



YOUTUBE E YOUTUBERS: UM RECURSO PEDAGÓGICO PARA O ENSINO DE SOCIOLOGIA

Caroline Rafaela Vieira*¹
Fagner Carniel (Orientador)²

Eixo Temático: Práticas pedagógicas de Iniciação à Docência nos Anos Finais e Ensino Médio

INTRODUÇÃO

Vivemos um momento nas relações de comunicação que se caracteriza pela diminuição da influência das mídias tradicionais (rádio e televisão) no cotidiano da população média e pelo aumento da influência de mídias consideradas alternativas (*Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, etc.). Diante do atual cenário tecnológico e social, o desenvolvimento de perspectivas pedagógicas e de metodologias de ensino que dialoguem com as novas mídias sociais parece ser um desafio urgente para a formação docente em Ciências Sociais. Nesse sentido, esta comunicação assume o *Youtube* e os *youtubers* como objetos de reflexão e problematizamos suas potencialidades para o ensino de sociologia.

O *Youtube* se caracteriza por ter sido uma das primeiras plataformas *online* a possibilitar o *upload* e *compartilhamento* de vídeos. Ele pode ser visto por qualquer pessoa e qualquer uma pode colocar seu próprio vídeo, desde que se cadastre no site. Também não são necessários muitos recursos para se tornar uma pessoa que produz conteúdo de entretenimento a partir dele. Por esses motivos, Henry Jenkins o classifica como uma das instituições de mídias emergentes. Segundo ele, as mídias emergentes não substituíram as mídias já consagradas; pelo contrário, elas se “aliam” em um processo que o autor denomina de “produção cultural de convergências” (Jenkins, 2009; p. 347).

Em meados dos anos 2000, Jenkins já apontava que o alcance e a popularização do *Youtube* e outras plataformas digitais *online* tomariam proporções gigantescas no universo das comunicações e começariam a pautar assuntos na grande mídia, principalmente nas redes televisivas. As mídias tradicionais não desapareceram. Elas ainda carregam maior poder econômico, político e cultural devido sua abrangência. Contudo, da mesma maneira que as mídias alternativas ganham espaço nas mídias tradicionais, o inverso também ocorre e passamos a observar a convergência de conteúdos e linguagens entre as mídias na

¹ Universidade Estadual de Maringá, Acadêmica de Ciências Sociais, Bolsista do PIBID (CAPES). E-mail: lud29.carol@gmail.com.

² Professor Doutor do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Estadual de Maringá. E-mail: fagnercarniel@yahoo.com.br



formulação de narrativas comunicacionais que percorrem diferentes formatos industriais – articulando o *online* ao *offline*, o impresso ao digital, o televisivo ao multimídia.

Neste momento o leitor pode se perguntar: mas por que o *Youtube*? Porque é nele que nasceram e se popularizaram personalidades públicas denominadas como *Youtubers*. São comunicadores responsáveis por produzir conteúdo de entretenimento inédito e exclusivo para essa plataforma. Geralmente caracterizam-se por ligarem a câmera e falarem sobre o que lhes interessa de forma aleatória e aparentemente autônoma – configurando certo ideário que afirma “faça você mesmo”³. Com o passar dos anos essa prática cultural foi profissionalizada e ganhou investimentos; sobretudo, após sua absorção e divulgação em outras mídias. Além disso, há um grande número de espectadores⁴ que convertem os conteúdos divulgados em assuntos de interesse público – considerando a imensa quantidade de pessoas que interagem nos comentários dos vídeos, ou o *curtem*, *compartilham* e se escrevem nos canais do *site*.

Neste trabalho, procurou-se compreender como introduzir conteúdos do *Youtube* nas aulas de sociologia do Ensino Médio brasileiro. Também interessa analisar como as mídias, as considerando apenas mais um componente societário, estão se desenvolvendo em um contexto de constantes mudanças políticas e culturais.

A ideia de utilizar esse tipo de mídia como ferramenta pedagógica parte do pressuposto de que nas redes sociais se “fala de tudo” – sendo possível usá-las de forma isolada, separando um vídeo específico, ou de forma geral, abordando a problemática de uma nova mídia que pauta assuntos no cotidiano. Essa maleabilidade da plataforma se dá na sociologia, enquanto disciplina escolar, devido ao seu grande leque de temas; além de serem vídeos que se caracterizam pelo formato, nomeados como *vlogs*⁵, que seguem o padrão de serem rápidos, carregam o impacto do audiovisual e são feitos com uma linguagem simplificada.

