

<https://doi.org/10.18593/r.v49.34594>

O YouTube como campo de investigação em educação: uma revisão a partir dos Estudos Culturais

Youtube as a field of research on education: a literature review based on Cultural Studies

Bianca Salazar Guizzo¹

Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Professora da Faculdade de Educação.
<https://orcid.org/0000-0003-1080-2210>

Daniela Ripoll²

Universidade Luterana do Brasil; Professora Adjunta.
<http://orcid.org/0000-0002-7247-2600>

Resumo: O objetivo do artigo é apresentar e discutir os resultados de uma revisão de literatura realizada no sentido de mapear trabalhos acadêmicos no campo da Educação e que tenham desenvolvido suas pesquisas a partir do YouTube, tomando como referencial teórico principal os Estudos Culturais em Educação. Foram encontradas doze Dissertações e duas Teses, em duas bases de dados, publicadas nos últimos 10 anos e que articulam os seguintes descritores: infância(s), juventude(s), YouTube e Estudos Culturais. Os resultados mostram a potência do YouTube como campo investigativo das infâncias e das juventudes no tempo presente. Demonstram, também, a necessidade das análises dos novos espaços midiáticos contemporâneos, bem como explicitam os muitos modos por meio dos quais o YouTube, os YouTubers e suas pedagogias funcionam como “máquinas de ensinar” a ser e estar no mundo.

Palavras-chave: youtube; estudos culturais; infâncias; juventudes.

¹ Doutora e Mestra em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Pós-Doutora pela Universidade de Bolonha, Itália; Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPQ.

² Doutora e Mestra em Educação Universidade Federal do Rio Grande do Sul;

Abstract: *This study aims to present and discuss the results of a literature review conducted to map academic production in Education that developed their research based on YouTube and took Cultural Studies in Education as their main theoretical reference. In total, 12 theses and two dissertations were found in two databases. This research was published in the last 10 years and articulated the following descriptors: childhood(s), youth(s), YouTube, and Cultural Studies. Results show the power of YouTube as an investigative field for contemporary childhoods and youths and the need to analyze new contemporary media spaces and explain the many ways in which YouTube, YouTubers, and their pedagogies function as “teaching machines” of being in the world.*

Keywords: *youtube; cultural studies; childhood(s); youth(s).*

Recebido em 04 de março de 2024

Aceito em 04 de Agosto de 2024

1 INTRODUÇÃO³

Vários trabalhos vêm se ocupando, nos últimos anos, da caracterização do campo dos Estudos Culturais em Educação no Brasil – tanto em termos de sua estruturação histórica junto à Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul quanto em termos de tendências temáticas e teórico-metodológicas (Costa; Silveira; Sommer, 2023; Wortmann; Costa; Silveira, 2015; Costa; Wortmann; Bonin, 2016; Wortmann; Santos; Ripoll, 2019; Bonin *et al.*, 2020). Em tais trabalhos, notabiliza-se uma das principais contribuições dos Estudos Culturais para a área da Educação no Brasil: a ampliação do sentido de educação e de pedagogia por meio da “diminuição das

³ Este artigo é decorrente de pesquisa financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Fundação de Amparo à Pesquisa no Rio Grande do Sul (FAPERGS).

fronteiras entre, de um lado, o conhecimento acadêmico e escolar e, de outro, o conhecimento cotidiano e o conhecimento da cultura de massa” (Silva, 1999, p. 139). Assim:

Sob a ótica dos Estudos Culturais, todo conhecimento, na medida em que se constitui num sistema de significação, é cultural. Além disso, como sistema de significação, todo conhecimento está estreitamente vinculado com relações de poder. É dessa perspectiva que os Estudos Culturais analisam instâncias, instituições e processos culturais aparentemente tão diversos quanto exposições de museus, filmes, livros de ficção, turismo, ciência, televisão, publicidade, medicina, artes visuais, música... Ao abordá-los, todos, como processos culturais orientados por relações sociais assimétricas, a perspectiva dos Estudos Culturais efetua uma espécie de equivalência entre essas diferentes formas culturais. Se é o conceito de “cultura” que permite equiparar a educação a outras instâncias culturais, é o conceito de “pedagogia” que permite que se realize a operação inversa. Tal como a educação, as outras instâncias culturais também são pedagógicas, também têm uma “pedagogia”, também ensinam alguma coisa (Silva, 1999, p. 139).

Desde a década de 1990, os praticantes de Estudos Culturais em Educação no Brasil passaram a analisar as chamadas “pedagogias culturais” – organizações, práticas, processos, artefatos e locais que não são usualmente tidos como educativos, mas que, de fato, apresentam-se a nós e às nossas crianças e jovens como “máquinas de ensinar” (Giroux, 2003, p. 90) identidades, saberes, comportamentos, percepções de mundo e modos de ser e agir.

Da mesma forma que houve a ampliação dos sentidos de educação e de pedagogia por meio do conceito de “pedagogias culturais”, pode-se afirmar que o campo dos Estudos Culturais também se notabilizou pelo entendimento de que a contemporaneidade e as novas tecnologias da informação e da comunicação contribuíram para a multiplicação das formas de ser criança e jovem. É evidente que

as compreensões acerca das infâncias e das juventudes passaram por muitas transformações ao longo do tempo, sendo marcadas por questões sociais, culturais e históricas – mas, nos últimos 30 anos, tais compreensões vêm sofrendo mutações ainda mais profundas.

Ainda são usualmente empregados - na Academia e nos mais variados locais da vida cotidiana - os discursos que tomam a infância como ente universal, associada à docilidade, à subalternidade e à ingenuidade - assim como ainda são frequentes os discursos do senso comum que posicionam as juventudes como “rebeldes” e “desviantes”. Entretanto, as infâncias e as juventudes contemporâneas têm sido fortemente capturadas pelos apelos midiáticos e pelos aparelhos e redes digitais – e já não podem ser pensadas somente como infâncias e juventudes “em déficit” (compreendidas apenas a partir do que, supostamente, faltaria a elas – controle, foco, maturidade etc.), mas compreendidas a partir do que nos incitam, nos desestabilizam e nos fazem pensar. Costa (2009, p. 231) colabora para essa discussão ao afirmar que:

Podemos dizer que hoje, nestes tempos por muitos considerados como pós-modernos, diferentes significados de infância [e de juventude] estão sendo produzidos e circulam nas sociedades, criando distintas concepções [...]. Além dos significados que circulam no campo social, variados artefatos e condições de possibilidade operam ininterruptamente na constituição das infâncias [e das juventudes], de suas identidades e representações [...] (acréscimos nossos).

