



DIALOGANDO COM PESQUISAS SOBRE YOUTUBE E EDUCAÇÃO

A Dialogue with Research on YouTube and Education

Natália Medeiros de Oliveira¹

Mariangela Momo²

Resumo: O objetivo deste texto é evidenciar como as relações entre a plataforma YouTube e a educação foram abordadas em pesquisas acadêmicas no Brasil entre 2014 e 2019, tendo por base as seguintes perguntas: como as pesquisas desenvolvidas sobre a plataforma YouTube se ocupam e se preocupam com aspectos do âmbito da Educação, especialmente aqueles voltados para a(s) infância(s)? Quais são os principais temas, objetos de estudo e abordagens teórico-metodológicas relacionadas a essas pesquisas? O ponto de vista das crianças e suas produções expostas no YouTube são considerados? Para responder, ainda que sucintamente, essas questões, mapeamos 22 trabalhos (três teses, dezesseis dissertações e três artigos científicos) produzidos em língua portuguesa em 10 repositórios acadêmicos, utilizando as palavras-chave *YouTube*, *Infância*, *Educação* e *Consumo*. Analisando esses trabalhos, identificamos quatro grandes tendências que nos permitiram agrupá-los nos seguintes eixos: 1) Infâncias, propagandas e cultura do consumo a partir dos vídeos disponíveis no YouTube; 2) Crianças que produzem conteúdo para o YouTube: os *youtubers* mirins; 3) O uso do YouTube como ferramenta para o ensino a distância ou para auxiliar uma determinada área do conhecimento – especialmente para o público do Ensino Fundamental e Médio; e 4) YouTube para registro de gestos tecnológicos e percepções no Ensino Superior. Sobre os resultados das análises, destacamos que uma quantidade significativa de pesquisas compreende o YouTube como uma ferramenta pedagógica, mas poucas têm foco nas percepções das crianças sobre os conteúdos expostos na plataforma ou sobre os discursos identitários postos em circulação pelos *youtubers* mirins.

Palavras-chave: YouTube. Infâncias. Educação.

Abstract: The aim of this text is to evidence how the relationships between YouTube platform and education were approached in academic research in Brazil between 2014 and 2019, considering the following questions: How do researches about YouTube platform have addressed and been concerned with the sphere of Education, particularly those directed to childhood(s)? Which are the main topics, objects of studying and theoretical-methodological approaches related to this research? Have the children's points of view and their productions

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Graduada em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo (UFRN), licenciada em Pedagogia (Universidade Potiguar) e estudante no curso de Licenciatura em Artes Visuais (UFRN). Também é membro do *Grupo de Pesquisa Arte e Infância* vinculado ao NEI/CAP/UFRN, tendo interesse pelas áreas de Artes Visuais, Mídias e Educação Infantil.

² Professora associada do Centro de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), pesquisadora do *Grupo de Pesquisa Crianças, Infâncias, Cultura e Educação* (UFRN) e professora do Programa de Pós-Graduação em Educação da UFRN. Possui graduação em Pedagogia, especialização em Educação Infantil e doutorado em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Pós-Doutorado pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade de Brasília (UnB).

on YouTube been considered? In order to succinctly answer these questions, we mapped 22 works (three dissertations, sixteen thesis, and three scientific articles) in Portuguese, in 10 academic repositories by using the keywords *YouTube*, *Childhood*, *Education* and *Consumption*. By analyzing these works, we identified four major trends that enabled us to group them in the following axes: 1) Childhoods, advertisements and consumer culture in videos available on YouTube; 2) Children that produce content to YouTube: young youtubers; 3) The use of YouTube as a tool for remote learning, or as a contribution to a certain knowledge area – especially Elementary and High School audience; and 4) YouTube to record technological gestures and perceptions in Higher Education. Regarding the results of the analyses, we can highlight that a significant amount of research considers YouTube as a pedagogical tool, but just a few have a focus on children’s perceptions of either the content shown on the platform or the identity discourses spread by young youtubers.

Keywords: YouTube. Childhood. Education.

1 Introdução

O YouTube pode ser definido como uma plataforma tecnológica, criada em 2005, que possibilita aos seus usuários a postagem e o compartilhamento de vídeos de forma pública na *internet*. Com o fenômeno da globalização e a crescente popularização da internet, o YouTube se tornou uma popular plataforma de entretenimento, além de também ser utilizado com propósitos educacionais. Por isso, essa ferramenta tem despertado o interesse de uso e estudo em distintas áreas do conhecimento e entre pessoas em etapas variadas da vida, incluindo as crianças, de maneira que muitos canais ultrapassam a marca de um milhão de seguidores. Muitos desses canais populares têm conteúdos e formatos direcionados exclusivamente ao público infantil, inclusive sendo apresentados por crianças.

O YouTube também pode ser compreendido como uma pedagogia cultural (STAINBERG, 1977) que, ao fazer uso da fruição, do prazer e do entretenimento, acaba por ensinar desejos de consumo, modos de ser criança, de relacionar-se e de estar no mundo. Em outras palavras, consideramos importante problematizar os artefatos culturais direcionados às crianças, como o YouTube, os desenhos animados, o cinema e a internet, pois a indústria do entretenimento voltada à infância possui caráter formativo e, ainda que muitas vezes não esteja dentro da escola, consegue educar e transformar os modos de ser criança e viver a infância na pós-modernidade (COSTA; SILVEIRA; SOMMER, 2003).

Assim, ao considerar essa plataforma como uma potente pedagogia cultural, uma das autoras deste texto está desenvolvendo uma pesquisa que busca investigar e analisar como os discursos dos *youtubers* mirins do Nordeste brasileiro contribuem para formar identidades infantis contemporâneas; a outra autora, nos últimos 15 anos, tem desenvolvido pesquisas que envolvem análises de diferentes artefatos culturais midiáticos direcionados para as crianças, incluindo o YouTube. Este artigo tem vinculação com essas pesquisas de maior amplitude, e nele nos dedicamos a compreender como as pesquisas acadêmicas realizadas no Brasil, no período de 2014 a 2019, entendiam o YouTube em suas relações com a educação, especialmente envolvendo as crianças e suas infâncias, também considerando algumas pesquisas que acrescentam aspectos vinculados ao consumo nessa relação.

