorajá-la nas suas tendências mais válidas, como também estudá-la nas suas manifestações, utilizando atitude crítica, no intuito de fruir da relação como o que ela traz.

Como visto, o YouTube aumentou de modo exponencial o número de pessoas publicando, seja por sua interface fácil e intuitiva, seja por sua “gratuidade”, nos termos do chamado pagamento social, em que os usuários do site acabam “pagando” pelos serviços oferecidos sempre que assistem às propagandas obrigatórias. Isso significa dizer que espaços como o YouTube permitem que os discursos não estejam restritos aos seis ou sete grandes produtores midiáticos do mundo, democratizando o acesso à fala e, no caso da escola, potencializando a atividade intelectual dos estudantes. Entretanto, o volume de conteúdo publicado sem qualquer crivo formativo é imensurável. Promover a reflexão acerca do que se posta e se assiste no YouTube configurar uma via possível para a formação. Somente esta ação/reflexão, já seria capaz de modificar basilamente o modo como o YouTube é instrumentalizado atualmente. Isso significa dizer que devemos nos distanciar

dos dois polos já apontados por Oliveira (2020), renunciando posturas ingênuas ou pessimistas e assumindo ares reflexivos a seu respeito.

A respeito do YouTube na escola, realizamos uma pesquisa com 128 estudantes do oitavo e nono ano do ensino fundamental II. Dentre estes, 70 (55%) eram do sexo feminino e 58 (45%) do sexo masculino, a maior parte (60%) do oitavo ano.

Do total, 87,5% afirmam fazer uso do YouTube, configurando a quase totalidade dos estudantes que assistem ou postam vídeos no site (gráfico 1).

Assim, a primeira análise que interpostamos diz respeito

Gráfico 1 – Utilização do YouTube por estudantes



Fonte: Autor

a influência das publicidades em meio aos vídeos que efetivamente são procurados. Os usuários que optam pela versão gratuita (nos termos do pagamento social), para assistir o vídeo que desejam, devem assistir a vídeos promocionais do site, sobre diferentes objetos que nem sempre é possível controlar. Apesar do direcionamento de conteúdo realizado através de algoritmos inteligentes, sabe-se que os acessos em grande medida não são realizados com aparelho pessoal e, neste sentido, o conteúdo direcionado aos pais (adultos), pode atingir aos filhos. Além disso, para cada vídeo assistido, o YouTube oferece outras opções de vídeos similares ou mesmo diferentes, abrindo precedente para navegação perigosa e com conteúdo que pode ser impróprio para determinado público. Os riscos vão desde a apreensão de vocabulário empobrecido, até conteúdo impróprio para a idade, com valores e concepções de mundo que podem distar do ideal formativo da escola. Assim, a escola deve estar atenta ao que Adorno (1995) já afirmava a respeito do abandono do confronto com as TDIC, assumindo postura crítica e atenta aos riscos e potencialidades inerentes a esses meios técnicos.

Dentre os estudantes desta pesquisa, apenas 43% afirma utilizar o celular para gravar vídeos. Este dado parece indicar que apesar do grande quantitativo de estudantes com idade entre os treze e dezessete anos

que utilizam o YouTube, menos da metade parece ser produtor de conteúdo. Várias inferências são possíveis a partir deste dado. Ao produzir conteúdo, pela demanda intelectual envolvida no processo, poderíamos pensar que este jovem está em plena atividade intelectual, saindo do lugar passivo de ouvinte, para um lugar mais ativo, produtivo, estabelecendo reflexão própria, para além do que é ofertado pelas grandes produtoras midiáticas. A intervenção escolar se daria, neste caso, no sentido de problematizar quais conteúdos, reflexões ou ideologias estas produções se propõem propagar. Por outro lado, temos uma larga parcela de usuários da plataforma que é passiva, e as aprendizagens por impregnação se avolumam. Nesse cenário, a atuação escolar se dá problematizando possíveis elaborações fragmentárias do real ou permeadas por valores e ideologias (OLIVEIRA, 2020).

O papel dos pais é fundamental neste sentido, uma vez que parte significativa do tempo destinado ao uso da navegação em internet e, portanto, do YouTube, é feita em casa. Os estudantes desta escola afirmam navegar em média 5,1 horas por dia, e o principal meio de conexão é a internet banda larga. Considerando que nessa escola não havia banda larga, a navegação é feita em casa. Assim, os familiares ou responsáveis são corresponsáveis pela formação dos estudantes também nesse sentido e devem alinhar-se à escola na condução do uso destas tecnologias. Entretanto, foi verificado que apenas 54,7% dos pais destes alunos exercem qualquer gerenciamento do uso das tecnologias feito pelos estudantes, denotando a liberdade indiscriminada do uso do YouTube. Na tentativa de identificar qualquer relação entre o gerenciamento exercido pelos pais sobre o uso das TDIC e a faixa etária, encontramos menor gerenciamento para alunos com 17 anos, embora não pareça haver uma lógica relacionada à idade para este fim, conforme quadro abaixo. Possivelmente, a aproximação com a fase adulta da vida leva os pais a atribuírem maior autonomia aos jovens com maior idade (quadro 1).