As redes sociais e as plataformas digitais de informação e de comunicação se transformaram em *loci* de produção de subjetividades – locais onde os seres humanos das mais diversas idades e *backgrounds* culturais passam grande número de horas por dia, produzindo saberes (sobre si mesmos, sobre os outros, sobre o mundo ao redor) e

fazendo-os circular. Um artigo produzido pelo Google sobre o poder de influência do YouTube no Brasil antes da pandemia mostra que os brasileiros entre 18 e 49 anos consomem, massivamente, vídeos, passando 4h e 30 minutos na frente de alguma tela e, desse tempo, pelo menos 1h e 47 minutos “jogando videogame, assistindo ao YT [YouTube] ou *Video On Demand*. Assim fica fácil perceber que os brasileiros estão cada vez mais presentes no YouTube, o que coloca o Brasil na posição de segundo maior mercado mundial na plataforma em horas de vídeo assistidas. Só no Brasil, são cerca de 98 milhões de pessoas conectadas” (Google, 2017). O referido artigo também afirma que o YouTube, no Brasil, atinge mais pessoas que a TV a cabo, constituindo-se em uma “audiência engajada, com poder de compra e que não consome conteúdo passivamente”, passando “horas e horas mergulhando nos assuntos que gostam” (Google, 2017). Com a pandemia, tais números aumentaram consideravelmente, assim como aumentou o impacto do YouTube sobre os brasileiros: um estudo da Oxford Economics mostrou que 100% dos estudantes consultados (com mais de 18 anos) utilizam o YouTube como apoio para suas tarefas ou estudos; 99% dos usuários no Brasil utilizam o YouTube para obter informações e conhecimentos; e 92% dos professores ouvidos pela pesquisa afirmam utilizar vídeos da referida plataforma em sala de aula (Google; Oxford Economics, 2021).

No âmbito acadêmico, muitos têm sido os trabalhos que tomam o YouTube como campo investigativo – e já existem, inclusive, artigos de revisão sobre as potencialidades da análise desta plataforma para os mais variados campos do conhecimento (ver, por exemplo, os estudos de Mion e Lopes (2021) na área do Ensino; Medeiros e Rocha (2018) na área da Comunicação; e Oliveira e Momo (2021). Neste artigo temos como objetivo apresentar e discutir os resultados de uma revisão de literatura realizada no sentido de mapear trabalhos

acadêmicos (Dissertações e Teses) realizados no campo da Educação e que tenham desenvolvido suas pesquisas a partir do YouTube, tomando como referencial teórico principal os Estudos Culturais em Educação. A partir dos trabalhos acadêmicos selecionados para esta revisão, buscamos responder ao seguinte problema: de que modo os resultados de tais trabalhos apresentam as formas como as infâncias e as juventudes contemporâneas são educadas e ensinadas a partir do que assistem em canais do YouTube? Lembrando que, nos Estudos Culturais em Educação, um conceito caro é o de Pedagogia Cultural, que se liga à ideia de que a educação de crianças e jovens acontece não somente na escola, enquanto espaço formal e institucionalizado, mas em outros espaços não-formais (como os midiáticos), os quais contribuem tanto para a construção de saberes como para a constituição de suas identidades (Steinberg; Kincheloe, 2001).

Para dar conta deste objetivo e desde problema, este artigo está organizado da seguinte forma: 1) caracterizamos o YouTube e empreendemos uma discussão que visa mostrar a potencialidade do YouTube como campo de pesquisa na área da Educação, bem como situamos a perspectiva teórica à qual este artigo se vincula, qual seja: os Estudos Culturais em Educação; 2) na seção seguinte, apresentamos os caminhos percorridos para chegar aos trabalhos selecionados para compor este artigo de revisão, bem como apresentamos as pesquisas selecionadas, caracterizando cada uma delas; 3) traçamos algumas considerações finais, destacando aspectos compartilhados entre os trabalhos analisados.

2 O YOUTUBE COMO POTENTE CAMPO INVESTIGATIVO NA ÁREA DOS ESTUDOS CULTURAIS EM EDUCAÇÃO

Na contemporaneidade, crianças e jovens têm sido vistos/as e posicionados/as como atores sociais, como sujeitos de direitos, participativos e com voz nos diferentes meios pelos quais circulam e de que fazem parte (Dornelles; Fernandes, 2015). Muitas infâncias e muitas juventudes contemporâneas são marcadas pelo fácil acesso às tecnologias e à internet, como já mencionamos anteriormente. Buckingham (2007) potencializa as problematizações que articulam infâncias e tecnologias, as quais também servem para problematizarmos as juventudes do tempo presente. De acordo com ele:

A relação entre a infância e as mídias eletrônicas têm sido muitas vezes percebida em termos essencialistas. As crianças tendem a ser vistas como possuidoras de qualidades inerentes, que se ligam de um modo único às características inerentes a cada meio de comunicação. Na maioria dos casos, é claro, essa relação é definida como negativa: atribui-se às mídias eletrônicas um singular poder de explorar a vulnerabilidade das crianças, de abalar sua individualidade e destruir sua inocência. [...] Mais recentemente, porém, começou a emergir uma construção bem mais positiva dessa relação. Longe de como vítimas passivas das mídias, crianças e jovens passam a ser vistas como dotadas/os de uma forma poderosa de “alfabetização midiática”, uma sabedoria natural espontânea de certo modo negada aos adultos. As novas tecnologias de mídia, em especial, são consideradas capazes de oferecer às crianças [e aos jovens] novas oportunidades para a criatividade, a comunicação, a autorrealização (Buckingham, 2007, p. 65-66, acréscimos nossos).

Um espaço que tem sido fértil para crianças e jovens expressarem suas opiniões, bem como seus desejos e anseios é,

sem dúvida, o YouTube, pois ele tem possibilitado a crianças e jovens uma participação ativa tanto na emissão de opiniões/visões de mundo como na própria produção de conteúdos que lhes interessam. Além do que, como já mencionado na Introdução deste artigo, o YouTube articula-se ao entendimento de Pedagogia Cultural e à ideia de que a educação extrapola os limites da educação formal, ou seja: “enquadra a educação numa variedade de áreas sociais incluindo, mas não limitando a escola. Áreas pedagógicas são aqueles lugares onde o poder é organizado e difundido, incluindo-se bibliotecas, TV, cinemas, jornais, revistas, brinquedos, propagandas, videogames, livros, esportes etc.” (Steinberg; Kincheloe, 2001, p. 14).

Sobre o YouTube, é importante mencionar que ele foi criado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários da empresa PayPal, e vendido em 2006 para a Google, o YouTube modificou a forma de assistir e compartilhar conteúdos na internet (Jenkins, 2009). Ao ser comprado pela empresa Google, “[...] tinha dentre várias razões a aquisição de mais publicidade, expansão de anúncios e serviços na rede, o que colaborou ainda mais para consolidar os negócios comerciais da provedora global de internet” (Silva, 2021, p. 57). Após a sua criação, o YouTube começou a crescer rapidamente - o que lhe rendeu até o prêmio de “melhor invenção do ano” pela revista norte-americana Time, em 2006 – e se tornou parte fundamental da chamada “cultura participativa”, integrado ao cotidiano de um sem-número de sujeitos (de múltiplas áreas do conhecimento e com interesses muito diversos) ao redor do mundo. Mota e Pedrinho (2009) pontuam que a plataforma é considerada “o maior aglutinador de mídia de massa da internet no início do século 21” e que se trata, na verdade, de uma obra colaborativa – “uma cocriação de diferentes atores que, pela própria natureza da internet e da ferramenta, se confundem e entram em choque de interesses” (p. 9).