Realizamos um levantamento bibliográfico considerando o período de cinco anos (2014 a 2019), utilizando as palavras-chave *YouTube*, *Infância*, *Educação* e *Consumo*. Encontramos 32 resultados e, a partir da análise dos resumos, selecionamos 22 trabalhos – entre teses, dissertações e artigos científicos –, escritos e publicados em língua portuguesa. O critério de seleção dos trabalhos foi a constatação da existência, no resumo, de pelo menos

duas das quatro palavras-chave utilizadas na busca, descartando-se, portanto, pesquisas que tratavam de aspectos mais gerais, como a internet, sem se aterem, necessariamente, ao YouTube.

A busca foi realizada na *Scientific Electronic Library Online* (SCIELO), nos anais digitais da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (ANPED), no Banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Além disso, consideramos relevante consultar os repositórios digitais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), da Universidade Luterana de Canoas (ULBRA), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), bem como os anais digitais do Seminário Brasileiro de Estudos Culturais e Educação, por entendermos que, nessas instituições e no referido seminário, seria possível localizar trabalhos vinculados à perspectiva dos Estudos Culturais em Educação, à qual nossas pesquisas se filiam. A opção pelo recorte temporal de cinco anos (2014-2019) ocorreu pelo fato de que os estudos sobre o YouTube se tornaram mais frequentes no Brasil durante esse período.

Dos trabalhos encontrados, nove são da área da Educação; seis, da área de Comunicação; dois, da área de História; um, da área de Química; um, da área de Física; um, da área de Administração; um, da área de Ciências Sociais; e um, da área de Gestão de Políticas Públicas. Destacamos que, dentre as 22 pesquisas analisadas, apenas três são provenientes de instituições do Nordeste brasileiro (BEZERRA, 2018; OLIVEIRA, 2018; MEDEIROS, 2019); o número de trabalhos tem maior concentração nas regiões Sul e Sudeste do país.

O conjunto dos trabalhos selecionados mostrou-nos o quanto temáticas relacionadas ao YouTube são relevantes para diversas áreas do conhecimento, além da Educação. Também ficou evidente que os temas relacionados a essa plataforma podem ser variados e abordados em diferentes perspectivas teórico-metodológicas.

Foram recorrentes as pesquisas sobre o uso do YouTube como ferramenta para o ensino a distância ou para auxiliar uma determinada área do conhecimento – especialmente para o público do Ensino Fundamental e Médio (OLIVEIRA, 2016; PASSOS, 2016; SILVA, 2016; SILVA, PEREIRA e ARROIO, 2017; VALENTINI, 2018; OLIVEIRA, 2019; MEDEIROS, 2019; MENDES, 2019); sobre infância, propagandas e cultura do consumo a partir dos vídeos disponíveis na plataforma (PAPINI, 2017; MELO, 2017; FERREIRA, 2017; MONTEIRO, 2018; BEZERRA, 2018; PONTE, 2019); sobre as crianças que produzem conteúdo para o YouTube: os *youtubers* mirins (DALETHESE, 2017; TOMAZ, 2017; QUINTIAN, 2018; KUNTZ, 2018; MELO, 2018; BATISTA, 2014); e, ainda, sobre registros audiovisuais de gestos tecnológicos e percepções no Ensino Superior (VARGAS NETTO, 2015; ROSSATO, 2017). Diante da variedade de temas e perspectivas encontradas, optamos por organizar os trabalhos em quatro eixos principais, de acordo com as temáticas e objetivos das pesquisas. Esses eixos estão expressos nos títulos das próximas quatro seções deste artigo.

2 Infâncias, propagandas e cultura do consumo a partir dos vídeos disponíveis no YouTube

Para compor este primeiro grupo de trabalhos e uma categoria de análise, selecionamos seis deles que dialogam com os temas da infância, das propagandas e da cultura do consumo a partir dos vídeos disponíveis na plataforma do YouTube. Três desses trabalhos são da área da Comunicação, um é da área da Educação, outro é da área da Administração, e o



último é da área das Ciências Sociais. No Quadro 1, além das áreas de conhecimento de cada trabalho, explicitamos o título, autoria, ano de publicação, instituição à qual está vinculado ou periódico em que foi publicado.

Quadro 1 - Síntese das pesquisas classificadas no primeiro eixo

Infâncias, propagandas e cultura do consumo a partir dos vídeos disponíveis no YouTube				
Título	Autor	Ano	Área do conhecimento	Instituição/Periódico
A publicidade infantil em canais de <i>youtubers</i> mirins	PAPINI, Alexandra Balbo.	2016	Comunicação	Faculdade Cásper Líbero
A infância no tubo digital: felicidade via consumo?	FERREIRA, Andre Luis do Nascimento.	2017	Comunicação	Universidade Federal Fluminense
YouTube: dispositivo que convoca crianças contemporâneas ao consumo	MELO, Darcyane Rodrigues de.	2017	Educação	Universidade Luterana do Brasil - Anais do 7º Seminário Brasileiro de Estudos Culturais e Educação / 4º Seminário Internacional de Estudos Culturais e Educação.
A influência dos <i>youtubers</i> no universo infantil	BEZERRA, Luiza das Graças Lacerda de Carvalho.	2018	Administração	Universidade de Fortaleza
Apropriação por crianças da publicidade em canais de <i>youtubers</i> brasileiros: a promoção do consumo no YouTube através da publicidade de experiência	MONTEIRO, Maria Clara Sidou.	2018	Comunicação	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Embelezamento, mídia e construção do corpo em narrativas de crianças. Nuances de uma etnografia nos salões	PONTE, Vanessa Paula da.	2019	Ciências Sociais	Universidade Estadual de Campinas - Runa /40.2 novembro-abril (2019) doi: 10.34096/runa.v40i2.6263

Fonte: Elaborado pelas autoras deste texto.