No que diz respeito ao gerenciamento do uso e o

sexo dos participantes deste estudo, identificou-se que para os meninos há um acompanhamento ligeiramente maior do que para as meninas. Para Adorno (1995), se a resistência a estas tecnologias conduziria ao despreparo no confronto com as TDIC, o abandono do confronto, a problematização ou o descontrole por parte dos responsáveis e educadores, compõe risco oposto, no sentido da passividade frente à aprendizagem por impregnação por eles proporcionada (BELLONI, 2009). Para Oliveira (2020), é a família que proporciona o acesso dos jovens às TDIC e, portanto, ao YouTube, tornando-se partícipes deste processo. Para o autor, partindo da premissa da responsabilidade compartilhada dos familiares frente à educação formal, provida pelas instituições escolares, eles se tornam protagonistas deste processo.

Dentre os estudantes que afirmaram fazer uso do YouTube, verificamos que há maior redução do número de leitores de bases impressas dentre àqueles que afirmaram utilizar a plataforma, embora em números gerais, haja uma tendência para o abandono da leitura impressa. Não é possível afirmar que há perda de leitores na era tecnológica, mas, redução de leitura impressa em detrimento daquelas disponíveis eletronicamente. Dentre os motivos para essa mudança pode-se inferir o fácil acesso às leituras virtuais, inclusive com investimento inferior àqueles necessários à leitura dos impressos. Outro motivo pode ser a praticidade de não precisar portar livros, revistas, apostilas, etc., podendo dispor de todo o conteúdo apenas através do *smartphone*. Para Oliveira (2020) a leitura digital parece ser uma via interessante e que pode ser apropriada pela escola (quadro 2).

Enquanto Sibília (2012) afirma que o número de leitores decresce à medida que os meios eletrônicos aumentam, Eco (1976), em suas relevantes análises a respeito da influência das tecnologias audiovisuais sobre a leitura, afirmava que a prática da TV não parecia desviar a leitura dos meios impressos, chegando a afirmar que tecnologia pode inclusive oferecer efetivas possibilidades de cultura entendida como relação crítica com o ambiente. Nesse sentido, do ponto de vista formativo

Quadro 1 – Acompanhamento do uso das TDIC pelos pais de estudantes

IDADE	13	14	15	16	17
Alunos que declararam acompanhamento do uso das TDIC pelos pais	41,00%	61,00%	67,00%	54,00%	25,00%
Alunos que declararam que não acompanhamento do uso das TDIC pelos pais	59,00%	39,00%	33,00%	46,00%	75,00%

Fonte: Autor

Quadro 2 - Leitura digital

	Mantém leitura em bases impressas	Não mantém leituras em bases impressas
Estudantes que declararam utilizar o YouTube	17,00%	83,00%
Estudantes que declararam não utilizar o YouTube	17,00%	77,00%

Fonte: Oliveira (2020)

devemos levantar questões como: quais as possíveis implicações dessa transição do suporte de leitura, do impresso para o eletrônico? O uso da plataforma de vídeo contribui para a perda de leitores? Quais resultados formativos podem decorrer da mudança de aprendizagem visual, através da leitura, para a audiovisual, através de vídeos? Quais ações podem ser implementadas na escola, do ponto de vista produtivo, técnico e também crítico a esse respeito, consubstanciando processos formativos, do ponto de vista mídia-educativo?

Os estudantes deste estudo, fazem ainda uso do YouTube para pesquisas escolares. Apesar de somente 14% dos professores demandarem uso das TDIC para este fim, grande uso da plataforma de vídeos tem sido feito pelos alunos:

- Eu pesquiso vídeo-aulas, pesquiso..., músicas, pesquisa videoclipes, pesquisa vídeo de dança, coreografia, porque sou líder de coreografia da minha igreja, e aí, eu também pesquiso, é, por exemplo, vídeo de YouTubers, que eu assisto (estudante 1)
- Ahn, moda sim, culinária sempre aparece quando a gente tá pesquisando no google... ou no YouTube mesmo. Eu gosto de assistir vídeo de culinária... (estudante 2)
- Também (faço)pesquisas, tipo, se a gente não saber, alguma coisa, pesquisar um vídeo no YouTube, entendeu? Pra saber como é que faz... se alguém nunca teve uma experiência assim... (estudante 3)