Segundo Jenkins (2009, p. 348), o YouTube é considerado “fundamental para a produção e distribuição da mídia alternativa – o marco zero, por assim dizer, da ruptura nas operações das mídias de massa comerciais, causada pelo surgimento de novas formas de cultura participativa”. A partir dessa plataforma, há a possibilidade de publicar e assistir vídeos amadores, gravações caseiras de programas de TV, videoclipes profissionais de artistas etc. Uma extensa videoteca virtual abre um leque infinito de imagens animadas para a curiosidade dos usuários, o que está totalmente relacionado com a cultura contemporânea (Pellegrini; Reis; Monção; Oliveira, 2010). Mas, em seus anos iniciais, o YouTube apresentava-se apenas e tão somente como uma plataforma útil de armazenagem de vídeos DIY (*Do It Yourself* ou “faça você mesmo”), bem como um local onde diversos fandoms podiam armazenar, reproduzir e compartilhar livremente arquivos de áudio e vídeo, sem a necessidade de login, senhas, criação de contas etc. Com a inclusão de um chat (no qual os sujeitos podem interagir uns com os outros, deixar opiniões sobre os vídeos etc.) e, em 2011, passando a funcionar também como plataforma de streaming (e permitindo lives com milhões de usuários conectados de modo simultâneo), o YouTube também se transformou em uma rede social – a segunda mais utilizada no Brasil (142 milhões de usuários), só perdendo para o WhatsApp (169 milhões de usuários). Foi nesse período que começaram a surgir os chamados “YouTubers” – e, também, quando a plataforma, efetivamente, se popularizou. YouTubers (que também podem ser chamados contemporaneamente de “influenciadores digitais”) são sujeitos que “gastam seu tempo no site [YouTube] contribuindo com conteúdo, criando referências, construindo e criticando vídeos reciprocamente, assim como colaborando (e discutindo) uns com os outros conforme constroem o ‘núcleo social’ do YouTube” (Burgess; Green, 2009, p.

86). De qualquer forma, é importante notar que há um grupo seletivo de YouTubers, tidos como “líderes” entre um determinado segmento de público e que pertencem ao Programa de Parcerias do YouTube – para estes, a produção de conteúdo gera visualizações que alavancam a monetização de um Canal. No Brasil, o YouTuber brasileiro Felipe Neto, que entrou na lista dos cinco maiores YouTubers do mundo em abril de 2022, tem “44,6 milhões de inscritos na plataforma e ocupa a quinta posição do ranking de maiores youtubers do mundo. Logo em seguida aparece Whindersson Nunes, com 43,9 milhões de inscritos” (Meio & Mensagem, 2022). Além dos canais de Felipe Neto e Whindersson Nunes, KondZilla, Você Sabia?, Luccas Neto (irmão mais novo de Felipe), GR6 Explode e Maria Clara & JP estão na lista dos maiores Canais do YouTube brasileiro (Meio & Mensagem, 2022).

Para que um canal ou vídeo possa ser monetizado, atualmente, o YouTube aplica as “Políticas de Monetização de Canais do YouTube”, bem como os “Princípios de qualidade para conteúdo familiar e infantil” (Google, 2023a; 2023b) - assim, por exemplo, se há incentivo a “comportamentos ou atitudes negativas”, com “conteúdo que incita atividades perigosas, desperdício, bullying, desonestidade ou falta de respeito com outras pessoas”; ou foco “na compra de produtos ou na promoção de marcas e logotipos, como brinquedos e comida”, incluindo “vídeos com foco em consumo excessivo”; ou, ainda, se é “sensacionalista ou enganoso” (com conteúdo falso, exagerado, bizarro ou baseado em opinião que pode confundir públicos mais jovens), um Canal ou vídeo não será monetizado pelo YouTube e, conseqüentemente, seus criadores não serão remunerados.

Os canais do YouTube investigados nos trabalhos que mencionaremos nas seções a seguir são considerados, a partir da perspectiva teórica dos Estudos Culturais em Educação, artefatos

culturais que produzem pedagogias na medida em que ensinam modos de ser e de se comportar para crianças e jovens contemporâneos. Neste sentido é que se torna relevante o entendimento de “pedagogia cultural” (Steinberg; Kincheloe, 2001), conceito – como vimos anteriormente – bastante caro à perspectiva dos Estudos Culturais. Andrade e Costa (2015) afirmam que existem novas maneiras de ver e pensar a pedagogia, a fim de falar sobre saberes, outras experiências e diversos processos que educam e constituem os sujeitos e suas identidades. As mesmas autoras afirmam as pedagogias culturais atuam “na constituição de sujeitos, na composição de identidades, na disseminação de práticas e condutas, enfim, no delineamento de formas de ser e viver na contemporaneidade” (Andrade; Costa, 2015, p. 61).

Na perspectiva dos Estudos Culturais, nossas identidades são vistas como construções sociais e culturais que são provisórias, temporárias e contingentes, na medida em que vão se modificando a partir das representações e dos discursos com que os sujeitos têm contato. De acordo com a perspectiva dos Estudos Culturais, as identidades passam a ser reguladas a partir do modo de pensar, de ser e de agir e direcionam-nos ao entendimento do que (e de quem) somos. Os canais do YouTube produzem significados e impulsionam a constituição de identidades infantis e juvenis, a partir da reverberação de representações que aí são propagadas – como veremos na descrição dos resultados desta pesquisa.

3 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Em termos metodológicos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica de revisão, de cunho qualitativo e orientada pelos Estudos Culturais em Educação. Tal tipo de pesquisa, conforme Alves-Mazzotti (2006, p. 27), “deve estar a serviço do problema de pesquisa” – quer seja, entender como os trabalhos acadêmicos do campo dos Estudos Culturais em Educação têm marcado e evidenciado a educação de crianças e jovens via YouTube. Portanto, os autores das Dissertações e Teses que mencionaremos nesta seção construíram e organizaram seu material empírico a partir da plataforma YouTube, ou seja, valeram-se, em suas análises, de vídeos postados em determinados canais que têm como protagonistas crianças e jovens. Antes, porém, de falar sobre estes trabalhos, é imprescindível apresentarmos os caminhos que percorremos para selecioná-los.

Primeiramente, foram definidas duas plataformas digitais para a realização das buscas pelos trabalhos que se articulavam ao objetivo deste artigo: a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e o Banco de Teses e Dissertações da Universidade Luterana do Brasil (BTD/ULBRA). Tal escolha se deu em função de dois aspectos: a) textos completos de trabalhos de pesquisa (Dissertações e Teses) são publicados, muitas vezes, primeiramente na BDTD, que é a base de dados do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, abastecida pelos Programas de Pós-Graduação brasileiros; b) a Universidade Luterana do Brasil é a única instituição brasileira que apresenta um Programa de Pós-Graduação em Educação cuja área de concentração é Estudos Culturais em Educação – e, portanto, encontraríamos no Banco de Dissertações e Teses da referida

instituição trabalhos que articulam infância(s), juventude(s), YouTube e Estudos Culturais em Educação.

Cabe referir, ainda, que outro critério que utilizamos para orientar as buscas nos bancos supracitados foi o temporal, ou seja, selecionamos trabalhos publicados nos últimos dez anos (entre 2013 e 2023) – e isso se deu porque o YouTube se consolida no Brasil como plataforma de mídia e como rede social neste período. Os descritores escolhidos para orientar estas buscas foram: infância(s), juventude(s), YouTube e Estudos Culturais. Descritores como criança e jovem (bem como suas versões pluralizadas: crianças e jovens) também foram utilizados como filtros auxiliares de pesquisa, de maneira a tornar mais produtivo o processo de busca e revisão.