Embora sejam trabalhos que articulam as temáticas da(s) infâncias(s), das crianças, das propagandas e da cultura do consumo, cada um deles tem procedimentos teórico-metodológicos específicos e contribui de formas distintas para se pensar sobre aspectos relativos à educação das crianças em tempos contemporâneos. Papini (2016), em seu trabalho de mestrado, investiga se os canais de *youtubers* mirins estão se tornando um espaço para a publicidade infantil não regulada, visto que, segundo a Resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), essa prática tem sido considerada

abusiva em muitos veículos de comunicação tradicionais, como a televisão, e, por isso, tais veículos já estão sob regulamentação há algum tempo. Para Papini (2016), a regulação de algumas mídias, no que diz respeito à publicidade para crianças, pode estar fazendo com que o marketing seja direcionado progressivamente aos outros meios de comunicação. A pesquisa analisa a plataforma YouTube e busca refletir sobre as crianças nos dias atuais, bem como sobre a publicidade a elas direcionada. O referencial teórico baseia-se em autores como Lucia Santaella, Henry Jenkins e Alex Primo, adotando conceitos como os de *Web 2.0*, *Marketing*, *Criança e Identidade*. Entre os resultados encontrados, a autora destaca que a publicidade se vincula facilmente ao conteúdo audiovisual produzido no YouTube, de maneira que se torna difícil distinguir em quais vídeos existia, de fato, uma estratégia de marketing articulada.

Melo (2017) busca referências nos Estudos Culturais em Educação, com viés pós-estruturalista, para discutir sobre o YouTube como instrumento que convoca as crianças ao consumo; dentre os teóricos que fundamentam o estudo, estão Stuart Hall, Zygmunt Bauman e Mariangela Momo, que embasam conceitos como cultura do consumo, consumismo e infância pós-moderna. A análise é feita a partir de uma série de vídeos produzidos por uma *youtuber* mirim sobre brinquedos da franquia *Monster High*. A autora aponta, em seus resultados, que as crianças têm participação ativa nas culturas infantis, principalmente em espaços não formais, como o YouTube, e que o uso desse dispositivo é cada vez mais comum para elas, por tratar-se de um espaço onde é possível se expressar e ocupar o lugar de quem tem voz, onde até mesmo há a possibilidade de alguém se tornar um ídolo e/ou de interagir com os seus. Além disso, a partir do conteúdo analisado, constatou-se uma parceria entre a marca de brinquedos e a criança *youtuber*, que consegue despertar nela própria e nas crianças espectadoras o desejo de consumir, enquanto propaga a franquia *Monster High*, e ainda é motivada a continuar produzindo seus vídeos, ao mesmo tempo que incentiva outras crianças a fazerem o mesmo.

Ferreira (2017), em sua dissertação intitulada *A infância no tubo digital: felicidade via consumo?*, também discute como os *youtubers* mirins promovem o conceito de felicidade em associação com o consumo. O caminho teórico-metodológico adotado faz uso da análise de discurso pecheutiana, buscando compreender a maneira como acontece a relação entre felicidade infantil e consumo. Analisando nove vídeos de três canais de crianças brasileiras, a pesquisa investigou a partir de quais elementos seria possível identificar a promoção ou abordagem da cultura do consumo, além da ligação desse campo com o argumento da felicidade. Com aporte teórico em estudos sobre desenvolvimento infantil, infância e sociedade, consumo, felicidade, publicidade infantil, marketing e mídia, bem como sobre a função do YouTube no cenário das mídias atuais, a pesquisa embasa-se em autores como Henry Jenkins, Jacinto Manuel Sarmiento e Sonia Kramer. Os resultados mostraram a existência de elementos que relacionam a felicidade à cultura do consumo em todas as nove amostras analisadas.

Na tese intitulada *Apropriação por crianças da publicidade em canais de youtubers brasileiros: a promoção do consumo no YouTube através da publicidade de experiência*, Monteiro (2018) interage com autores como David Buckingham, William Corsaro e Henry Jenkins para investigar como as crianças na faixa etária de 10 a 11 anos apropriam-se das variadas formas de publicidade presentes nos vídeos do YouTube. Com o intuito de refletir sobre o consumo de publicidade realizado pelas crianças a partir dos vídeos de *youtubers* brasileiros, a pesquisadora conduz seu trabalho com base na metodologia qualitativa, tendo como lócus duas escolas públicas de Porto Alegre. Dentre os resultados apresentados, a autora conclui que o consumo geralmente não é feito de forma crítica e que os criadores de conteúdo conseguem, muitas vezes, mesclar entretenimento e marketing. Esse processo resulta no fenômeno da publicidade por experiência, em que as crianças consomem os conteúdos e

significados vinculados às vivências de outras crianças que assistem aos canais dos *youtubers*, promovendo o desejo de compra, a identificação e até mesmo a afetividade para com os apresentadores – diferentemente da propaganda explícita, que pode, segundo a pesquisa, causar incômodo nas crianças espectadoras.

Bezerra (2018), por sua vez, em sua dissertação intitulada *A influência dos youtubers no universo infantil*, fundamenta-se em teóricos como Henry Jenkins, Raquel Recuero e Paula Sibilia para compreender como o YouTube pode influenciar os espectadores infantis. Sob a perspectiva metodológica qualitativa, a pesquisadora entrevistou 30 crianças com idade entre 8 e 10 anos, moradoras da cidade de Fortaleza, no estado do Ceará. Ela conclui que a plataforma se tornou parte do cotidiano das crianças, o que se reflete em seus modos de viver, como a maneira de vestir-se, os brinquedos que adquirem e, ainda, os *games* que escolhem jogar. Além disso, a pesquisa concluiu que os *youtubers* assumem um papel de confiança para as crianças e que muitas delas têm o desejo de também poder criar seus próprios canais na plataforma.

Já Ponte (2019), em seu artigo intitulado *Embelezamento, mídia e construção do corpo em narrativas de crianças. Nuances de uma etnografia nos salões*, resultado de uma pesquisa, investiga a produção corporal de crianças na faixa etária de 6 a 12 anos que frequentam salões de beleza no Distrito Federal e discute relações entre infâncias, consumo, produção de corporeidades e mídia contemporânea. A pesquisa compreende que as crianças são parte de seus contextos socioculturais e significam, portanto, processos de construção de sua aparência física e conceitos de beleza. Trata-se de um estudo etnográfico, fundamentado em autores como David Buckingham, William Corsaro e Gilka Girardello, assim como na concepção socioantropológica da infância e nos estudos de gênero, considerando marcadores sociais, tais como raça e classe econômica. Buscando relações entre a mídia e a beleza, a autora aponta que as crianças que frequentam esses salões de beleza assistem, frequentemente, a vídeos produzidos e publicados no YouTube por outras crianças, nos quais são feitos embelezamentos de suas imagens físicas (adornos, cortes de cabelo e maquiagem). Portanto, a partir de diálogos com/entre as crianças que assistem a esse tipo de conteúdo audiovisual na plataforma, a pesquisadora mostra como esse consumo se reflete na percepção corporal e autoimagem infantil.