Considerando o substantivo repositório de vídeos que é a plataforma YouTube atualmente e, com base nos depoimentos dos estudantes, pode-se, numa perspectiva mídia-educativa, afirmar o quão necessária é a formação escolar sustentada nas dimensões técnica, produtiva e crítica. Do ponto de vista técnico instrumental, a plataforma é bastante intuitiva e os estudantes estruturam seus acessos a partir do próprio uso do YouTube, descobrindo a cada acesso, ferramentas e possibilidades de postagem e buscas no site, abrandando diversas vezes a necessidade de atuação da escola nesse sentido. Considerando a dimensão produtiva, haverá maior demanda da escola no sentido de construir com os alunos, percurso formativo que se ocupe das postagens, tanto no sentido da elaboração compreensível e significativa do conteúdo, quanto do que se pretende disseminar a partir desse conteúdo. Se para Burgess e Green (2009) o YouTube possibilitou a democratização da produção e disseminação de conteúdo, por outro lado, aumentou-se também o volume de produções de conteúdo de baixa qualidade. A proposta formativa que reflete sobre as implicações dessas produções em meio à juventude, deve atentar-se para a discussão do teor desses conteúdos com seu público produtor/consumidor, leitor/escritor. Do ponto de vista crítico, a

atenção deve estender-se para além das análises sobre as próprias produções, buscando nas demais publicações de conteúdo, possíveis intencionalidades, distorções ou ideologias que possam estar permeando-as, exercitando o que Oliveira (2020, p 145) chamou de “desconfiança midiática”.

Durante a pandemia do Covid-19, como último esforço deste estudo, o YouTube configurou-se como relevante espaço de aprendizagem, seja através das buscas por tutoriais e cursos on-line, seja por seu vasto e diversificado repositório de vídeos, ou ainda por suas propriedades de streaming, que tem ilustrado as tecituras didático-pedagógicas das intervenções escolares. Assim, reitera-se a imperativa urgência de se refletir sobre os usos, riscos e potenciais que dele decorrem, além das multifacetadas características da plataforma, ampliando seu potencial formativo, buscando minimizar atitudes ingênuas ou pessimistas a seu respeito, que possam dar margem à semiformação.

Já é possível afirmar, tendo em vista que a utilização de vídeos, sobretudo através da plataforma YouTube, permeia a quase totalidade dos jovens em idade entre 13 e 17 anos e tem se constituído como um potente instrumento de aprendizagens. Esse estudo, mais do que trazer respostas, levanta questões que podem auxiliar na compreensão desse instrumento no que diz respeito ao seu potencial (semi)formativo.

Considerações finais

Considerando-se o amplo acesso que os jovens atualmente tem ao YouTube e, tendo em vista sua ampla utilização por educadores e estudantes, é necessário aprofundar a compreensão sobre os riscos e potenciais (semi)formativos relacionados a esta plataforma. Este estudo não pretende esgotar as análises a este respeito, mas, lança luz a alguns aspectos que já dão pistas sobre como as posturas ingênuas, que adotam as tecnologias indiscriminadamente e, aquelas pessimistas, que as refutam por seus supostos danos à formação, devem ceder espaço à reflexão, percebendo a dialética que está contida no seu uso.

Percebe-se que a (semi)formação é uma constante relacionada ao uso da plataforma, seja pela possibilidade de acesso a incontáveis conteúdos das mais diversas naturezas sem qualquer limitador, seja pelo papel insuficiente da escola e da família frente a esta TDIC.

Na contramão do seu potencial semiformal, o YouTube mostra-se viável como repositório amplo e diversificado que pode subsidiar propostas formativas pautadas na abordagem mídia-educativa, atentando para as dimensões técnico-instrumental, produtiva e crítica do seu uso.

A incansável reflexão a respeito destes potenciais, pode se configurar em valiosas propostas formativas no seio escolar, enquanto minimiza os riscos inerentes às suas apropriações (semi)formativas. ■

Notas

- ¹ Do inglês: “Seu repositório digital de vídeos”.
- ² Streaming se refere ao método de entrega do conteúdo, e não ao conteúdo em si em que a informação ou conteúdo é entregue e consumido de maneira contínua, com pouco ou nenhum armazenamento.
- ³ Postagem ou envio de conteúdo para a internet.
- ⁴ Disponível na plataforma YouTube, no endereço <<https://www.YouTube.com/intl/pt-BR/about/press/>>.
- ⁵ Idem.
- ⁶ Técnica usada para alcançar maior visibilidade nas redes sociais virtuais. Por meio dela, uma empresa oferece seus serviços ou produtos, divulgando sua marca e, em troca, pede ao usuário para compartilhar um link nas redes sociais pessoais, divulgando a marca da empresa que adota esta técnica. Deste modo, um produto ou serviço dito gratuito, na verdade está sendo pago ou retribuído com pagamento social, que em outras palavras é a divulgação ou marketing desta marca. Além da divulgação em redes sociais, o pagamento social pode ser feito assistindo vídeos de propaganda, modelo amplamente adotado pelo YouTube, por exemplo. A plataforma YouTube oferece “gratuitamente” a possibilidade de se postar e assistir vídeos, ter um canal próprio. Porém, o usuário, em última análise faz o pagamento deste serviço quando assiste aos vídeos promocionais. De outro modo, ele pode assinar a versão premium (efetivamente paga com dinheiro corrente) e então não precisará assistir aos vídeos promocionais.
- ⁷ Dados da plataforma *Promoview*. Ver em www.promoview.com.br.