Após o levantamento dos trabalhos nas duas Bases de Dados, procedeu-se à seleção dos mesmos. Campos *et al.* (2023, p. 102) mostram a necessidade de os pesquisadores elencarem critérios de exclusão – por exemplo, “eliminando resultados duplicados” e “cruzando os dados levantados em ambas as plataformas para que haja uma nova eliminação de duplicatas”. Além disso, os referidos autores sublinham a necessidade de “eliminação de resultados que fugissem às palavras-chave buscadas por meio da leitura do título dos trabalhos”, bem como “aleitura do resumo para identificação, dentre as pesquisas encontradas, daquelas que não estivessem alinhadas à temática pesquisada”. Finalmente, como critérios de inclusão, estabelecemos que: a) as pesquisas selecionadas para compor este artigo de revisão deveriam ser desenvolvidas no campo da Educação; b) deveriam, ainda, vincular-se à perspectiva teórica dos Estudos Culturais. A partir da utilização destes critérios, as buscas alcançaram o número de 14 produções acadêmicas, sendo 12 dissertações e duas teses. No BDTD foram encontradas oito dissertações e uma tese.

No BTD/ULBRA foram encontradas quatro dissertações e uma tese. No Quadro 1 reunimos as dissertações encontradas. No Quadro 2, reunimos as teses.

Quadro 1 - Dissertações encontradas para compor a revisão

Título	Autor/a	Ano	Instituição	Área
Jovens youtubers: processos de autoria e aprendizagens contemporâneas	Lucineia de Fátima Sena Batista	2014	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)	Educação
YouTube, juventude e escola em conexão: a produção da aprendizagem ciborgue	Marco Polo Oliveira da Silva	2016	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	Educação
Faz de conta que todos nós somos youtubers: crianças e narrativas contemporâneas	Thamyres Ribeiro Dalethese	2017	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO)	Educação
Infância youtuber: um estudo sobre modos de ser criança na contemporaneidade	Darcyane Rodrigues de Melo	2018	Universidade Luterana do Brasil (ULBRA)	Educação
Identidades de gênero e adultização: um estudo sobre erotização das infâncias e trabalho infantil a partir de vídeos de MCs mirins compartilhados no YouTube	Rita de Cássia de Medeiros Rodriguez	2020	Universidade Federal do Rio Grande (FURG)	Educação
Construindo identidades infantis em um "Nação corderosa-dora": gênero, classe social e raça em vídeos do YouTube	Jocieli Bezerra Brayer	2020	Universidade Federal do Rio Grande (FURG)	Educação
"Surpresa"! O fenômeno dos colecionáveis: instigando o consumo e reforçando estereótipos de gênero"	Vanezza Pontes da Silva Papaléo	2020	Universidade Federal do Rio Grande (FURG)	Educação

Título	Autor/a	Ano	Instituição	Área
A divulgação científica por crianças: Uma comparação de produções no YouTube	Shaila Regina Herculano Almeida Maximo	2020	Universidade de São Paulo (USP)	Educação/ Estudos Culturais
O YouTube como um lugar possível para se pensar as infâncias	Clara de Melo Araujo	2021	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/RJ)	Educação
Representações de infância consumidora no canal Luccas Neto- Luccas Toon	Tamara Costa da Silva	2021	Universidade Luterana do Brasil (ULBRA)	Educação
“O que você é?!”: representações de gênero não-binário no YouTube	Manoela de Calazans Gonçalves	2022	Universidade Luterana do Brasil (ULBRA)	Educação
Infâncias contemporâneas propagadas no YouTube: problematizações a partir da parceria Felipe Neto e Minecraft	Joici Oliveira Ferreira Rocha	2023	Universidade Luterana do Brasil (ULBRA)	Educação

Fonte: as autoras.

Quadro 2 – Teses encontradas para compor a revisão

Título	Autor/a	Ano	Instituição	Área
Youtubers como uma pedagogia cultural de gênero: enunciados sobre menina-mulher em canais do YouTube	Natália Machado Belarmino	2020	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	Educação
O Brincar de brincar: pedagogias, espetáculo e consumo nos canais de youtubers infantis	Michelle Chagas de Farias	2021	Universidade Luterana do Brasil (ULBRA)	Educação

Fonte: as autoras.

Depois da organização destes quadros, todos os trabalhos foram lidos atentamente e os 14 trabalhos selecionados para compor

este estudo buscaram, em alguma medida, discutir os modos como alguns vídeos publicados em canais do YouTube têm constituído crianças, jovens e infâncias/juventudes contemporâneas. Na seção a seguir, apresentamos cada um dos trabalhos selecionados.

4 INFÂNCIAS E JUVENTUDES NO YOUTUBE

Dentro dos critérios que utilizamos para realizar as buscas, a primeira dissertação encontrada foi finalizada em 2014 e intitulou-se “Jovens youtubers: processos de autoria e aprendizagens contemporâneas”. Foi desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGEDU) da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) pela pesquisadora Lucineia de Fátima Sena Batista. A investigação teve como objetivo “compreender os principais fatores que levam jovens a produzir vídeos, a relacionar-se com o audiovisual e apropriar-se dele; percebendo como produzem, para quem, e os usos que fazem de sua produção” (Batista, 2014, p. 13). A perspectiva teórica deste estudo apoiou-se nos Estudos Culturais latino-americanos, que consideram a educação muito mais que o ambiente escolar.

Cabe referir, também, que a pesquisa procurou “ampliar o conhecimento sobre um comportamento social que desponta nas sociedades urbanas contemporâneas: produzir vídeos próprios com recursos tecnológicos domésticos e que, na maioria das vezes, são colocados em circulação, para audiências abertas ou fechadas, em ambientes virtuais de compartilhamento, como o YouTube” (Batista, 2014, p. 6). Além disso, a pesquisadora não só observou a presença de sete jovens YouTubers na rede, como também realizou entrevistas

com eles. Segundo Batista (2014, p. 6): “Os jovens investigados cresceram num ambiente hipermediático, assumindo comportamento (inter)ativo, (inter)conectado e participativo”. Nas considerações finais, a pesquisadora destacou que os novos comportamentos de jovens estimulados pelas características deste ambiente hipermediático são um grande desafio para a Educação.

A segunda pesquisa de mestrado selecionada também discutiu a questão das juventudes articulando a escola e o YouTube. Intitula-se “YouTube, juventude e escola em conexão: a produção da aprendizagem ciborgue” e foi defendida por Marco Polo Oliveira da Silva no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) em 2016. A dissertação visou responder ao seguinte questionamento: “[...] como as videoaulas no YouTube alteram as formas de aprendizagem dos conteúdos curriculares pela juventude ciborgue?” (Silva, 2016, p. 12). As lentes teóricas utilizadas pelo autor ancoraram-se no campo teórico dos Estudos Culturais e em estudos sobre juventudes e sobre tecnologias digitais. Metodologicamente, a pesquisa valeu-se de “[...] elementos da netnografia, em canais do YouTube que disponibilizavam vídeo aulas sobre conteúdos curriculares, observação de três turmas de uma escola pública de Ensino Médio, entrevistas com alunos/as e educadores/as e aplicação de questionários” (idem, p. 12). O principal argumento do autor relacionou-se ao fato de a aprendizagem dos conteúdos curriculares ter se tornado “ciborguizada”. Além do que, os jovens pesquisados afirmaram que as tecnologias (dentre as quais se incluem plataformas como o YouTube) potencializaram seus processos de construção do conhecimento, pois elas agregam a presença de elementos da cultura juvenil e da cibercultura os quais são presentes em seus cotidianos.