3 Crianças que produzem conteúdo para o YouTube: os *youtubers* mirins

Entre os trabalhos encontrados, também destacamos aqueles que têm como objeto de estudo o comportamento dos *youtubers* mirins. Seis trabalhos compõem nosso segundo eixo de análise. Cabe destacar que não realizamos uma delimitação de faixa etária para considerar quem seriam, ou não, os *youtubers* mirins das pesquisas. Utilizamos como um dos descritores, conforme já referido, a palavra *Infância* e, nos seis trabalhos selecionados, percebemos que a faixa etária considerada nas pesquisas variou de 7 a 12 anos, sendo que uma pesquisa investigou sujeitos entre 15 e 20 anos de idade.



Quadro 2 - Síntese das pesquisas classificadas no segundo eixo

Crianças que produzem conteúdo para o YouTube: os <i>youtubers mirins</i>				
Título	Autor	Ano	Área do conhecimento	Instituição/ Periódico
Jovens <i>youtubers</i> : processos de autoria e aprendizagens contemporâneas	BATISTA, Lucineia de Fátima Sena.	2014	Educação	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Faz de conta que todos nós somos <i>youtubers</i> : crianças e narrativas contemporâneas	DALETHESE, Thamyres Ribeiro.	2017	Educação	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
O que você quer ser antes de crescer? <i>Youtubers</i> , infância e celebridade	TOMAZ, Renata Cristina de Oliveira.	2017	Comunicação	Universidade Federal do Rio de Janeiro
Crianças no YouTube: um estudo etnográfico sobre as infâncias e suas estratégias de relacionamento nas mídias digitais	KUNTZ, Fárida Monireh Rabuske.	2018	Comunicação	Universidade Federal de Santa Maria
Infância <i>youtuber</i> : um estudo sobre modos de ser criança na contemporaneidade	MELO, Darcyane Rodrigues de.	2018	Educação	Universidade Luterana do Brasil
<i>Youtubers mirins</i> : crianças, práticas de consumo midiático e produção audiovisual no contexto digital	QUINTIAN, Kandice Van Gról.	2018	Comunicação	Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Fonte: Elaborado pelas autoras deste texto.

Em sua pesquisa, Tomaz (2017) busca compreender a construção social da infância e sua relação com fenômenos contemporâneos, mais especificamente, o YouTube. Partindo da análise de *youtubers mirins* que atingiram mais de 2 milhões de inscritos em seus canais na plataforma, a tese de doutorado *O que você quer ser antes de crescer? Youtubers, infância e celebridade* propõe que a infância contemporânea não se trata apenas de um tempo para crescer, mas também de ser antes de crescer. Norteia-se pelo conceito de criança enquanto sujeito ativo na sociedade, no espaço virtual e na procura por visibilidade. Evidencia que os temas infantis recebem destaque ao constituírem lugares públicos – como o YouTube –, configurando uma dinâmica lúdica da existência comum para um espaço de notoriedade das crianças. A autora fundamenta-se teoricamente nos Estudos da Infância para embasar o estudo de caso de caráter etnográfico. Já os canais que fizeram parte da análise foram vistos pela ótica de suas práticas a partir do diálogo com autores como Allisson e Adrian James, Manuel Sarmiento e William Corsaro. Nesse diálogo, a autora também procurou entender as subjetividades das crianças e as formas pelas quais produzem os vídeos e como interagem com eles.

Em sua dissertação *Infância youtuber: um estudo sobre modos de ser criança na contemporaneidade*, Melo (2018) dialoga teoricamente com Stuart Hall, Zygmunt Bauman e

Mariangela Momo. Situado no campo dos Estudos Culturais em Educação, de vertente pós-estruturalista, o trabalho busca analisar as representações sociais promovidas pelos *youtubers* mirins em vídeos no YouTube e como essas representações contribuem para a formação de identidades infantis, gerando outras maneiras de viver a infância e ser criança na contemporaneidade. A partir da observação de três canais disponíveis na plataforma, apresentados por três crianças, a autora analisou 88 vídeos, selecionando imagens, discursos e interações dos espectadores. Os resultados obtidos apontam que o YouTube promove representações infantis focalizadas em empreendedorismo e sucesso: crianças que participam ativamente da sociedade, mas também da cultura do consumo, conquistando lugar de fala em diversos espaços por meio de soluções tecnológicas.

Em sua dissertação de mestrado, Kuntz (2018) utiliza os Estudos Culturais em Educação e dialoga com autores como Sonia Livingstone, Maria Isabel Orofino e Mariangela Momo para discutir sobre a atuação das crianças como produtoras de conteúdo no YouTube. Buscando compreender como acontece o uso da plataforma pelas crianças, a autora aborda e relaciona as temáticas do consumo, das mídias digitais, das infâncias e das culturas digitais. A pesquisadora opta pela etnografia como caminho metodológico e faz uso de análise de conteúdo e do discurso, com inspiração nos autores Marcia Benetti e Laurence Bardin, aproximando-se de três crianças que protagonizam seus canais no YouTube. Dentre os resultados, a autora destaca a plataforma como um espaço no qual ocorre o desenvolvimento da sociabilidade e expressão infantil, além de ressaltar que a prática dos *youtubers* mirins acontece de forma ativa e interativa em relação ao contexto social e midiático em que estão inseridos.

Quintian (2018) também investiga as práticas de *youtubers* mirins e o consumo midiático. Delimita seu lócus em três canais de crianças produtoras de conteúdo para o YouTube e residentes na cidade de Porto Alegre. Fundamentando-se em teóricos como Sonia Livingstone, William Corsaro e David Buckingham, a autora adota a metodologia qualitativa, realizando pesquisas com crianças na faixa etária de 10 a 12 anos que estejam frequentando o Ensino Fundamental, além de conversar com seus respectivos responsáveis. A partir dos dados analisados, a dissertação mostra os contextos social, escolar e familiar das crianças, relacionando-os com sentimentos de uso, posse, práticas e relações com as tecnologias de informação e comunicação. Além disso, a pesquisadora reflete sobre as atividades de criação e consumo de conteúdos na plataforma sob a ótica dos familiares, apresentando seus pontos de vista sobre a atuação das crianças enquanto *youtubers* mirins.