Referências

- ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ADORNO, T. **Educação e emancipação**. Tradução Wolfgang Leo Maar. – Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.
- BELLONI, M. L. **O que é mídia-educação**. Campinas/SP: Autores Associados, 2009.
- BENETTI, R. B. G. *et al.* **Qual a senha do wi-fi? Análise de conteúdo da influência digital na mídia YouTube**. Anais do XI EPCC – Encontro Internacional de Produção Científica. 29 e 30 out. 2019. Disponível em: <<http://rdu.unicesumar.edu.br/handle/123456789/3463>>. Acesso em 12 mai. 2021.
- BRASIL. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional n 9394. **Diário Oficial da União**, Brasília, D. F. 20 dez. 1996.
- BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo : Aleph, 2009.
- ECO, H. **Apocalípticos e integrados**. Coleção debates. Editora Perspectiva, 1976.
- FANTIN, M. **Mídia-Educação**: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália. Florianópolis: Cidade Futura, 2006. 264p.
- FANTIN, M. **O lugar da experiência, da cultura e da aprendizagem multimídia na formação de professores**. Rev. Educação, Santa Maria, v. 37, n. 2, p. 291-306, maio 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/reeducacao/article/view/4864/3241>>. Acesso em 15 mai. 2021.
- FANTIN, M.; RIVOLTELLA, P. C. (orgs.). **Cultura digital e escola**: Pesquisa e formação de professores. Campinas, SP: Papirus, 2012.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. Ed. – São Paulo: Atlas, 2008.
- JUNGES, D. L. V.; GATTI, A. Estado da arte sobre o YouTube na educação. **R. Inf. Cult.**, Mossoró, v.1, n.2, p. 113-131, jul./ dez. 2019. E-ISSN: 2674-6549. Disponível em: <<https://periodicos.ufersa.edu.br/index.php/ric/article/view/8564/10144>>. Acesso em: 22 dez. 2020.
- MILLS, C. W. **A imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1972.
- MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: Pesquisa qualitativa em saúde. 14. Ed. – São Paulo: Hucitec, 2014.
- MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.
- MONTEIRO, T. YouTube faz balanço da pandemia e projeta 2021. Revista Meio&Mensagem. 5 nov. 2020. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/11/05/YouTube-faz-balanco-da-pandemia-e-projeta-2021.html>>. Acesso em 13 mai. 2021.

MULLER, J. C. **Crianças e tecnologias digitais: desafios da mediação familiar e escolar**. Tese (doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Ciências

da Educação. Programa de Pós-Graduação em Educação, Florianópolis, 2019. 318f. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/204487>>. Acesso em: 03 jun. 2021.

OLIVEIRA, F. S. **Tecnologias digitais na educação física: o celular enquanto instrumento de ensino e aprendizagem**. [manuscrito] / Fábio Souza de Oliveira – 2020. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional. Bibliografia: f. 150-155. 162 f. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1843/34145>>. Acesso em 03 jun. 2021.

PUCCI, B. **A Ontologia da Semiformação em tempos de neoliberalismo**. Rev. Veritas, Porto Alegre, v. 63, n. 2, maio-ago. 2018, p. 595-613. Disponível em: <<https://doi.org/10.15448/1984-6746.2018.2.30764>>. Acesso em: 16 mai. 2021

SIBILIA, P. **O show do eu**. 2. ed., - Rio de Janeiro : Contraponto, 2016.

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

SISTO, C. **Marketing Digital**. São Paulo: Clube dos autores, 2010.

SOUSA, G.R.; BORGES, E.M. **Perspectivas histórico-sociais no campo da Mídia-Educação: contribuições para a formação em Educação Física**. Revista Motrivivência, v. 30, n. 55, p. 194-207, set. 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/2175-8042.2018v30n55p194/37573>>. Acesso em: 16 mai. 2021.

ZUIN, A.; PUCCI, B.; LASTÓRIA, L. N. **10 Lições sobre Adorno**. Petrópolis, RJ :Vozes, 2015. – (Coleção 10 lições).