Na dissertação “Faz de conta que todos nós somos youtubers: crianças e narrativas contemporâneas” (2017), defendida no PPGEDU da UNIRIO por Thamyres Ribeiro Dalethese, a autora buscou discutir as relações entre crianças com narrativas audiovisuais no YouTube, já que este é um espaço virtual muito presente no cotidiano das infâncias contemporâneas. Metodologicamente, foi empreendida uma pesquisa com sete crianças consumidoras ativas desta plataforma, as quais participaram de encontros off-line e online (através de conversas presenciais), bem como foram “seguidas” pela pesquisadora, uma vez que elas tinham seus próprios canais no YouTube. Para tecer o caminho teórico-metodológico, Dalethese (2017) articulou debates sobre a concepção de infância com estudos da etnografia. A partir dos dados produzidos foram percebidos novos modos de narração infantil, baseadas no auto exposição e articuladas às identidades gamer e YouTuber. Além do que, percebeu-se o estabelecimento de uma nova relação com o tempo nesses contextos culturais que as crianças ao mesmo tempo que contribuem para a formação de outros sujeitos infantis, também são formadas.

A dissertação de Darcyane Rodrigues de Melo, intitulada “Infância youtuber: um estudo sobre modos de ser criança na contemporaneidade” (2018), foi desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Luterana do Brasil (PPGEDU/ULBRA). Inserida no campo teórico dos Estudos Culturais em Educação, de viés pós-estruturalista, a dissertação de Melo (2018) teve como objetivos: 1) analisar os modos como as representações colocadas em circulação por três youtubers infantis (duas meninas e um menino), através dos seus canais, colaboravam para a produção de identidades infantis contemporâneas; 2) discutir a maneira como as infâncias se relacionavam com as novas tecnologias e produziam possíveis formas de ser criança e de viver a infância. Os resultados

da pesquisa apontaram que o YouTube colocava em circulação representações de crianças empreendedoras e focadas no sucesso, crianças consumistas e crianças participativas, que ganhavam voz através do auxílio da tecnologia (Melo, 2018).

Outra pesquisa que articula infância e YouTube é a desenvolvida por Rita de Cássia de Medeiros Rodriguez, intitulada “Identidades de gênero e adultização: um estudo sobre erotização das infâncias e trabalho infantil a partir de vídeos de MC mirins compartilhados no YouTube” (2020). Desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Rio Grande (PPGE/FURG), teve como propósito “problematizar e refletir acerca da produção de identidades de gênero nas infâncias contemporâneas e adultização, dando ênfase à erotização das infâncias e ao trabalho infantil” (Rodriguez, 2020, p. 18). Para tanto, a autora valeu-se da contribuição teórica dos Estudos Culturais e dos Estudos de Gênero e seu material empírico foi constituído por um conjunto de vídeos publicados nos canais de dois MC Mirins, focando – especialmente – nas letras das músicas por eles cantadas. As análises apontaram para o quanto as meninas/mulheres são posicionadas como sujeitadas e à disposição dos homens. Além disso, mostraram a recorrência de referir-se aos corpos de meninas/mulheres como objeto de consumo e de desejo (Rodriguez, 2020).

A dissertação de mestrado intitulada “Construindo identidades infantis em um ‘Nação corderosadora’: gênero, classe social e raça em vídeos do YouTube” (2020), de Jocieli Bezerra Brayer, também foi defendida no PPGE/FURG. Teve como principais arcabouços teóricos os Estudos Culturais e os Estudos de Gênero pós-estruturalistas. Seu principal objetivo foi discutir de que modo as identidades das crianças são forjadas dentro de um universo criado pela marca de sapatos

infantis Pampili, através do canal do YouTube chamado “Mundo da Menina by Pampili” (Brayer, 2020). As análises realizadas apontaram que as pedagogias culturais em operação através do consumo, da visibilidade e do embelezamento estão imbricadas nas relações das crianças consigo mesmas e com a sociedade em que estão inseridas. Em seus apontamentos finais, a autora afirmou que sua pesquisa mostrou a possibilidade de as crianças parecerem “[...] construir suas identidades no trânsito de universos culturais efêmeros, os quais educam e produzem sentidos na interlocução com as mídias” (Brayer, 2020, p. 5).

Ainda no âmbito do mesmo Programa de Pós-Graduação em que foram desenvolvidas as duas últimas pesquisas aqui trazidas, também foi desenvolvida a pesquisa de mestrado intitulada “Surpresa! O fenômeno dos colecionáveis: instigando o consumo e reforçando estereótipos de gênero”, cuja pesquisadora responsável é Vanezza Pontes da Silva Papaléo. De acordo com Papaléo (2020, p. 16), seu objetivo principal foi investigar as relações de poder presentes na prática do unpacking como estratégias de governamento da infância contemporânea, especialmente no que diz respeito às identidades de gênero. Para tanto, valeu-se do campo teórico dos Estudos Culturais, bem como de contribuições da perspectiva foucaultiana. Seu material empírico é constituído por 15 vídeos protagonizados por quatro meninas. Em suas análises, a autora procurou discutir sobre a estratégia de unpacking das quais as YouTubers valem-se no intuito de seduzir suas espectadoras produzindo efeitos sobre suas identidades, inclusive aquelas que dizem respeito a gênero (Papaléo, 2020).

Na Escola de Artes, Ciências de Humanidades (EACH), mais especificamente no Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais da Universidade De São Paulo (USP), Shaila Regina Herculano

Almeida Maximo, desenvolveu a pesquisa “A divulgação científica por crianças: Uma comparação de produções no Youtube” (2020). O objetivo da autora foi “[...] analisar vídeos denominados científicos por seus produtores e que tenham crianças como protagonistas a fim de verificar se seus conteúdos têm o intuito de promover ciência ou se há outros objetivos por trás dessa produção” (Máximo, 2020, p. 4). Os resultados de sua pesquisa apontaram que os vídeos analisados acabam ficando mais a serviço da autopromoção da criança e da lucratividade com a rede social do que fazendo o papel de divulgação científica. Apesar disso, de acordo com a autora, “podem ser utilizados como conteúdo para instigar a curiosidade das crianças e despertar o anseio pela busca de respostas para explicar os fenômenos naturais que as cercam” (Máximo, 2020, p. 56).

Outra pesquisa é a intitulada “Representações de infância consumidora no canal Luccas Neto-Luccas Toon” (2021), cuja autora é Tamara Costa da Silva, desenvolvida no PPGEDU/ULBRA. O canal analisado pela autora não é protagonizado por crianças, porém é endereçado ao público infantil. Seu propósito de pesquisa foi analisar o conteúdo de vídeos e artefatos culturais do youtuber Luccas Neto destinados ao público infantil, problematizando as representações de infâncias contemporâneas consumidoras, principalmente aquelas vinculadas ao uso das tecnologias e aos novos modos de ser criança escolar de um determinado tempo e espaço (Silva, 2021). Cabe referir que Luccas Neto tem um número significativo de seguidores em seu canal e caracteriza-se como um fenômeno entre as crianças. Para dar conta deste propósito, a autora problematizou três eixos analíticos: 1) o hiperconsumismo ligado a marcas de brinquedos; 2) Relações de gênero nos brinquedos: ensinando meninas e meninos a consumirem; 3) Gestão de si como uma marca (Silva, 2021).