Com um viés semelhante, Dalethese (2017) articula discussões com autores como Walter Benjamin, Guillermo Orozco Gómez e Paula Sibilía em seu trabalho de mestrado intitulado *Faz de conta que todos nós somos Youtubers: crianças e narrativas contemporâneas*. Situada no campo dos Estudos Culturais Latino-Americanos, a pesquisa busca compreender as significações construídas pelas crianças a partir do consumo e da produção de vídeos para o YouTube. Com a metodologia embasada nos estudos sobre infância e etnografia, a autora conduz sua investigação com sete crianças consumidoras e produtoras de conteúdo para a plataforma YouTube, moradoras do estado do Rio de Janeiro e na faixa etária de 7 a 12 anos. Por fim, a pesquisadora constitui sua reflexão dialogando sobre temas como identidades *gamer* e *youtuber*, consumo, cultura do espetáculo e processos de comunicação, além das relações construídas pelas crianças – crianças que formam a cultura *youtuber* e que são, ao mesmo tempo, formadas por ela.

Por fim, Batista (2014), em sua dissertação intitulada *Jovens youtubers: processos de autoria e aprendizagens contemporâneas*, apoia-se nos Estudos Culturais Latino-Americanos para investigar sete adolescentes e jovens, de idade entre 15 e 20 anos, que tiveram experiências com a cultura tecnológica do audiovisual e dos videogames na infância e,



apropriando-se dessa linguagem, passaram a criar e recriar seus próprios vídeos, usando a plataforma do YouTube como suporte para a circulação do que produzem. Alguns dos principais autores que fundamentam o estudo são Henry Jenkins, Guillermo Orozco Gómez e André Lemos. A pesquisadora utilizou a metodologia qualitativa a partir de entrevistas adensadas e observações em redes sociais, buscando compreender o que os sujeitos pesquisados produziam, por que produziam, como produziam e para quê. Ela conclui seu trabalho observando que as identidades se constroem na relação que cada um estabelece com o outro e com o mundo, dentro da realidade em que os adolescentes e jovens estão inseridos; no caso especificamente dos sujeitos da pesquisa, essa relação acontece a partir de jogos *online* e de canais no YouTube: “[...] são *gamers* desde criança e *youtubers*. São fruto da cibercultura e da cultura do jogo” (BATISTA, 2014, p. 144).

4 O uso do YouTube como ferramenta para o ensino a distância ou para auxiliar uma determinada área do conhecimento – especialmente para o público do Ensino Fundamental e Médio

Entre os trabalhos encontrados, oito tinham como tema a relação do YouTube com a educação básica, focando, no entanto, no uso da plataforma como ferramenta para o ensino a distância ou para auxiliar uma determinada área do conhecimento – especialmente para o público do Ensino Fundamental e Médio. Esses trabalhos formam, assim, o terceiro eixo de análise e mostram-nos como uma quantidade significativa de trabalhos têm como perspectiva o uso das mídias – incluindo o YouTube – para auxiliar em atividades pedagógicas.

Quadro 3 - Síntese das pesquisas classificadas no terceiro eixo

O uso do YouTube como ferramenta para o ensino a distância ou para auxiliar uma determinada área do conhecimento – especialmente para o público do Ensino Fundamental e Médio				
Título	Autor	Ano	Área do conhecimento	Instituição/ Periódico
Educação histórica e aprendizagem da “história difícil” em vídeos de YouTube	OLIVEIRA, Jackes Alves de.	2016	Educação	Universidade Federal do Paraná
Aperte o <i>play</i> e assista! YouTube, a sala de aula dos <i>gamers</i> ?	PASSOS, Geovanna dos.	2016	Educação	Universidade Federal de Santa Catarina
YouTube, juventude e escola em conexão: a produção da aprendizagem ciborgue	SILVA, Marco Polo Oliveira da.	2016	Educação	Universidade Federal de Minas Gerais
O uso de vídeos no ensino de ciências: o papel do YouTube para estudantes do ensino médio	SILVA, Marcelo José da; PEREIRA, Marcus Vinicius; ARROIO, Agnaldo.	2017	Educação	Instituto Federal do Rio de Janeiro e Universidade de São Paulo - Revista de Educação, Ciências e Matemática v.7 n.2 mai/ago 2017



Canal “Outra História”: o uso do YouTube como ferramenta pedagógica	MENDES, Gabriel Cunha.	2018	História	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Pensando com o outro: a temática indígena e as possibilidades didáticas nos vídeos do YouTube	VALENTINI, Ricardo Eusébio.	2018	História	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Sala de aula invertida: uma proposta de sequência didática no ensino de ondulatória	MEDEIROS, Leandro Arrilton de.	2019	Física	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Produção de vídeos na plataforma do YouTube como estratégia para aprendizagem colaborativa sobre os elementos químicos	OLIVEIRA, Paulo Darley Sá.	2019	Química	Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Fonte: Elaborado pelas autoras deste texto.

No contexto de utilização do YouTube para ensinar algo, Passos (2016) vê a plataforma como um espaço de educação não formal. Em seu trabalho *Aperte o play e assista! YouTube, a sala de aula dos gamers?*, a pesquisadora investiga como os canais com conteúdo *gamer* apresentam elementos didáticos que os caracterizam como videoaulas para ensinar a jogar videogames. Sob a perspectiva metodológica exploratória, a autora utiliza como principais conceitos teóricos a mediação pedagógica, a interação e os letramentos, fundamentando-se em autores como Daniel Castillo Prieto, José Manuel Moran e Henry Jenkins. Ela chega à conclusão de que o *youtuber* chamado Zangado, sujeito de seu estudo, consegue auxiliar outros jogadores nos seus processos de aprendizagem de forma eficaz e significativa por meio da análise de jogos, de procedimentos, da mediação pedagógica e de uma linguagem própria que o aproxima do espectador.