OBJETIVO

O objetivo geral é propor a articulação de conteúdos escolares da disciplina de sociologia com as linguagens e conteúdos veiculados pelo *Youtube* – partindo de assuntos corriqueiros do cotidiano para problematizá-los a partir das perspectivas disciplinares da sociologia. Especificamente, pretende-se analisar as vantagens e as desvantagens em se utilizar as narrativas produzidas pelos *youtubers* e as linguagens próprias do *Youtube* enquanto ferramentas pedagógicas que propiciam, ao mesmo tempo, o ensino e a expressão.

REFERENCIAL TEÓRICO

Ao problematizar o universo cultural do *on-line*, e mais precisamente o *site Youtube* (www.youtube.com), Henry Jenkins (2009) e Mario Carlón (2013) oferecem possibilidades

³ Exemplificado no *slogan* do *site* “*Broadcast Yourself*”, que em uma tradução simples se apresenta como “transmita você mesmo”. (Carlón, 2013).

⁴ A maioria é jovem, pois ao assistir esses conteúdos tratam de vivências que caracterizam a faixa etária, além de serem feitos também por pessoas jovens.

⁵ O termo “*vlog*” nasce da junção da palavra “*blog*” e da palavra “*voz*”.



teóricas para se compreender a sua popularização e influência no âmbito escolar. Jenkins analisa o impacto desta mídia na campanha presidencial dos Estados Unidos da América em 2008, sinalizando os potenciais “democráticos” que ela pode oferecer ao incluir diferentes setores da sociedade no debate público. O que nos permite reconhecer as novas possibilidades de comunicação e de participação política que o *Youtube* oferece para grupos juvenis que não teriam outras formas de se expressar que não aquelas oferecidas pela plataforma. Mario Carlón, por outro lado, relativiza o argumento “otimista” de Jenkins ao sugerir que o *Youtube* ainda não desempenha o mesmo papel que as mídias tradicionais na definição da agenda pública na maior parte dos países ao redor do globo. Contudo, o autor reconhece na plataforma uma gama de investimentos em produções sofisticadas que lhe conferem a possibilidade de se tornar “o maior arquivo audiovisual da cultura contemporânea” (Carlón, 2013, p. 123). Nesse sentido, a escola e os modelos tradicionais de ensino poderiam ser desafiados a redimensionar o lugar da escrita e do audiovisual na aprendizagem humana.

METODOLOGIA

E como faremos isso? A ideia é apresentar um *vlog* como recurso pedagógico para aulas de sociologia, articulando assim conteúdos formais da disciplina com linguagens amplamente compartilhadas por estudantes do ensino médio. A atividade será organizada por meio de diferentes colagens que conjugam imagens e sons a partir de uma pergunta que sirva como orientação para apresentação de determinados conteúdos em sala de aula. Ao final, uma avaliação será realizada para possibilitar um retorno maior ao docente sobre o que estes estudantes apreenderam do conteúdo.

ANÁLISE DE DADOS

Para a realização desta proposta é importante ter um breve conhecimento de quais *youtubers* estão em voga e quais destes são assistidos pela sala, além de identificar se a maioria da sala tem conhecimento deste tipo de mídia. Para auxiliar isso apresento brevemente alguns canais que têm projeção internacional⁶, são estes: Whindersonunes, Felipe Neto e Canal Canalha⁷. Respectivamente o número de inscritos em cada canal é: 23 milhões, 13 milhões, 13 milhões de pessoas inscritas. Apesar de alguns desses canais também produzirem paródias o estilo *vlog* é muito presente e como dito anteriormente, que



a mídia se mostra como parte do social, podemos notar que não aparece nenhuma mulher *youtuber* no pódio dos que tem mais inscritos.

RESULTADOS ESPERADOS

Conforme tudo o que foi apresentado espera-se que ao final das atividades o aluno consiga identificar como o conteúdo sociológico está presente no seu cotidiano mesmo naqueles *sites* jamais pensados e em discursos que aparentam carregar apenas trivialidades.

PALAVRAS CHAVE: Novas Mídias Sociais. Ensino de Sociologia. Youtube.

REFERÊNCIAS

CARLÓN, Mario. **Contrato de fundação, poder e midiaticização**: notícias do front sobre a invasão do YouTube, ocupação dos bárbaros. *Matrizes*, vol. 7, núm. 1, enero-junio, 2013, pp. 107-126. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143027494008>> Acessado em: 08 set. 2017.

JENKINS, Henry. Pós-fácio: Reflexão sobre política na era do *Youtube*. In: **Cultura da convergência**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009. pp. 344-369.

Os 10 youtubers mais influentes do mundo. **Exame**, São Paulo, 28 jul. 2016. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/os-10-youtubers-mais-influentes-do-mundo/>> Acessado em: 15 set. 2017.