No mesmo ano, 2021, foi concluída a dissertação intitulada “O YouTube como um lugar possível para se pensar as infâncias”, defendida por Clara de Melo Araújo no Programa de Pós-Graduação em Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/RJ). A pesquisa teve como objetivo conhecer os conteúdos a que as crianças assistem no YouTube e discutir de que forma eles permitem pensar as infâncias atuais. Na pesquisa, Araújo (2021) valeu-se do conceito de Pedagogia Cultural, ancorado nos Estudos Culturais, fazendo um diálogo com a área da Sociologia da Infância. Os vídeos do YouTube foram tomados como instâncias pedagógicas que ensinam e educam nas crianças, produzindo - portanto - uma pedagogia. Metodologicamente, a autora utilizou duas estratégias de produção de dados: 1) questionário respondido por 344 crianças e 2) entrevistas semiestruturadas coletivas e individuais realizadas com 30 crianças. A faixa etária das crianças envolvidas era de 8 a 10 anos de idade e pertenciam a diferentes grupos sociais no município do Rio de Janeiro. Os resultados da pesquisa mostraram que as crianças preferem vídeos lúdicos que sejam engraçados e contam com desafios e “trollagens”. Araújo (2021) concluiu que as culturas infantis estão presentes nos conteúdos assistidos pelos sujeitos infantis, pois eles se divertem, compartilham com seus pares suas preferências e veem os youtubers como celebridades. Também concluiu que as crianças constroem “[...] hipóteses ricas sobre o funcionamento da plataforma, se apropriando de formas únicas e mostrando um olhar crítico aos conteúdos a que assistem (Araújo, 2021, p. 6).

Outra dissertação de mestrado, que analisou canais de jovens youtubers é a intitulada “O que você é?!: representações de gênero não-binário no YouTube”, de autoria de Manoela de Calazans Gonçalves (2022). Gonçalves (2022) toma a Internet como espaço educativo onde não apenas experiências, mas também representações

são compartilhadas e veiculadas, sendo capazes de colocar em evidência novas corporeidades. Teve como principal objetivo analisar vídeos e comentários em dois canais de YouTube de pessoas que se consideram não-binárias. Sua questão central de pesquisa foi: Como identidades de gênero não-binárias são representadas no YouTube a partir da fala de sujeitos não-binários e quais suas repercussões? A partir desse objetivo e desse questionamento, buscou investigar e problematizar as estratégias de representação acionadas por esses sujeitos e como elas são contestadas ou corroboradas por aqueles que deixavam comentários em seus vídeos. Como resultados da pesquisa, a autora encontrou

[...] a criação de intimidade com os espectadores e a exposição do corpo nos vídeos como estratégias representacionais acionadas pelas youtubers. Como repercussões dos vídeos, foram encontrados os argumentos biológicos e patologizadores para contestar o gênero não-binário, os argumentos que representam o gênero não-binário como monstruoso, aqueles que buscam os vídeos para informação e identificação e, ainda, aqueles que mostram um comportamento de fã frente às youtubers (Gonçalves, 2022, p. 9).

A última dissertação a ser aqui mencionada intitula-se “Infâncias contemporâneas propagadas no Youtube: problematizações a partir da parceria Felipe Neto e Minecraft” (2023) de Joice Oliveira Ferreira Rocha também desenvolvida no âmbito do PPGEDU/ULBRA. Nesta pesquisa, a autora buscou responder ao seguinte questionamento: “Que infâncias são construídas no canal do YouTuber Felipe Neto?” (Rocha, 2023). Articulado a esse questionamento, o principal propósito da pesquisa foi problematizar como as infâncias estão sendo representadas nos vídeos da playlist “Minecraft - A saga” do canal de Felipe Neto no YouTube, publicados em 2021, entre os meses de outubro e dezembro. Metodologicamente, foi utilizada a

etnografia de tela para analisar os vídeos, tomando como ferramentas os conceitos de infâncias, pedagogias culturais e representação, utilizados à luz da perspectiva dos Estudos Culturais. De acordo com autora, as análises empreendidas possibilitaram argumentar que o YouTuber Felipe Neto colabora para a construção de uma “infância gamer” voltada fortemente para o hiperconsumo, para a hiperatenção, para o hiper desempenho e para o empreendedorismo (Rocha, 2023). Uma das problematizações desenvolvidas pela autora diz respeito ao que ela chama de “pedagogos do século XXI”, sendo que Felipe Neto pode ser considerado um deles na medida em que ensina diferentes ensinamentos/hábitos, dentre os quais se destacam dois: o relacionado ao comprar e ao jogar e o que acaba reforçando determinadas representações e também moldando as identidades das crianças (Rocha, 2023).

Por fim, descrevemos as duas teses encontradas. A primeira delas foi desenvolvida na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), intitula-se “Youtubers como uma pedagogia cultural de gênero: enunciados sobre menina-mulher em canais do YouTube” (2020) e sua autora é Natália Machado Belarmino. A tese teve como principal propósito “mostrar como os canais de YouTube, com seus discursos, operam como uma pedagogia com o desejo de ensinar a uma geração como deve ser e se comportar em relação às identidades de gênero” (Belarmino, 2020, p. 13). Para alcançar tal propósito, a autora valeu-se do campo teórico dos Estudos Culturais em Educação, com foco no conceito de Pedagogia Cultural. Além do que, também se valeu das contribuições dos Estudos de Gênero, dos Estudos Feministas e da Análise do Discurso foucaultiana. Como material analítico, a pesquisadora utilizou vídeos de cinco canais do YouTube, sendo alguns deles direcionados a crianças, outros a jovens e outros a adultos. De acordo com a autora, os enunciados destes canais produzem efeitos

na produção dos sujeitos na medida em que se constituem como “[...] espaços de propaganda sexista e consumista; espaços de auto interpretação com ações performáticas, onde se incita o debate, [onde se] cria uma rede discursiva [...]” (Belarmino, 2020, p. 13) no intuito de conformar os sujeitos em suas posições de gênero.

A outra tese selecionada foi desenvolvida no PPGEDU/ULBRA e intitulou-se “O Brincar de brincar: pedagogias, espetáculo e consumo nos canais de youtubers infantis” (2021), de autoria de Michelle Chagas de Farias. A tese procurou focalizar as infâncias enredadas no contexto midiático e digital contemporaneamente, especialmente no que se refere aos significados sobre o brincar e as brincadeiras. A pesquisa tomou como material de análise os 10 vídeos postados e mais assistidos no canal intitulado “Erlania e Valentina Pontes” entre os anos de 2016 e 2021. Farias (2021) estabeleceu dois eixos analíticos principais: “Pedagogias articuladas ao brincar atuando na composição/produção da YouTuberValentina” e “Alguns tipos de brincadeiras que circulam no canal Erlania e Valentina Pontes”. No primeiro, foram focalizadas as ações e estratégias que constituem Valentina como YouTuber; no segundo, foram indicadas as brincadeiras mais recorrentes veiculadas no canal, a partir das quais foi possível perceber importantes (re)configurações no ato de brincar e nas brincadeiras que atualmente povoam os episódios postos em circulação por esse canal, estando, entre essas, a de brincar de ser YouTuber (Farias, 2021).