Já Silva (2016) aponta a utilização do YouTube como ferramenta pedagógica para o ensino de conteúdos curriculares do Ensino Médio. Situada em ambiente escolar, a pesquisa de mestrado utiliza canais que disponibilizam videoaulas sobre conteúdos curriculares, observação de três turmas de uma escola pública de Ensino Médio e entrevistas com estudantes e docentes, além da aplicação de questionários. O objetivo é refletir sobre novas maneiras de apropriação de conhecimento, tendo em vista o avanço da internet e das mídias na sociedade contemporânea. O autor fundamenta-se nos Estudos Culturais, dialogando com autores como Stuart Hall, Tomaz Tadeu da Silva e Lev Vigotsky, atendo-se às discussões sobre o papel da escola em meio às novas tecnologias e sobre os elementos da aprendizagem ciborgue, do ciberespaço e da cibercultura.

Oliveira (2016) embasa-se teoricamente no conceito de Educação Histórica e em autores como Jörn Rüsen, Isabel Barca e Mario Schmidt para analisar variados vídeos disponíveis na plataforma. Seu objetivo é investigar a construção do saber histórico por meio das possibilidades encontradas no YouTube para o Ensino Fundamental e Médio, desenvolvendo abordagens pedagógicas e situações de aprendizagem a partir da visualização e análise de videoaulas. Como resultado, o autor destaca a dinamização da aprendizagem, o que favoreceu a construção do conhecimento histórico em sala.

Em seu artigo científico, Silva, Pereira e Arroio (2017) investigam a utilização do audiovisual por discentes do Ensino Médio ao estudarem sobre as ciências: biologia, física e química. A pesquisa foi realizada com 119 estudantes de uma escola estadual situada no Rio de Janeiro. Com o objetivo de compreender os motivos que levaram os alunos a procurarem videoaulas no YouTube, os autores realizaram um questionário com os participantes,

concluindo que eles acessam vídeos por meio do computador e/ou *smartphone* buscando o auxílio que precisam em seus estudos. Por fim, a pesquisa reflete sobre como o ensino de ciências tem sido realizado na escola e sobre a dinâmica entre os espaços virtuais e reais de aprendizagem.

Valentini (2018), em sua dissertação de mestrado, discute temáticas relacionadas aos povos indígenas do passado e dos dias atuais, à diversidade e às relações de interação étnica na sociedade brasileira. O autor utiliza como metodologia a revisão bibliográfica, construção de materiais didáticos, estudos, práticas de ensino, questionários e vídeos escolhidos pelos estudantes em duas instituições de ensino da cidade de Gravataí (Rio Grande do Sul). Como resultado, o pesquisador aponta a avaliação positiva do uso do YouTube em sala de aula, bem como seu potencial como ferramenta de ensino e aprendizagem. Esse recurso permitiu a construção do saber histórico, além da problematização de conceitos, como cidadania, diversidade étnica e cultural.

Mendes (2018) também investiga a apropriação dos saberes na área da História, dialogando especialmente com Pierre Bourdieu, Serge Noiret e Michael Pollack, no entanto, concentra sua discussão especificamente no planejamento para a criação do canal *Outra História* e trabalha com a concepção de História Digital. Em sua pesquisa, o autor propõe construir uma conexão com a educação escolar e os saberes digitais, abordando conceitos como *fakenews* e pós-verdade. Conclui que o uso da internet pode também se mostrar eficaz para a produção de informações mais criteriosas e educativas.

Medeiros (2019) disserta sobre o ensino de Física, mais especificamente, sobre o tema Ondas, fundamentando-se em teóricos como Eric Mazur e Lev Vigotsky. O autor desenvolveu sua pesquisa em duas turmas do Ensino Médio e utilizou a metodologia da sala de aula invertida, na busca de tornar o processo de ensino mais colaborativo, contribuindo, assim, para uma aprendizagem mais significativa. Na Turma A, foram empregadas ferramentas, tais como vídeos no YouTube, o Google Forms e o Google Classroom, além do aplicativo para celular denominado Plickers, enquanto que, na Turma B, o ensino foi realizado de maneira tradicional. Como resultado da pesquisa, foi observado que a Turma A conseguiu obter maior desempenho em comparação com a Turma B, utilizando-se como critérios de análise a avaliação escrita e o *feedback* dos estudantes.

Ainda nessa vertente, Oliveira (2019) apoia-se em teóricos como Lev Vigotsky, José Manuel Moran e Marcos Tarciso Masetto para investigar a elaboração de uma intervenção pedagógica com o auxílio das tecnologias de informação e comunicação. Seu trabalho trata, então, da produção de vídeos para o YouTube por estudantes do Ensino Médio e de como essa experiência pode auxiliar na aprendizagem de Elementos Químicos. O pesquisador observou, em seus resultados, que o uso da tecnologia aliado a práticas pedagógicas interativas e colaborativas favorece o processo de construção de saberes em suas respectivas áreas de conhecimento, promovendo uma aprendizagem significativa para os discentes.

5 YouTube para registro de gestos tecnológicos e percepções no Ensino Superior

Encontramos dois trabalhos que discorrem sobre a relação do YouTube com o público do Ensino Superior, formando, por fim, nosso quarto e último eixo de análise. Conforme mostram a sistematização do Quadro 4 e a discussão que a sucede, os temas mostraram-se relevantes e distintos entre si. Um dos trabalhos aborda as narrativas de professores em formação, e o outro focaliza a produção de vídeos para registro e divulgação cultural.



Quadro 4 - Síntese das pesquisas classificadas no quarto eixo

YouTube para registro de gestos e percepções no Ensino Superior				
Título	Autor	Ano	Área do conhecimento	Instituição/ Periódico
Gestos tecnológicos: o que pensa o YouTube em um curso de formação de professores de uma universidade pública na cidade do Rio de Janeiro?	VARGAS NETTO, Maria Jacintha.	2015	Educação	Universidade do Rio de Janeiro
Percepção de alunos de graduação sobre o uso do YouTube no registro de bens culturais	ROSSATO, Luciana.	2017	Gestão de Políticas Públicas	Universidade de Mogi das Cruzes

Fonte: Elaborado pelas autoras deste texto.