5 AMARRAÇÕES FINAIS

Os Estudos Culturais vêm se notabilizando na análise crítica de práticas e artefatos culturais contemporâneos a partir do entendimento de que eles são pedagógicos. De acordo com Grossberg (2019, p. 53), um dos expoentes do campo, “o coração e a alma dos Estudos Culturais sempre foram definidos pelas maneiras pelas quais as pedagogias nos permitem articular o pensamento e a mudança sociopolítica – nas salas de aula, nas artes, nas culturas populares e na mídia de massa, em todos os tipos de conversações – íntimas, institucionais e públicas - e em qualquer mídia disponível a nós (e promissora para nós)”. Os 14 trabalhos acadêmicos relacionados nesta análise demonstram a potência das análises dos espaços midiáticos contemporâneos articuladas às categorias de gênero, sexualidade, classe social e raça/etnia, dentre outras, bem como explicitam os muitos modos por meio dos quais o YouTube e suas pedagogias funcionam como “máquinas de ensinar” a ser e estar no mundo.

Os trabalhos aqui reunidos, da mesma forma, também entendem que o YouTube é uma importante instância cultural na qual os sujeitos – todos nós, em alguma medida, mas especialmente as crianças e os jovens – produzem significados sobre si mesmos e sobre os outros. Ao fazerem isso, movimentam o chamado “circuito da cultura” (Du gay et al., 1997; Hall, 1997). O circuito da cultura apresenta, pelo menos, cinco instâncias interligadas e interdependentes (representação, identidade, consumo, produção e regulação), que giram em torno da produção de significados por meio da linguagem – mas, notadamente, nos trabalhos acadêmicos analisados, há grande ênfase no conceito de representação e no de identidade cultural, amplamente utilizados a partir de Stuart Hall e Kathryn Woodward, bem

como no conceito de consumo. O entendimento desses trabalhos é um só: os canais, seus criadores, bem como os fãs e os haters, produzem e fazem circular representações diversas (em torno de ser criança, ser jovem, ser preto, ser branco, ser menina, ser menino, ser não binário, ser trans, ser YouTuber mirim, ser empresário de si, ter um corpo gordo/indesejável ou magro/desejável etc.) que são processadas, negociadas, incorporadas e ressignificadas pelos usuários da plataforma. Da análise cuidadosa dos canais, os autores e autoras dos trabalhos selecionados explicitam, por exemplo, a emergência de várias representações de infância – “infância YouTuber”, “infância gamer”, “infância empreendedora”, “infância adultizada”, “infância erotizada”, etc. – que geram impactos palpáveis e cotidianos sobre a cultura contemporânea.

O consumo é outro aspecto frequentemente analisado pelos trabalhos acadêmicos ora selecionados – e com preocupação, já que se constata, contemporaneamente, que influenciadores digitais (tanto crianças YouTubers quanto jovens como Felipe e Lucas Neto) fomentam a compra de brinquedos, jogos, camisetas, livros, filmes, games etc. em lojas digitais ao alcance dos olhos e das mãos das crianças. Há, também, nos canais, certo culto à celebridade – e crianças e jovens da audiência se posicionam, na maioria das vezes, como “seguidores” de tais YouTubers e de suas lições de consumo, sucesso e empreendedorismo.

Outro aspecto recorrente ressaltado pelos autores/as das produções acadêmicas aqui analisadas é a questão do protagonismo infantil e juvenil que o YouTube proporciona – nesse sentido, plataformas como o YouTube impulsionam novas formas culturais que incentivam a participação, a criatividade, a autonomia dos sujeitos, mas, também, reificam visões de mundo neoliberais, incentivam práticas

consumistas, competição desenfreada e empreendedorismo a todo custo (Melo, 2018; Silva, 2021). Como vimos, os YouTubers – tidos como “pedagogos do século XXI” (Steinberg; Kincheloe, 2004; Rocha, 2023) – e suas ações, práticas e comportamentos são importantes instituidores e condutores das “políticas de atenção e desejo” contemporâneas, fomentando práticas consumistas, inventando novas formas de auto exposição nas redes sociais, celebrando o consumo e batalhando ferozmente para a conquista do afeto de crianças e jovens (e de mais e mais visualizações e engajamentos).

Por fim, os resultados mostram a potência do YouTube – e de outros espaços midiáticos contemporâneos, como as redes sociais virtuais – como campo investigativo na área da Educação, na medida em que os sujeitos, na contemporaneidade, têm a atenção disputada e capturada por tais plataformas corporativas. Como os trabalhos aqui explorados mostraram, se os brasileiros passam, diariamente, “horas e horas mergulhando nos assuntos que gostam” (como afirma o próprio Google), assistindo vídeos, jogando, interagindo em comunidades e participando de transmissões em streaming, trata-se de um poderoso espaço de subjetivação que precisa ser conhecido e compreendido pelos professores – que também disputam a atenção de crianças e jovens nas escolas, mas, às vezes, sem tal efetividade.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, A. J. A “revisão de bibliografia” em teses e dissertações: meus tipos inesquecíveis – o retorno. In: BIANCHETTI, L.; MACHADO, A. M. N. (org.). *A bússola do escrever*. 2ª Edição. Florianópolis: Editora da UFSC; São Paulo: Cortez Editora, p. 25-44, 2006.

ANDRADE, P. D.; COSTA, M. V. Usos e possibilidades do conceito de pedagogias culturais nas pesquisas em estudos culturais em educação. *Revista Textura*. Canoas. v.17 n.34, p.48-63, maio/ago. 2015.

ARAUJO, C. M. O YouTube como um lugar possível para se pensar as infâncias. 2021. 218 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

BATISTA, L. F. S. Jovens youtubers: processos de autoria e aprendizagens contemporâneas. 2014. 160 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

BELARMINO, N. M. Youtubers como uma pedagogia cultural de gênero: enunciados sobre menina-mulher em canais do YouTube. 2020. 265 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Brasil.

BONIN, I. T.; RIPOLL, D.; WORTMANN, M. L. C.; SANTOS, L. H. S. dos. Por Que Estudos Culturais? Educação & Realidade, [S. l.], v. 45, n. 2, 2020. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/100356>. Acesso em: 28 fev. 2024.

BRAYER, J. B. Construindo identidades infantis em uma "Nação corderosadora": gênero, classe social e raça em vídeos do YouTube. 2020. 167 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Instituto de Educação, Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, Brasil.

BUCKINGHAM, D. Crescer na era das mídias eletrônicas. São Paulo: Loyola, 2007.

CAMPOS, L. R. M. et al. A revisão bibliográfica e a pesquisa bibliográfica numa abordagem qualitativa. Cadernos da Fucamp, v. 22, n. 57, p. 96-110, 2023.

COSTA, M. V. Educar-se na sociedade de consumidores. In: COSTA, M. V. (org.). A educação na cultura da mídia e do consumo. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009, p. 35-37.

COSTA, M. V.; SILVEIRA, R. M. H.; SOMMER, L. H. Estudos culturais, educação e pedagogia. Revista Brasileira de Educação, Rio de Janeiro, n. 23, p. 36-61, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/FPTpjZfwdKbY7qWXgBpLNCN/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 20 mar. 2023.