Vargas Netto (2015) constrói uma análise a partir de curadorias de imagens, sons e vídeos produzidos por estudantes e lançados na plataforma YouTube. Em sua pesquisa, intitulada *Gestos tecnológicos: o que pensa o YouTube em um curso de formação de professores de uma universidade pública na cidade do Rio de Janeiro?*, a autora destaca as diversas narrativas que foram compartilhadas e ressignificadas em espaços educativos, procurando refletir sobre como os professores em formação poderiam, a partir do uso do YouTube, pensar em possibilidades de práticas pedagógicas e em sua relação com a cultura digital a partir de alguns dos gestos tecnológicos oriundos dessas intervenções comunicacionais, como *curtir*, *compartilhar* e *exibir*. No trabalho, com base em autores como Vilém Flusser, Walter Kohan e Giorgio Agamben, o gesto é visto como uma marca histórica e temporal, sendo criado por meio da interação do indivíduo com o seu meio, em uma relação ou contexto que lhe confere sentido. Além disso, a pesquisadora ressalta que o gesto é um tipo de linguagem e, portanto, passível de leitura e interpretação, caracterizando os gestos praticados por meio do YouTube como parte da história da humanidade e dos artefatos por ela produzidos.

Rossato (2017), em sua dissertação de mestrado, discute sobre internet, cibercultura e Ensino Superior, com foco na plataforma do YouTube. Seu objetivo é retratar e analisar o uso do YouTube por estudantes de graduação para o registro e divulgação cultural da Região do Alto Tietê, no estado de São Paulo, considerando as mídias digitais como parte da cultura que cerca os alunos. Dentre os teóricos utilizados, destacam-se Rosa Maria Bueno Fischer, José Manuel Moran e Pierre Lévy. A pesquisa caracteriza-se como descritivo-exploratória, com abordagem quanti-qualitativa, de revisão documental e bibliográfica. Contando com 135 participantes, a autora constatou que o público já possuía experiência com as redes sociais, facilitando o uso desses recursos. As vivências propostas a partir do registro e divulgação das políticas públicas culturais possibilitaram trabalhos coletivos e individuais, além do incentivo à pesquisa e ao compartilhamento de informações e cultura.

6 Tendências teórico-metodológicas das pesquisas analisadas

No primeiro eixo de análise, intitulado *Infâncias, propagandas e cultura do consumo a partir dos vídeos disponíveis no YouTube*, observamos aproximações entre a maior parte dos trabalhos no que diz respeito ao uso de conceitos como Mídias, Infância, Marketing, Consumo e Publicidade (PAPINI, 2006; MELO, 2017; FERREIRA, 2017; MONTEIRO,

2018; BEZERRA, 2018; PONTE, 2019). Além disso, notamos a recorrência de autores como Henry Jenkins, Stuart Hall, Zygmunt Bauman, Jacinto Manuel Sarmiento, Sonia Kramer, David Buckingham, William Corsaro, Gilka Girardello, Raquel Recuero, Mariangela Momo e Paula Sibilia. Quanto aos fundamentos e procedimentos metodológicos, observamos uma tendência para a adoção da etnografia, bem como para a realização de análises de vídeos disponíveis na plataforma e realização de entrevistas com crianças. Os distanciamentos ocorreram nos trabalhos de Panini (2016) e Ferreira (2017), com a utilização, respectivamente, do conceito de Web 2.0, proposto por Lucia Santaella, e da análise de discurso pecheutiana.

No segundo eixo de análise, que chamamos de *Crianças que produzem conteúdo para o YouTube: os youtubers mirins*, é perceptível a aproximação entre as pesquisas no tocante às áreas de estudo, com preponderância dos Estudos da Infância e dos Estudos Culturais em Educação, e aos conceitos utilizados, como Infâncias, Consumo e Identidades (DALETHESE, 2017; TOMAZ, 2017; QUINTIAN, 2018; KUNTZ, 2018; MELO, 2018; BATISTA, 2014). Entre os teóricos que apresentaram mais recorrência nos textos, podemos destacar Jacinto Manuel Sarmiento, Sonia Livingstone, Maria Isabel Orofino, David Buckingham, Walter Benjamin, Guillermo Orozco Gómez, Paula Sibilia e William Corsaro. Ademais, também encontramos tendências metodológicas voltadas para o campo da etnografia, procedimentos de pesquisa envolvendo análise do discurso com inspirações em Marcia Benetti e Laurence Bardin, análise de vídeos e imagens, bem como realização de entrevistas. Mas, nesse grupo de pesquisas, há também distanciamentos, e o principal deles diz respeito ao estudo de Dalethese, (2017) que operou com os conceitos de Narrativas Audiovisuais, referido a Rosa Maria Bueno Fischer, e de Cultura do Espetáculo, aludido a Paula Sibilia.

Já no terceiro eixo de análise, o qual denominamos *O uso do YouTube como ferramenta para o ensino a distância ou para auxiliar uma determinada área do conhecimento – especialmente para o público do Ensino Fundamental e Médio*, observamos o uso de teorias do âmbito da Educação, mas, desta vez, bem distintas entre si. Sendo esse, portanto, um dos eixos no qual os trabalhos mais se distanciam teoricamente, mesmo possuindo semelhanças no que se refere aos objetos de estudo e aos procedimentos de implementação do uso de tecnologias da informação e comunicação em sala de aula. Entre a diversidade de conceitos, evidenciamos alguns, como Mediação Pedagógica, Interação, Cibercultura, Saber Histórico e História Digital. Dito isso, os teóricos que fundamentam as pesquisas, quando se mostram em comum, dizem respeito à temática da tecnologia na educação, com José Manuel Moran, ou da educação interativa, como Lev Vigotsky. No que diz respeito aos procedimentos metodológicos, percebemos o recorrente uso de questionários e entrevistas e a utilização de vídeos e plataformas digitais, como o Google Classroom e o Google Forms, como materiais didáticos.

No quarto e último eixo de análise, intitulado *YouTube para registro de gestos tecnológicos e percepções no Ensino Superior*, também observamos aproximações nos objetos de estudo, em referência ao estudo da cultura digital relacionada aos estudantes de graduação. No entanto, também observamos distanciamento entre os trabalhos quanto ao suporte teórico e aos conceitos adotados. Por exemplo, Vargas Netto (2015) lança mão de autores como Vilém Flusser, Walter Kohan e Giorgio Agamben, para falar sobre os gestos tecnológicos e a interação do sujeito com o seu meio, já Rossato (2017), fundamenta-se em Rosa Maria Bueno Fischer, José Manuel Moran e Pierre Lévy para construir sua discussão sobre as percepções dos estudantes por meio da internet acerca dos conteúdos abordados na graduação. Quanto ao percurso metodológico, Vargas Netto (2015) desenvolve sua pesquisa a partir da análise de imagens, sons e vídeos, enquanto Rossato (2017) opta pela vertente

descritivo-exploratória, com abordagem quanti-qualitativa, utilizando revisão documental e bibliográfica.

Cabe enfatizar, ainda, que o conjunto de pesquisas analisadas evidencia uma grande variedade de abordagens teórico-metodológicas para as investigações sobre o YouTube, com uma multiplicidade de autores e procedimentos metodológicos, que resultam em distintas e variadas contribuições para o âmbito da educação. Sobre os principais autores que dão sustentação para as pesquisas, destacamos Stuart Hall, Zygmunt Bauman, David Buckingham, William Corsaro, Gilka Girardello, Raquel Recuero, Henry Jenkins, Jacinto Manuel Sarmiento, Sonia Kramer, Mariangela Momo e Paula Sibilia, por estarem presentes em um conjunto significativo das pesquisas analisadas e também porque são autores que lançamos mão para nossos estudos e para a realização de nossas investigações. Além disso, a análise mostrou-nos a recorrência de pesquisas que utilizam teorias situadas nos campos dos Estudos Culturais em Educação, nos Estudos da Infância e nos Estudos da Mídia, campos nos quais também situamos nossas pesquisas. Sobre os procedimentos metodológicos, há uma proeminência de procedimentos de inspiração etnográfica e uma quase ausência de abordagens que buscam investigar ou capturar o olhar, os pontos de vista, as compreensões das crianças sobre ou a partir do YouTube.

7 Algumas considerações mais gerais e quase finais

Diante do exposto, podemos afirmar que já existe um conjunto significativo de pesquisas em diferentes perspectivas teórico-metodológicas sobre o tema *YouTube e Educação*. No entanto, as pesquisas que se ocupam da relação entre YouTube, Educação e Infância não são maioria. Além disso, sublinhamos que não encontramos pesquisas que buscam compreender os discursos identitários postos em circulação por crianças nordestinas que produzem vídeos para o YouTube – e que é um dos objetos de estudo e de investigação de uma das autoras deste texto. Além disso, o maior volume de pesquisas encontradas também está situado em instituições das regiões Sul e Sudeste do Brasil, sendo pouco recorrente encontrar pesquisas no Nordeste brasileiro e, ainda, cabendo destacar que nenhuma pesquisa foi encontrada, por meio desses parâmetros, nas regiões Norte e Centro-Oeste.

Apoiando essa constatação, citamos como exemplo o fato de que apenas uma das pesquisas (BEZERRA, 2018), na área da Administração, da Universidade Federal de Fortaleza, propôs-se a ouvir crianças nordestinas – no caso, crianças consumidoras de conteúdo da plataforma YouTube do Nordeste brasileiro. Por sua vinculação com tal área, os objetivos específicos desta pesquisa estavam voltados para a compreensão da lógica do nicho mercadológico que representa a infância e a influência do YouTube nesse público, o que se distancia dos objetivos e do referencial teórico-metodológico de nossas pesquisas, autoras deste texto, que são voltadas para o âmbito da educação.

Por fim, vale a pena dizer que as pesquisas que estamos desenvolvendo poderão articular-se de muitas formas a essas pesquisas já desenvolvidas e que leitores que tiverem acesso a este artigo também poderão articular seus estudos e pesquisas às produções já existentes. No entanto, nossas produções pretendem efetivar uma contribuição mais voltada para discussões sobre as infâncias contemporâneas, a cultura do consumo e a Educação de crianças no contexto do YouTube, visto que um de nossos focos de investigação está nos discursos dos *youtubers* mirins e em suas contribuições para a constituição de identidades infantis e para os modos de ser criança e de viver a infância na atualidade. Apontamos também para a necessidade de estudos que possam abordar questões sobre as crianças produtoras de conteúdo para o YouTube, a cultura do consumo e os modos de viver a infância atrelada à essa plataforma, na contemporaneidade.



Referências

BATISTA, Lucineia de Fátima Sena. **Jovens youtubers**: processos de autoria e aprendizagens contemporâneas. 2014. 171 f. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

BEZERRA, Luiza das Graças Lacerda de Carvalho. **A influência dos YouTubers no universo infantil**. Fortaleza, 2018. 82p. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração), Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2018.

COSTA, Marisa Vorraber; SILVEIRA, Rosa Maria Hessel; SOMMER, Luís Henrique. Estudos Culturais, Educação e Pedagogia. **Revista Brasileira de Educação**, Campinas (SP), n.23, p. 36-61, 2003.

DALETHESE, Thamyres Ribeiro. **Faz de conta que todos nós somos YouTubers**: crianças e narrativas contemporâneas. 2017. 173 f. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

FERREIRA, Andre Luis do Nascimento. **A infância no tubo digital**: felicidade via consumo? 2016. 166 f. Dissertação (Mestrado em Mídia e Cotidiano), Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017.

KUNTZ, Fárida Monireh Rabuske. **Crianças no youtube**: um estudo etnográfico sobre as infâncias e suas estratégias de relacionamento nas mídias digitais. 2018. 124 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2018.

MELO, Darcyane Rodrigues de. YouTube: dispositivo que convoca crianças contemporâneas ao consumo. *In: Anais do 7º Seminário Brasileiro de Estudos Culturais e Educação / 4º Seminário Internacional de Estudos Culturais e Educação*. Canoas: PPGEDU, 2017.

MELO, Darcyane Rodrigues de. **Infância YouTuber**: um estudo sobre modos de ser criança na contemporaneidade. 2018. 146 f. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Luterana do Brasil, Canoas, 2018.

MEDEIROS, Leandro Arrilton de. **Sala de aula invertida**: uma proposta de sequência didática no Ensino de Ondulatória. 2019. 105 f. Dissertação (Mestrado Nacional Profissional em Ensino de Física), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2019.

MENDES, Gabriel Cunha. **Canal “Outra História”**: o uso do YouTube como ferramenta pedagógica para o ensino de história. 2018. 69 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Ensino de História), Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

MONTEIRO, Maria Clara Sidou. **Apropriação por crianças da publicidade em canais de youtubers brasileiros**: a promoção do consumo no YouTube através da publicidade de experiência. 2018. 333 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

OLIVEIRA, Jackes Alves de. **Educação Histórica e aprendizagem da “história difícil” em vídeos de YouTube**. 2016. 120 f. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