COSTA, M. V.; WORTMANN, M. L. C.; BONIN, I. T. Contribuições dos Estudos Culturais às pesquisas sobre currículo: uma revisão. *Currículo sem Fronteiras*, [s.l.], v. 16, n. 3, p. 509-541, 2016. Disponível em: <http://www.curriculosemfronteiras.org/vol16iss3articles/costa-wortmann-bonin.pdf> Acesso em: 20 mar. 2023.

DALETHESE, T. R. Faz de conta que todos nós somos youtubers: crianças e narrativas contemporâneas. Dissertação (Mestrado em Educação). 2017. 173f. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

DORNELES, L.; FERNANDES, N. Estudos da criança e pesquisa com crianças: nuances luso-brasileiras acerca dos desafios éticos e metodológicos. *Currículo sem fronteiras*, v. 15, n.1, p. 65-78, jan./abr. 2015.

DU GAY, P. et al. *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. Londres: Sage, 1997.

FARIAS, M. C. O Brincar de brincar: pedagogias, espetáculo e consumo nos canais de youtubers infantis. Tese (Doutorado em Educação). 2021. 162f. Universidade Luterana do Brasil, Canoas, Brasil.

GIROUX, H. *Atos impuros: a prática política dos Estudos Culturais*. Porto Alegre: Artmed, 2003.

GONÇALVES, M. C. “O que você é?!”: representações de gênero não-binário no YouTube Dissertação (Mestrado em Educação). 2022. 102f. Universidade Luterana do Brasil, Canoas, Brasil.

GOOGLE. Ajuda do YouTube - Políticas de Monetização de Canais do YouTube. 2023a. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/1311392?hl=pt-BR#zippy=> Acesso em: 28 mar. 2023.

GOOGLE. Ajuda do YouTube - Princípios de Qualidade para Conteúdo Familiar e Infantil. 2023b. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/1311392?hl=pt-BR#zippy=%2Cprinc%C3%ADpios-de-qualidade-para-conte%C3%BAdo-familiar-e-infantil>, Acesso em: 28 de mar. 2023.

GOOGLE. Entenda o poder do YouTube. 2017. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/entenda-o-poder-do-youtube/> Acesso em: 24 mar. 2023.

GOOGLE/OXFORD ECONOMICS (2021). Relatório de Impacto YouTube Brasil 2020. Disponível em: <https://kstatic.googleusercontent.com/files/271fedda8e111b918da73dbd30242a1b7871f51238bb452c8191bd0216d5780fcbd883cf37330180f05211bdfa02885a511d6834fe98593059d071f77b84c714> Acesso em: 24 mar. 2023.

GROSSBERG, L. What did you learn in school today? Cultural Studies as Pedagogy. In: AKSIKAS, J. et al. (Ed.). Cultural Studies in the Classroom and Beyond. Critical Pedagogies and Classroom Strategies. Palgrave Macmillan Cham, 2019.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Educação & Realidade, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

JENKINS, H. Cultura da convergência. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MÁXIMO, S. R. H. A. A divulgação científica por crianças: Uma comparação de produções no Youtube. Dissertação (Mestrado em Estudos Culturais). 2020. 157f. Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

MEDEIROS, F. P. S.; ROCHA, D. C. Os Canais do YouTube: Uma Revisão Bibliográfica. Anais do Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação/41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville, SC, 2018. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1323-1.pdf> Acesso em: 20 mar. 2023.

MELO, D. R. Infância YouTuber: um estudo sobre modos de ser criança na contemporaneidade. Dissertação (Mestrado em Educação). 2018. 148f. Universidade Luterana do Brasil, Canoas, Brasil.

MION, M. R. B.; LOPES, D. Q. Youtube e Educação: uma revisão da pesquisa brasileira no período de 2014 a 2021. Renote, Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 526–536, 2021. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/renote/article/view/121376> Acesso em: 20 mar. 2023.

MOTA, M.; PEDRINHO, S. Conciliando pensar e fazer com o YouTube, ou “a fábrica de presentes”. In: 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.

OLIVEIRA, N. M. de; MOMO, M. Dialogando com pesquisas sobre Youtube e educação. #Tear: Revista de Educação, Ciência e Tecnologia, Canoas, v. 10, n. 1, 2021. DOI: 10.35819/tear.v10.n1.a4951. Disponível em: <https://periodicos.ifrs.edu.br/index.php/tear/article/view/4951>. Acesso em: 4 mar. 2024.

PAPALÉO, V. P. S. “Surpresa”! O fenômeno dos colecionáveis: instigando o consumo e reforçando estereótipos de gênero”. Dissertação (Mestrado em Educação). 2020 163f. Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, Brasil.

PELLEGRINI, D. P.; REIS, D. D.; MONÇÃO, P. C.; OLIVEIRA, R. (s/d). YouTube: Uma nova fonte de discursos. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/bocc-pelegrini-cibercultura.pdf>.

QUEM é o maior youtuber do Brasil? Confira canais de sucesso. Meio e Mensagem – Marketing, Mídia e Comunicação. São Paulo. 27 out. 2022. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/maior-youtuber-do-brasil>. Acesso em: 7 abr. 2023.

ROCHA, J. O. F. Infâncias contemporâneas propagadas no YouTube: problematizações a partir da parceria Felipe Neto e Minecraft. Dissertação (Mestrado em Educação). 2023. 121f. Universidade Luterana do Brasil, Canoas, Brasil.

RODRIGUEZ, R. C. M. Identidades de gênero e adultização: um estudo sobre erotização das infâncias e trabalho infantil a partir de videocliques de MCs mirins compartilhados no YouTube. Dissertação (Mestrado em Educação). 2020. 146f. Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, Brasil.

SILVA, M. P. O. YouTube, juventude e escola em conexão: a produção da aprendizagem ciborgue. Dissertação (Mestrado em Educação). 2016. 172f. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil.

SILVA, T. C. Representações de infância consumidora no canal Luccas Neto- Luccas Toon. Dissertação (Mestrado em Educação). 2021. 179f. Universidade Luterana do Brasil, Canoas, Brasil.

SILVA, T. T. Documentos de identidade: uma introdução às teorias do currículo. 2ª Edição. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

STEINBERG, S.; KINCHELOE, J. (org.). Cultura infantil: a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

WORTMANN, M. L. C.; COSTA, M. V.; SILVEIRA, R. M. H. Sobre a emergência e a expansão dos Estudos Culturais em educação no Brasil. *Educação*, [S. l.], v. 38, n. 1, p. 32–48, 2015. DOI: 10.15448/1981-2582.2015.1.18441. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/faced/article/view/18441>. Acesso em: 4 mar. 2024.

WORTMANN, M. L. C.; SANTOS, L. H. S. dos; RIPOLL, D. Apontamentos sobre os Estudos Culturais no Brasil. *Educação & Realidade*, [S. l.], v. 44, n. 4, 2019. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/89212>. Acesso em: 4 mar. 2024.

Endereços para correspondência:

Bianca Salazar Guizzo - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Educação, Av. Paulo Gama, 110, Prédio 12201, Farroupilha, 90046900, Porto Alegre, RS. bguizzo_1@hotmail.com.

Daniela Ripoll - Universidade Luterana do Brasil, Programa de Pós-Graduação em Educação, Av. Farroupilha, 8001, prédio 14, sala 217, São José, 92425-900, Canoas, RS. daniela.ripoll@ulbra.br